

"TODO VA A IR MUCHO PEOR"

FUTURO

- 4 DIC. 2018 08:45

Encuentro con el crítico más feroz de la 'tecnoutopía' de los gigantes tecnológicos: "No viven de la publicidad, como muchos creen. Absorben datos, crean productos y los venden sin que veamos un euro. Es un modelo parasitario"

Lea gratis el libro 'La era de la perplejidad. Repensar el mundo que conocíamos'

Justo antes de la entrevista, Evgeny Morozov envía un correo desde su cuenta de Gmail para avisar de que se retrasa. Cuando al fin llega al campus de la Universidad de Barcelona, aprovecha cada pausa para consultar su móvil. Es un smartphone de última generación, desde el que lanza decenas de tuits a la semana con el típico tecleo nervioso de un adicto a las pantallas.

No es lo que uno espera del principal ariete contra la tecnoutopía de gigantes como Google, Twitter o Facebook. De uno de los críticos más feroces de la ultraconexión que coloniza nuestras vidas. Y, sobre todo, del autodenominado hereje de internet que, hace una década, profetizó el coste de la sociedad digital: filtración de datos privados, elecciones manipuladas, control ilegal de las comunicaciones...

«Las cosas van a ir mucho peor», afirma nada más sentarse en una sala de la biblioteca, que almacena 1.240 incunables, una de las colecciones más completas de Europa. «Nuestras infraestructuras económicas y sociales dependen de los servicios de las empresas tecnológicas. Pero estos gigantes no las construyeron para que fueran seguras, sino para ganar dinero, y tampoco están sometidos a controles democráticos. Nuestra sociedad es vulnerable. Y aún tardaremos otros cinco o diez años en sentir las consecuencias por completo».

Con Mozorov, ya lo veremos, las cosas siempre son más complejas de lo que parecen.

Rebobinemos a mediados de la primera década del siglo. Entonces, este bielorruso nacido en 1984 era un tecnoutópico más. Inspirado en la campaña presidencial de Howard Dean y las revoluciones de Georgia y Ucrania, abandonó una prometedora carrera en JP Morgan y se propuso usar las redes sociales para cambiar el mundo. Aún puede verse un vídeo de 2007 en YouTube en el que recitaba con absoluta convicción todos los clichés del Silicon Valley más adanista.

Pero, al cabo de un año, se cayó del caballo ciberhippie. Su conversión se escenificó en una charla TED de título profético: Cómo la red ayuda a las dictaduras. A ello le siguieron dos ensayos-bomba igual de vigorosos: El desengaño de internet (2011) y La locura del solucionismo tecnológico (2013). Su mensaje era diáfano: la propaganda del mundo digital como un entorno mágico que ofrecería prosperidad para todos era una falacia.

Tras unos años de silencio, Morozov ya tiene otros dos libros listos para publicarse. Mientras tanto, ha escrito frecuentes columnas en los medios más prestigiosos del mundo y acaba de lanzar el ensayo El impacto del activismo digital en la política de la post guerra fría en el volumen La era de la perplejidad (BBVA Openmind). «La propaganda, hasta ahora reservada a los gobiernos, hoy se puede llevar a cabo a bajo coste y con gran eficacia, especialmente si se combina con fotos, vídeos y memes», escribe.

Por supuesto, nadie quiso escuchar sus advertencias de hace una década. Y ahora, aunque podría vanagloriarse de su acierto, intenta ser un buen ganador. «Claro que podría hacer el baile de la victoria y decir: 'Ya os lo dije'», bromea. «Pero habría sido mejor que los políticos no hubieran perdido tanto tiempo creyéndose el mundo utópico que les pintaban Google, Facebook o Apple. Era totalmente falso y conllevaba un precio del que nadie nos avisó».

Para explicarlo, usa la analogía del calentamiento global. Durante décadas, quemamos ingentes cantidades de combustibles fósiles, construimos una economía basada en coches baratos y vuelos low cost, el crecimiento económico se disparó... «Hasta que ahora vemos cómo Bangladesh se inunda, cómo se destruyen nuestras cadenas de suministro, cómo sufrimos desastres meteorológicos...», dice Morozov.

En el caso de la economía digital, el equivalente de los vuelos de bajo coste serían los buscadores, mapas y apps gratuitas de los que hemos disfrutado durante más de una década. Y el calentamiento global serían los crecientes escándalos que acosan al sector tecnológico. «La gente cree que estos servicios son gratis porque hay anuncios, pero no es así», dice. «Las grandes tecnológicas absorben

nuestros datos, construyen productos basados en ellos y se los venden al Pentágono o a bancos de inversión sin que nosotros veamos un euro. Ese es el verdadero negocio: un modelo económico parasitario».

LAS GRANDES TECNOLÓGICAS ABSORBEN NUESTROS DATOS, CONSTRUYEN PRODUCTOS BASADOS EN ELLOS Y LOS VENDEN SIN QUE NOSOTROS VEAMOS UN EURO

Para Morozov, lo peor es que ni siquiera se trata de un sistema perdurable. Ya ha alertado de que, en apenas 10 años, los servicios online gratuitos serán una memoria lejana. «La mayoría de nosotros somos muy aburridos y los datos que generamos son poco variados y las conclusiones que se pueden derivar de ellos son limitadas», afirma. «Google o Facebook pueden encontrar otros negocios que no exijan recolectar tantos datos. Lo razonable es que entonces decidan dejar de regalarnos sus servicios».

