

EL ENEMIGO CONOCE EL SISTEMA

Manipulación de ideas, personas e influencias
después de la Economía de la atención

MARTA PEIRANO

DEBATE

EL ENEMIGO CONOCE EL SISTEMA

Manipulación de ideas, ideas e influencias después de la economía de la atención

Marta Peirano

Ed. Debate (Penguin Random House Grupo Editorial), 2019

Debate Club de lecturas 1/2: Sábado 4 Julio 2020 – 19hrs España

Capítulos 1 a 4

Link conexión: <https://us02web.zoom.us/j/8850041052>

Debate Club de lecturas 2/2: Sábado 18 Julio 2020 – 19hrs España

Capítulos 5 a 7

Link conexión: <https://us02web.zoom.us/j/8850041052>

Guía de Lectura preparada por: Smart Architect



Marta Peirano (Madrid, 7 de noviembre de 1975) es una escritora y periodista española, que vive entre Madrid y Berlín. De septiembre de 2013 a septiembre de 2016 fue jefa de la sección cultural del periódico digital eldiario.es. Fundó CryptoParty Berlín, una iniciativa alrededor de cuestiones sobre privacidad y seguridad en internet. Fue fundadora de Elástico, un colectivo multidisciplinar con el que co-dirigió el proyecto COPYFIGHT en 2005 sobre cultura libre.

Colabora con distintos medios en los que escribe sobre cultura libre, autómatas, seguridad y privacidad, derechos en Internet y criptografía para periodistas.

Participó en el ya desaparecido periódico ADN. También colaboró con JotDown, Muy Interesante, Consumer y eldiario.es.

Ha publicado varios libros y ha participado como colaboradora en otros. Su libro más conocido, titulado *Pequeño libro rojo del activista en la red* de Roca Editorial es una introducción a la criptografía para periodistas, fuentes y medios de comunicación, se editó en 2015 y fue el primer libro prologado por Edward Snowden, a quien Peirano conoció a raíz de entrevistarle para eldiario.es.

En 2019 ha publicado *El enemigo conoce el sistema*, un ensayo crítico con la manera opaca y no democrática en que los servidores de internet gestionan la información que obtienen de sus usuarios, en la editorial Debate.

EL ENEMIGO CONOCE EL SISTEMA

1.- ADICCIÓN

MP comienza el libro con una referencia a las 4 multinacionales que controlan el mercado de los saborizantes y aromatizantes, que se reparten 25.000 Millones USD al año: Givaudan, Firmenich, International Flavours & Fragrances (IFF) y Symrise. El objetivo de estas empresas no es el estómago, sino el cerebro, trabajando con nuestro recuerdo olfativo y las asociaciones a las que cada olor nos lleva: nuestra infancia, las comidas que más nos gustan, etc. MP da el ejemplo de las capsulas de Nesspreso, que incorporan aditivos para hacernos creer por el aroma que estamos haciendo verdadero café. “Cada año, la Unión Europea prohíbe el uso de ciertas moléculas olfativas basándose en su potencial alergénico, pero no hay leyes que prohíban a una empresa lanzar al mercado un producto que recree imágenes de cosas que no tiene. Como la autenticidad”, nos dice MP, dejando clara la manipulación de nuestras emociones que esta práctica implica. Sentimos que comemos algo que no es y que nos incita a seguir comiendo. Sentimos que estamos en un sitio que tampoco es, y atribuimos cualidades al lugar que tampoco tiene, lo que se logra hackeando nuestro cerebro mediante asociaciones olfativas y gustativas.

Uno de los gustos asociados a la felicidad y a la liberación de dopamina es el azúcar. A los alimentos más insospechados se les añade azúcar para lograr dicho efecto: sopas, salsas, patés, hamburguesas, patatas fritas, vinagretas o pan, por ejemplo. Los gigantes de la alimentación industrial, Procter & Gamble, Unilever, Nestlé, Danone, Coca-Cola y Mars, hacen uso sistemático de estas estrategias.

Cuando haces pop, ya no hay stop



MP explica que el sabor dulce se potencia mediante la mezcla de azúcar y grasa, lo que lleva a la alimentación industrial a recurrir a la mezcla de azúcar, sal y grasa en sus productos para encontrar el punto de “bliss point” o cumbre de felicidad, “el punto G de la industria alimentaria”, ese que nos hace comenzar a comer y no poder parar de hacerlo. “Es el círculo vicioso de la comida basura: no podemos dejar de comerla porque está diseñada para que nos pase exactamente eso.”, concluye MP, explicando así la epidemia de obesidad que afecta fundamentalmente a la población más pobre, obligada al consumo de comida basura por una cuestión de precio.

Las mismas empresas que nos alimentan con ese tipo de comidas insanas son las que luego nos ofrecen una retahíla de productos “light” y bajos en grasa, azúcares, gluten o colesterol. Productos

que normalmente son “optimizados” con los aditivos gustativos y olfativos necesarios para que sean apetecibles a pesar de haber sido vaciados de todo nutriente y sabor natural.

“Estamos todos entregados a la noria del consumo irresponsable de productos inadecuados que nos engordan y nos enferman sin alimentarnos, sintiendo culpa por no ser disciplinados, cuando es la propia gran industria de la alimentación la que nos induce los hábitos adictivos”. Concluye MP diciendo que este mecanismo es el mismo que usan las redes sociales, formando parte de la “gigantesca y destructiva economía de la atención”.

PREGUNTA #1: ¿Para qué comemos? ¿Lo sabemos o no nos lo han enseñado?

Por qué no puedes dejar de tocar tu móvil



Dedicamos cada vez más horas del día a mirar nuestro móvil, de las cuales 2 horas y media las dedicamos a las redes sociales. Facebook, con 2.200 millones de usuarios (un 30% de la población mundial) es también el propietario de Whatsapp y Messenger, por lo que controla el 50% del mercado de mensajería instantánea. Nos explica MP que “el objetivo de Facebook es convertir a cada persona viva en una celda de su base de datos, para poder llenarla de información. Su política es acumular la mayor cantidad posible de esa información para vendérsela al mejor postor. Somos el producto”.



Facebook es una de las 5 empresas que dominan el mercado de la atención, que efectivamente, se reparte entre muy pocas manos. Su objetivo fundamental es lograr que pasemos la mayor cantidad de horas posible frente a la pantalla. Lo que buscan es “engagement” (compromiso o enganche), la “cumbre de la felicidad de la industria de la atención”. El engagement lo consiguen con la inducción de rutinas y gestos automáticos en nuestro modo de interactuar con redes y aplicaciones, que dan lugar a efectos adictivos de repetición cada vez más frenética.

PREGUNTA #2: *¿Cada cuánto miras tu móvil? ¿Tienes un “engagement” sano o insano?*

La caja de Skinner

MP hace referencia a los experimentos del psicólogo conductista Burrhus Frederic Skinner (1904-1990) que dieron lugar al concepto de “circuito de refuerzo continuo”: un ratón aprende que tirando de una palanca obtiene comida, y se vuelve adicto a tirar de la palanca, incluso si en un momento dado la misma le proporciona no sólo menos comida sino incluso dolor (descargas eléctricas...). La persistencia del hábito adquirido, transformado luego en adicción, representa una piedra de toque para la psicología conductista y sus teorías educativas, que consideran el comportamiento como una función de condicionantes ambientales. “La personalidad es el total de nuestros hábitos”, nos dice MP, advirtiéndole que la grabación de conductas condicionadas en nuestro córtex cerebral es muy sencilla, no así su borrado, extraordinariamente difícil de conseguir aunque los estímulos cesen.

Cuando cogemos el móvil por cualquier motivo y nos enganchamos a revisar correos, noticias y redes sociales durante horas, somos víctimas del mismo hábito adictivo, un hábito inducido por los grandes cerebros de las empresas tecnológicas, que trabajan día y noche para promover nuestro máximo enganche. Una de las consecuencias de este hábito, es la reducción de nuestra capacidad de focalizar la atención. “En el año 2000 nuestra capacidad de focalizar la atención en una sola cosa era de doce segundos, pero nos hemos entregado a un duro entrenamiento para bajar esa marca. Nuestra paciencia es tan escasa que el 40 por ciento de los usuarios abandonan una página web si tarda más de tres segundos en cargar”.

PREGUNTA #3: *¿Cuántos hábitos grabados en tu córtex cerebral querrías poder borrar?*

Un Skinner moderno llamado B. J. Fogg

MP presenta aquí a Brian Jeffrey Fogg, científico social estadounidense contemporáneo, que desde el Behavior Design Lab de la Universidad de Stanford se ha convertido en uno de los mayores expertos en tecnologías de persuasión implementadas por todas las redes sociales y grandes tecnológicas de internet. En un famoso curso impartido en 2007, pidió a sus alumnos que consiguieran “engancharse al mayor número de usuarios posible”, algo que efectivamente consiguieron. Uno de sus alumnos fundó luego Instagram, entre muchos otros ejemplos.

Según Fogg, para lograr el “enganche” deben confluír tres factores: motivación, habilidad y señal. “El sujeto tiene que querer hacerlo, tiene que poder hacerlo y tiene que haber algo en su camino que le impulse a hacerlo”. Identifica a su vez 3 clases de motivaciones: sensación (placer, dolor), anticipación (esperanza, miedo) y pertenencia (aceptación, rechazo social), siendo esta última categoría el factor clave de “engagement” que utilizan las redes sociales. LP habla incluso de un síndrome vinculado a la falta de pertenencia llamado FOMO, “fear of missing out” (algo así como miedo a perderse y ser olvidado, miedo a quedarse fuera)

Dark design: reclamo, puntuación, palanca, repeat

En este apartado, MP nos explica que todas las aplicaciones tienen un sistema de notificaciones denominadas “push” que nos despiertan la ansiedad de saber que nos dirán (“promesa de una recompensa”), al punto que pasado un tiempo comenzamos a consultar la página o la app sin necesidad de notificación. Se trata de un “trigger” o disparador, que utiliza los mismos incentivos con los que se programan las máquinas tragaperras para mantenernos apostando. Una de las nuevas aplicaciones que explota de modo descarnado este recurso es Snapchat, recurriendo a un sistema de puntuación que determina nuestro reconocimiento social en función de la cantidad de selfies y vídeos publicados.

Los videojuegos recurren a una secuencia de metas intermedias que siguen un proceso de repetición con dificultad creciente que se conoce como “recursión” y que nos impide parar hasta llegar al final. Cada meta alcanzada da lugar a una recompensa que nos incita a enfrentar la siguiente iteración del juego. “Al cerebro, como hemos visto, no le gusta pensar. Pero le gusta el orden. Si decide que una cadena de decisiones es apropiada, quiere repetirla todo el rato hasta que la ejecuta en piloto automático”.