El bielorruso utiliza luego el caso de Uber para explicar cómo una innovación aparentemente inocua puede volverse en nuestra contra. Durante los últimos años, hemos disfrutado de este servicio barato, cómodo y de calidad. Pero, claro, la empresa perdió 4.000 millones en 2017 y sus inversores -principalmente, fondos soberanos y de capital riesgo- querrán recuperar su dinero en algún momento.

La opción tradicional sería que Uber machacara a la competencia y luego subiera los precios. Pero, según Morozov, su estrategia es más sofisticada: acumular datos de rutas, clientes y tráfico para, gracias a la Inteligencia Artificial (IA), ofrecer los mismos servicios dentro de una década... pero ahorrándose el sueldo del conductor gracias a los coches autónomos. «La economía local se quedará sin esos trabajadores, que ya no comprarán café ni periódicos, por ejemplo», dice. «Y Uber, gracias a sus pactos de optimización fiscal, ni siquiera dejará apenas impuestos en los países en los que opera... Creo que este es el modelo que se impondrá en los próximos años».

La distopía que Morozov augura es un mundo dividido en dos: una minoría, la élite cognitiva, que exprimirá los beneficios del sistema; y una mayoría, los parias digitales, que pagarán el precio. «Los privilegiados se podrán comprar un criptomóvil de 3.000 euros, imposible de manipular y de penetrar por los que quieran recolectar sus datos», dice. «Mientras, los que hagan poco ejercicio o se alimenten mal, al estar monitorizados por relojes inteligentes, ni siquiera podrán obtener un seguro médico decente».

Pero Morozov no es sólo un agorero: también ha dedicado los últimos años a buscar una salida a este escenario de pesadilla. Según él, el contraataque pasa por dejar de considerar los datos como una propiedad individual, con la intimidad como principal valor, y entenderlos como un recurso público, igual que el agua, el aire o el conocimiento, en cuya gestión deben primar los valores socioeconómicos. «Los datos los generamos nosotros, los ciudadanos, en nuestra vida diaria, pero las grandes tecnológicas se las han arreglado para explotar estos datos y convertirlos en productos mediante inteligencia artificial», denuncia.

-¿Cómo funcionaría su alternativa?

El enfoque tradicional, que aún predomina en la UE, es trocear Google en 20 mini-googles, pero no es eficaz. Yo defiendo una especie de Fondo Público Nacional que controlaría y gestionaría los datos producidos por los ciudadanos. Si Google o Alibaba quieren usarlo, deberían pagar una tasa mucho mayor que una start-up o una ONG de Barcelona.

-¿Podemos fiarnos del Estado para controlar un tema tan delicado?

Entiendo las reticencias. Pero nuestra privacidad ya se ha violado todo lo posible, con escándalos como Cambridge Analytica. Así que me parece un argumento endeble.

Suena difícil de llevar a cabo...

Quizá lo es. Siempre me llaman pesimista, pero no lo soy. Mi propuesta es casi utópica.

Para Morozov, al abuso generalizado de los datos se le une un segundo problema: el desgaste de nuestra capacidad de atención por culpa de las redes sociales. Estas empresas, dice, contratan a «cientos de los mejores antropólogos y diseñadores» para crear apps que nos enganchen. «Ya sabemos que los ejecutivos y creadores de empresas tecnológicas racionan el tiempo que sus hijos pasan con los productos que ellos mismos crean», denuncia. «Pero, claro, para eso necesitas cinco niñeras que cuiden a tu hijo, en vez de darle un iPad».

Morozov se hizo famoso por su receta personal para combatir esta distracción. Se trata de un ordenador con la tarjeta wifi extraíble y un cable que guarda durante días en una caja fuerte con temporizador cuando necesita concentrarse. ¿Sigue haciéndolo? «No, ahora tengo una casita en Calabria, la zona más pobre de Italia, sin apenas cobertura, donde me encierro cuando tengo que leer y escribir».

Salvando las distancias, este remedio suena tan elitista como las niñeras de Silicon Valley, sobre todo en alguien que admite que

usa productos de Google «cada día». ¿Qué consejo daría a la gente normal para proteger sus datos y mantener su concentración? «No creo en dar consejos», replica. «Es como enseñar a trabajadores esclavizados a ser felices. Como mucho, puedes decirles que se emborrachen para sobrellevarlo mejor... No, no hay que adaptarse ante un problema así. Sería una especie de rendición, porque sólo consolida el poder de estas empresas y prolonga el dolor».

¿Aún estamos a tiempo de cambiar las cosas?

Si no hay reacción, creo que todo irá mucho peor. Además, creo que el actual sistema de vigilancia y control de nuestra conducta es tan sofisticado y ubicuo que podría desmontar la oposición antes de que se convierta en una fuerza cohesionada.

¿Entonces?

Nunca habíamos vivido esta situación, en la que se puede desactivar la disidencia preventivamente. Así que todo puede empeorar rápidamente. Cuanto antes logremos meter estos temas en la agenda política, mejor.