La palanca de las máquinas tragaperras es el modelo al que imitan tanto los videojuegos como las aplicaciones y webs: introduce un factor de accionamiento físico que nos hace sentir “en control”, como si el momento y la fuerza de cada movimiento tuviese alguna implicación en los resultados obtenidos. El “pull to refresh” con el que deslizamos hacia abajo la pantalla de nuestro móvil

mediante un movimiento del pulgar, sigue exactamente el mismo principio que las palancas de las tragaperras. También el swipe (deslizar) hacia un lateral para descartar posibles amantes en Tinder... “Lo importante no es el contenido, es la rutina. En el gesto se manifiesta la convicción inconsciente de que nuestro dedo puede influir en el resultado, que si lo hacemos bien habrá premio. Ese es el mecanismo que nos hace volver una y otra vez al móvil, como en estado de trance. Pero es que, además, hay otro pequeño truco que nos impide salir de allí: el scroll infinito”.

Competimos con el sueño, no con HBO

Igual que los casinos de Las Vegas, que no tienen ventanas ni luz natural para que los jugadores pierdan la noción del tiempo, las máquinas tragaperras o la navegación por las redes sociales no tienen final, permitiendo un recorrido infinito. El único límite es caernos dormidos. El consumo de contenidos ilimitado nos induce a un estado de sonambulismo, una suerte de consumismo sin control impulsado por las ansias de estar al día y no quedarnos atrás.

En este sentido, las fake news son funcionales a los intereses de las grandes plataformas, porque provocan un disparador excepcional: la indignación. No podemos dejar pasar un exabrupto, y nos vemos compelidos a responder u opinar, entrando en la rueda de generación de engagement por la puerta de la indignación. “La indignación es la heroína de las redes sociales” concluye MP.

La competición desaforada de las grandes tecnológicas por conseguir nuestro máximo engagement da lugar un “capitalismo de la atención” que avanza a una velocidad de vértigo, sin que seamos mínimamente conscientes del impacto que el mismo tendrá en nuestras vidas.

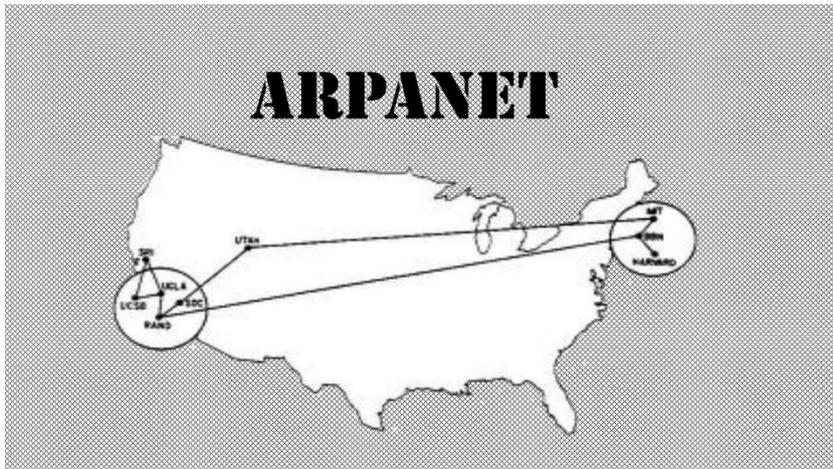
PREGUNTA #4: ¿Cuán adict@ eres a las redes sociales? ¿Aceptarías renunciar a ellas?

2.- INFRAESTRUCTURAS

Históricamente el poder se ha manifestado mediante una arquitectura centralizada y jerárquica. Con la revolución industrial, el poder comenzó a manifestarse de un modo más sutil a través de alardes tecnológicos (MP da el ejemplo del Palacio de Cristal de Paxton a mediados del XIX), hasta llegar al S. XXI, en el que el mayor poder se expresa como una red omnisciente y aparentemente neutral, democrática y libre. Una enorme mentira, según nos anticipa MP.

De Command & Control a TCP/IP

En 1962, Paul Baran recibió un encargo de las Fuerzas Armadas estadounidenses: diseñar una red de comunicaciones capaz de sobrevivir a un ataque nuclear. La respuesta de Baran se puede resumir en una palabra: redundancia. Propuso un modelo de red digital equitativa en la cual la información se reparte por igual en todos los nodos de la red, cada uno de ellos un ordenador. Propuso a su vez que la información se transmitiese dividida por paquetes, que se reconstituirían como un mensaje coherente al llegar a los nodos. Este modelo no fue el escogido en dicho momento, pero estableció las bases sobre las que se construyó Internet más adelante a partir de la conexión entre universidades a fines de 1969, red bautizada como Arpanet.



El problema de Internet

La necesidad de conectar ordenadores con diversos sistemas y lenguajes, dio lugar al llamado “problema de internet” que derivó en la creación del protocolo de control de transmisión TCP/IP, un protocolo compartido no controlado por una sola organización. De ese modo se evitaba el peligro de apropiación de la red por un único país o legislación.

IBM PC: Construya su propio ordenador



En 1974 IBM inició la producción de ordenadores personales con el Altair 8800 de 8 bits, y Apple le siguió en 1977 con sus primeros ordenadores de producción masiva. En 1981, IBM lanzó el IBM PC y se hizo con el mercado. Se trataba de un frankenstein compuesto por piezas de diversos fabricantes, lo que le daba enorme flexibilidad. Se convirtió en el estándar del mercado. De su mano, se produjo la eclosión de Bill Gates y su sistema operativo Windows.

Internet entra en el mercado

El crecimiento de Arpanet, llevó a su transformación en la NSFNET, una red específica de uso académico, educativo y científico, que en 1991 con la Ley Gore amplió su alcance para unir “industria, academia y gobierno en un esfuerzo conjunto por el desarrollo de una red de banda ancha”. Era la entrada de Internet en la sociedad civil bajo el rótulo de “autopista de la información”. Al Gore declaró en su momento que estas autopistas serían financiadas por el sector privado, lo que dio lugar a un cambio de manos, y 4 empresas se transformaron de la noche a la mañana en el núcleo duro de la nueva infraestructura: Sprint, MCI, US West y NYNEX, estas dos últimas, parte de AT&T. “El cambio es significativo: hay cuatro nodos en la nueva red que concentran mucho más poder que otros”, nos dice MP

Tim Berners-Lee: Esta web es para todos

Trabajando en el CERN, Berners-Lee desarrolló la arquitectura de red que hoy seguimos utilizando: un lenguaje de hipertexto (HTML) que permitía leer la información en pantalla a través de etiquetas descriptivas, como se fueran la página de un libro. Surgen así las páginas web y la World Wide Web, y más adelante, la “nube”.

Kilómetros de fibra óptica para recolonizar el mundo

La Ley de telecomunicaciones de 1996 liberalizó el mercado de las comunicaciones en EEUU incentivando un boom de negocios en torno a Internet. Ese mismo año, John Perry Barlow escribió una declaración de independencia de la red para leer en Davos. Nació el movimiento por la red libre que reclamaba este derecho en la cara del FMI, el Banco Mundial, las OCDE y demás organismos internacionales, dando lugar al mito fundacional libertario de Silicon Valley. “John Perry Barlow estaba tan equivocado que pasó el resto de su vida peleándose contra los colonos que conquistaron el mercado y monopolizaron el espacio con herramientas que le dieron muchos motivos para temer. Ese fue y es aún el trabajo de la Electronic Frontier Foundation, la organización que fundó en 1990 y que sigue siendo uno de los pilares de la lucha por los derechos civiles online”.

La red tuvo su primera burbuja en 2001, derivada del exceso de cables de fibra óptica que se instalaron por doquier, al punto que sólo un 5% de la nueva red era utilizada, dando lugar a miles de quiebras, con un valor de deuda combinada de 3 Billones de USD. Muchos pagaron por la infraestructura y muy pocos terminaron quedándose con ella.



En los 90, Europa siguió la senda de EEUU y liberalizó su propio mercado de telecomunicaciones, dando lugar a fusiones y adquisiciones y la formación de un puñado de grandes empresas, que rápidamente establecieron puertas giratorias con el mundo político.

MP explica que la gestión del tráfico de internet ofrece dos clases de poder: el poder de leer la cabecera de los paquetes de información, y el poder de comprobar que cumplen con el protocolo de tráfico. Toda esta información se llama metadatos, y hoy por hoy pasa en un 70% por Tysons Corner, próximo a Washington, en EEUU, un esquema muy alejado del modelo de red abierta y descentralizada de los ideólogos iniciales de la red.

PREGUNTA #5: Un internet abierto, descentralizado y democrático... ¿Es tan sólo un mito?**3.- VIGILANCIA**

Lawrence Page y Serguéi Brin trataban de mejorar el buscador de la biblioteca digital de la Universidad de Standford y querían lograr que entendiese lo que buscaban y contestase lo que querían. Buscando financiación, consiguieron una beca de un departamento de inteligencia de EEUU llamado Massive Digital Data Systems Project y perteneciente a la CIA, que quería crear un sistema para rastrear las comunicaciones y movimientos de todos los usuarios y registrar su huella digital. Eran los primeros pasos del que luego sería el mayor buscador de internet: Google.

MP subraya las vinculaciones que desde un origen tuvieron los organismos de inteligencia con la investigación universitaria en ciencias computacionales, una relación derivada del proceso colaborativo que comenzó entre la universidad y las fuerzas armadas tras la Segunda Guerra Mundial. Arpanet fue un resultado de esta colaboración. “Como dice el periodista Mark Ames, «el Pentágono inventó internet para ser la máquina de vigilancia perfecta. La vigilancia está grabada a fuego en su ADN»”, nos dice MP. La puntada final la dio el ataque a las torres gemelas en 2001, que justificó la aprobación a los 6 meses de la Patriot Act, el instrumento legal que puso a todas las infraestructuras de telecomunicaciones estadounidenses en manos de las agencias de inteligencia.

El pecado original de Internet

En 1998, Page y Brin lanzaron el buscador Google desde un garaje en Menlo Park. Fue un éxito rotundo desde el inicio. “Su objetivo oficial ha sido «organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil». Su código deontológico: «Don’t do Evil» («no hagas el mal»). Su método: ofrecer servicios gratis a cambio de datos que son utilizados para mejorar el servicio. Sabiendo quién es el usuario podemos ofrecerle mejores resultados. Y, naturalmente, mejor publicidad”. Mediante el uso sistemático de cookies, desarrollaron un sistema de extracción de datos, identificación de conductas y publicidad personalizada, que fue la gran clave de su éxito. Es lo que ha dado lugar a los conceptos de economía de la vigilancia, capitalismo de plataforma y feudalismo digital, según nos indica MP.



Con Google Street View, Google consiguió luego construir un modelo literal a escala del mundo real, vinculando identidades digitales con los habitantes reales en cada punto del mapa. Y con su entrada en la comunicación móvil, Google logró cerrar el círculo: “Google ya no necesita husmear las calles para saber los nombres, direcciones, teléfonos y contraseñas de las personas cuyas casas y oficinas salen en los mapas. Para eso tiene Android, un sistema operativo que viene preinstalado en el 74,92 por ciento de los móviles de todo el mundo. Un dispositivo que el usuario mantiene encendido en todo momento, lleva encima a todas partes y tiene dos cámaras, un micrófono, una media de catorce sensores y al menos cuatro sistemas de geolocalización”. El smartphone es una mina de oro sin fondo para la industria de la atención.

Ojos en el bolsillo

Todos los móviles llevan un GPS que nos ubica permanentemente en el espacio en base a una señal por satélites que es independiente de Internet. Tienen además al menos 3 sistemas de geolocalización más: el RSSI, el bluetooth y la tarjeta SIM, enviando señales de ubicación de modo constante. Ya es imposible ocultarnos: estamos siempre localizados. “Una investigación del New York Times encontró docenas de empresas de marketing de localización extrayendo datos de hasta doscientos millones de móviles a partir de distintas aplicaciones en Estados Unidos, para después vender la información, analizarla para sus propios anunciantes o ambas cosas. Los tres principales compradores son otras empresas tecnológicas, data brokers y consultoras políticas”.

Además del geoposicionamiento, los smartphones tienen multitud de sensores, como giroscopio, sensor lumínico, acelerómetro, magnetómetro, barómetro, sensores de proximidad, sensor de luz ambiental, además de los más conocidos: cámaras y micrófonos. Usados maliciosamente, estos sensores son capaces de registrar información clave como passwords, PINs o incluso nuestra huella digital si la usamos como modo de identificación. “Google ha presentado patentes para determinar el estado mental y físico del usuario usando datos del micrófono, como el volumen de la voz, el ritmo de la respiración o el sonido de llanto. Amazon ha patentado un algoritmo que analiza la voz en tiempo real, buscando palabras y expresiones que indiquen preferencia, interés o rechazo por cualquier cosa que se pueda transformar en productos o servicios. Son los planes de un modelo publicitario basado en una intrusión extrema y una manipulación sutil...”

PREGUNTA #6: ¿Aceptas que te espíen?

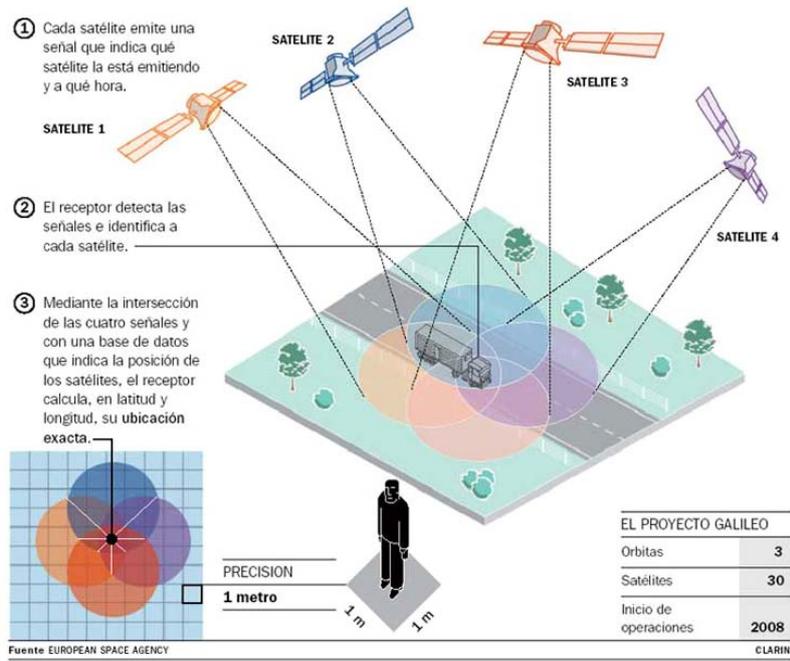
Después de Snowden

La primera filtración de Snowden se refería al registro de llamadas de los usuarios estadounidenses de la empresa de telefonía Verizon realizado por la NSA (Agencia de Seguridad Nacional). Su segunda filtración, a los dos días, fue sobre el acceso directo del gobierno de EEUU y de sus principales socios (Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Canadá) a los servidores de las principales tecnológicas: Google, Facebook, Apple, Amazon y Microsoft. Un acceso sistemático y secreto derivado de la ya mencionada Patriot Act y conocido como Proyecto PRISMA. “Los papeles de Edward Snowden eran escandalosos porque demostraban que los ciudadanos estadounidenses habían sido espiados por su propio Gobierno en su propia casa, vulnerando derechos fundamentales protegidos por la Constitución”.

Centinelas celestes

Cómo funciona el sistema de posicionamiento global

El sistema realiza una cuadrangulación respecto de la posición de cuatro satélites y calcula la ubicación del usuario.



Las empresas que realizan análisis por satélite se dedican a contar y vender dicha información. Por ejemplo, cuántos paneles solares tenemos, los barriles de crudo que circulan por el mercado, el volumen previsto de las cosechas, las cabezas de ganado o la cantidad de personas en un determinado lugar. También los vehículos de tierra, mar y aire que circulan por el planeta.

“En el contexto de la crisis climática, la soberanía de las infraestructuras de control y gestión de recursos valiosos como el grano, la ganadería o el agua es tan crucial como la capacidad de trazar el movimiento de las personas. Los satélites son solo una parte de esa gran infraestructura, además de un elemento crucial en el entramado de supervigilancia que los consorcios han bautizado como 5G. En 2015, la Agencia Geoespacial movió GVS a la nube de Amazon, AWS”.

El Estado soberano en la nube



La mitad del negocio mundial de la nube está en manos de Amazon bajo el nombre de AWS y es su negocio más lucrativo. En sus servidores se aloja más de un tercio de Internet. Su gran competidor es Alibaba en Asia. Entre las dos, están signadas a repartirse el mercado global del almacenamiento de datos.

La nube consume una cantidad alarmante de electricidad y se espera que en 2020 emita ya el 4% de las emisiones globales de CO2.

“Hace tiempo que la nube es más que el almacén de la World Wide Web. La pequeña semilla que plantó Tim Berners-Lee en su oficina del CERN ha sido devorada por un complejo sistema de procesamiento de datos donde se está produciendo la gran carrera armamentística del siglo XXI: el desarrollo de inteligencia artificial. Entre las principales funciones está almacenar gigantescas bases de datos y procesarlas con algoritmos de aprendizaje automático (machine learning) y profundo (deep learning) para terceros”.

Palantir, el buscavidas



Peter Thiel, exalumno de Stanford, miembro de la PayPal Mafia (grupo de exalumnos que fundaron muchas de las grandes compañías tecnológicas como Tesla, LinkedIn, SpaceX, YouTube y Yelp) y socio fundador de Facebook junto a Zuckerberg, fundó en 2004 Palantir Technologies con un capital inicial de 30M USD y 2M USD más aportados por la CIA. Objetivo: hacer minería de datos para el control de la población. “...Todo dispositivo conectado a internet está conectado a Palantir. Sirve para monitorizar a distancia a cualquier sujeto, organización o sistema, tirando de cualquier hilo: un nombre, un lugar, un número de teléfono, una matrícula de coche, una tarjeta”.

En su primera década, Palantir consiguió más de 2.200 contratos con las FFAA, agencias de seguridad, ministerios y agencias gubernamentales. Donald Trump ganó las elecciones con el apoyo público de Peter Thiel, dueño de Palantir, y Robert Mercer, dueño de Cambridge Analytica. “Hoy, Palantir es conocido como el Departamento de Precrimen de Trump, porque su tecnología predictiva es utilizada por la policía para detectar «zonas de calor» donde podría estallar la violencia”. Detecta activistas “de interés” y es pieza clave para la deportación de inmigrantes. Se queda con todos los datos que registra, incluidos datos biométricos de identificación, y los comparte con países aliados como Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Canadá. Además de Reino Unido, en Europa también Dinamarca recurre a los servicios de Palantir.

La banalización de la vigilancia

“Los algoritmos de reconocimiento facial son el trozo de código más valioso del mundo y el más peligroso”. Las personas son identificadas sin ser conscientes de ellos. Su uso está cada vez más generalizado porque es sencillo e inmediato. “«Amazon Rekognition facilita la incorporación del análisis de imágenes y vídeos a sus aplicaciones. Usted tan solo debe suministrar una imagen o vídeo a la API de Rekognition y el servicio identificará objetos, personas, texto, escenas y actividades.» ¡Los primeros mil minutos de vídeo al mes son gratuitos!”.

China 2020, la primera dictadura digital



Este año 2020 se completará la entrada en vigor del sistema chino de crédito social, que viene siendo progresivamente implementado desde su lanzamiento en 2009 con el lema “los buenos ciudadanos caminarán libres bajo el sol y los malos no podrán dar un paso”. Se trata de un sistema de reputación por puntos, que premia y castiga a los ciudadanos chinos por su comportamiento. Aquellos ciudadanos que entran en la lista negra, reciben penalizaciones como no poder realizar viajes o no poder apuntar a sus hijos a colegios privados ni enviarlos a la universidad. Saltarse un semáforo en rojo, cruzar mal la calle, comprar más alcohol que pañales, comer en el metro, no pagar una factura o criticar al gobierno en una conversación privada, son algunas de las conductas que restan puntos. Donar sangre, hacer tareas comunitarias o hacer horas extra en el trabajo, suman puntos. El gobierno chino utiliza las últimas tecnologías de seguridad e identificación mediante una red enorme de cámaras (400 millones por el momento) y sensores que le permiten controlar con lujo de detalles la conducta pública y privada de cada uno de sus ciudadanos para fijar su puntuación. Los sistemas de control y la digitalización de la sociedad van de la mano: China es una de los países más avanzados en este sentido, en el que ya la mayor parte de la población “cobra, presta y gasta a través de

aplicaciones móviles como WeChat Pay y Alipay. La digitalización total de las transacciones es fundamental para el registro y control del gobierno” afirma MP.

PREGUNTA #7: *¿La digitalización nos hace más libres o más esclavos? ¿Qué papel juega en el repunte autoritario que vive el mundo actual?*

4.- ALGORITMO



En 2016, la computadora AlphaGo derrotó a los grandes maestros del Go aplicando un nuevo nivel de inteligencia artificial basado en algoritmos que imitan el pensamiento intuitivo del cerebro humano. Un hito en la historia de la IA, que finalmente ha logrado aprender igual que los niños, desarrollando inteligencia mediante la observación de ejemplos. De este modo, la etapa inicial de fuerza bruta de la IA, la del cálculo exhaustivo de todas las posibilidades matemáticas ante cualquier decisión, ha quedado superada por el “machine learning”.

Los algoritmos que aprenden y se mejoran a sí mismos son utilizados por instituciones y empresas, creando una capa oscura de control y decisión que condiciona nuestras vidas de un modo tan creciente como impenetrable al estar protegidos por propiedad intelectual. Práctica que en el mundo anglosajón ya tiene un nombre propio: “mathwashing”.

Las empresas utilizan los algoritmos como un modo de tomar decisiones controvertidas de un modo “automático”. MP cuente el caso del pasajero de United Airlines que fue obligado por la fuerza a bajarse del avión teniendo billete, dado que había overbooking y el algoritmo indicaba que otro pasajero tenía más derecho que él a ocupar su asiento (por tener más millas acumuladas!). “Esto es exactamente lo que significa mathwashing; higienizar una conducta discriminatoria y vejatoria con la mano limpia del código. Porque no hace falta un algoritmo para elegir un número de manera aleatoria, y el overbooking no es un «error»”.

Los algoritmos están también detrás del modelo de precios dinámicos, que comenzaron en el año 2000 con la fijación del precio de los billetes de avión en función del nivel de demanda y capacidad de pago de cada usuario. “Podían calcular cuál era el máximo que podían sacarle a cada uno. Este algoritmo de precios dinámicos nunca juega a favor del consumidor. Es completamente oportunista y no tiene sentimientos.” Cuando hay más demanda, sube el precio, cuando hay menos, baja. La

aberración de este sistema quedó patente ante la inminencia de un huracán en Florida, cuando todo el mundo quería comprar billetes de avión para huir del estado y los billetes se habían disparado por el subidón de demanda.

MP da otro ejemplo, en este caso de una empresa europea. En 2013, Volkswagen fue descubierto utilizando un algoritmo fraudulento en sus coches que permitía reducir los niveles de emisiones de sus coches mientras eran sometidos a pruebas, emitiendo mucho más de lo debido en su uso habitual mientras no eran probados. “Gracias al pequeño código, había once millones de coches en circulación emitiendo cuarenta veces más por encima del nivel permitido”.

Los algoritmos son la tapadera perfecta para “higienizar la discriminación”, explica MP, siendo especialmente peligrosos en su aplicación para selección de personal, control de fronteras o funcionamiento de armas autómatas, como los drones militares.

“La posibilidad de extraer los prejuicios de sistemas de IA desarrollados con machine learning es tan difícil como hacerlo de la cultura popular, porque su manera de aprender el mundo es imitar patrones sutiles en el lenguaje y el comportamiento, y no diferencia entre las manifestaciones públicas (como un artículo) y las privadas (como un correo o una búsqueda)”. En síntesis, los algoritmos reproducen los prejuicios humanos, pero no se ruborizan ni dudan un segundo al hacerlo.

PREGUNTA #8: *¿Es ético el sistema de precios dinámicos?*

PREGUNTA #9: *¿Es aceptable el secreto impuesto por la propiedad intelectual sobre sistemas de decisión algorítmicos que influyen en nuestras vidas?*

5.- REVOLUCIÓN

La crisis de las puntocom dio lugar al crecimiento del movimiento de software libre y el espíritu comunitario en la red. Nacieron las primeras aplicaciones p2p que eliminaban intermediaciones y permitían la conexión directa entre la gente. Surgen páginas de puesta en contacto para compartir información de interés como Craigslist, basadas en el uso de software libre. Breve tiempo después surge Napster, como plataforma de intercambio de archivos masivos, dejando de lado cualquier preocupación por la propiedad intelectual, lo que le costó el cierre tres años después, tiempo suficiente para viralizarse y cambiar la filosofía de la red, que se orientó a servir de plataforma para el intercambio de programas, videojuegos y música. Los primeros años del S.XXI marcaban un punto de inflexión con “la contracumbre de Seattle, la explosión del software libre, el renacimiento de Apple, el ataque a las Torres Gemelas, los Creative Commons, la blogosfera, la red social”, nos dice MP.

El software libre: La libertad nos hará libres

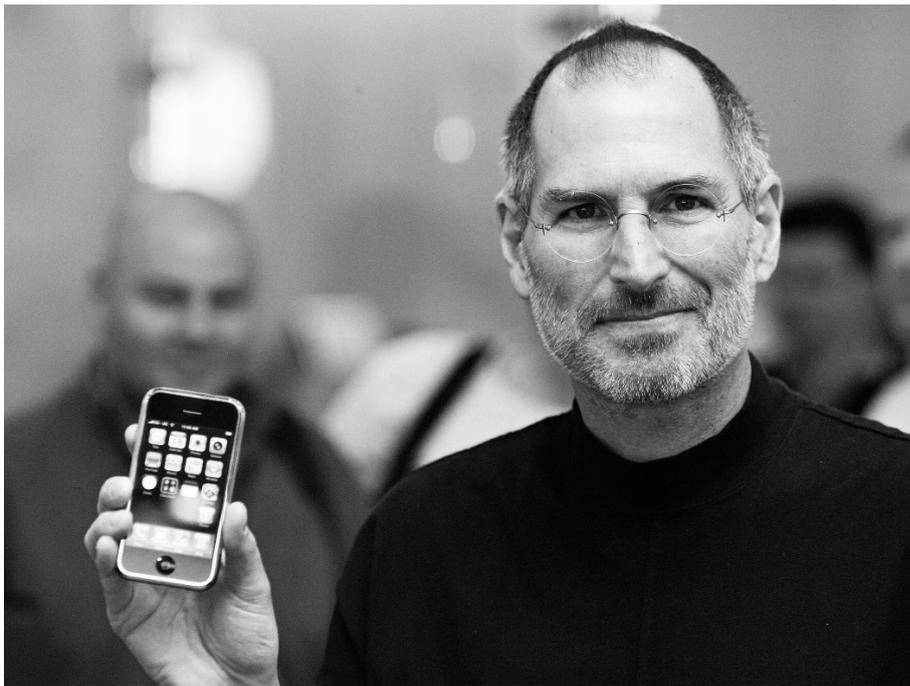
“Napster había nacido en un canal del IRC, la mezcla de foro y tablón de noticias que triunfaba en USENET”, y que según MP sería “la gran universidad de los hackers”, que actuaban con afán de aprender y compartir lo aprendido, sin considerar que pudiesen violar ninguna propiedad intelectual. De ese ambiente surgen genios de la programación colaborativa como Richard Stallman, que comenzó en el MIT, y luego, ya por libre, escribió el sistema operativo UNIX y creó la licencia GPL especialmente diseñada para garantizar la libertad del software y evitar su apropiación por cualquier monopolio. A partir de allí, “el software libre se extendió como un incendio a lo largo y ancho del planeta”, algo que comenzó a preocupar muy seriamente a la gran industria del sector, como Microsoft. Para evitar la limitación del GPL, idearon el concepto “open source” o código abierto, un aparente software libre que en el fondo daba volví a dar cobertura a la propiedad intelectual.

Dos visionarios tóxicos: Steve Jobs y Tim O'Really

“Google, Apple y los nuevos visionarios del mundo de la cultura tecnológica” (cómo la revista Wired) adoptaron la nueva filosofía de “código abierto” y construyeron un nuevo relato de espíritu libre de Internet, alternativo al del software libre. Tim O'Reilly, director de Wired y genio del marketing, fue uno de sus apóstoles más mediáticos.

Mip. Mix. Burn

Steve Jobs es el otro gran apóstol del nuevo credo. “Como Tim O'Reilly, pronto se convertiría en la figura más influyente de la informática contemporánea sin haber escrito una línea de código en su vida. Era otra clase de hacker”. Adoptó una modalidad de licencia abierta a las aportaciones de la comunidad, pero que permite a la empresa registrar en exclusiva sus propios desarrollos con una licencia tradicional. En síntesis, se aceptan ideas, pero las hago mías. Así lanzó el sistema operativo de los Macs, al que bautizó como Darwin. Breve tiempo después, Jobs dio otro golpe definitivo que consolidó su liderazgo, al hacerse legalmente con el mercado de la música ilegal mediante el lanzamiento del iPod.



PREGUNTA #10: *¿Qué prefieres, “software libre” u “open source”?*

PREGUNTA #11: *¿Prefieres bajar música sin coste o pagar Spotify?*

Creative Commons: Algunos derechos reservados

Los software de creación musical dieron lugar a un boom de la autoedición. Lawrence Lessig creó un sistema de licencia flexible siguiendo el modelo del código abierto, de tal modo que pudieran “estar abiertas un rato y cerradas después”. Nació Creative Commons y se convirtió en el nuevo estándar de registro de propiedad.

La trampa de la inteligencia colectiva

MP relaciona la evolución del mercado informático y el uso de internet con el movimiento de contestación anticapitalista y de búsqueda de un mundo más solidario que tuvo su bautismo en la Cumbre de Seattle de 1999.

La promesa de la blogosfera: Vivir para contarlos juntos

El segundo capítulo de dicho movimiento lo representó la cumbre del G8 de Génova en 2001, con cuatro veces más de asistentes (200.000) y una represión policial sin precedentes, que se saldó con la muerte de una manifestante de 23 años por un disparo en la cabeza de un carabiniere. Estas circunstancias coinciden con el auge del llamado “periodismo ciudadano” y los blogs. La primera versión de Blogger era de 1999. “Lo que había empezado como una batalla por el acceso a la información se estaba transformando en una guerra por escribir la historia. Pronto tendrían dos grandes aliados, uno moderado llamado Wikipedia y otro extremista, llamado Wikileaks”. Tal como indica MP, “llega una era dorada de colaboración”, inspirada en el modelo de la Wikipedia y el open source. Por su parte, Julian Assange decide usar las redes para revelar los “códigos fuente” como modo de desmontar la manipulación y revelar la verdad, eliminando todo intermediario.

Un nuevo ecosistema mediático

Apoiada en el nuevo espíritu colaborativo, nace la Web 2.0, que se propone aprovechar la inteligencia colectiva. “Aprender de ellos y construir sobre sus contribuciones”. Es el modo elegante de genios del marketing como O’Reilly para permitir que las principales empresas se hagan multimillonarias “explotando trabajo no remunerado y espiando a millones de personas desprevenidas sin que le parezca un escándalo”.

El nuevo ecosistema incorporó luego a la plataforma de conferencias TED. Creada originalmente por el arquitecto Richard Wurman, conectando la industria tecnológica con la del entretenimiento y el diseño.

Más adelante, las redes sociales dan un paso de gigante con la incorporación de los “likes”, que permiten la interacción y la medición de éxito de cada post, dando origen a los “influencers”.

En su afán de monetización, Google lanza la plataforma de publicidad AdSense, que da origen a híbridos con apariencia de blog que buscan la mayor cantidad de interacciones y abren el camino al fenómeno de las fake news. Las pequeñas editoriales encuentran un medio para competir con los grandes. Así nace, por ejemplo, el Huffington Post, que queriendo competir con el Washington Post, crea un medio basado en cabeceras “virales” y en la colaboración masiva de bloggers que aportaban contenidos gratis, creando un supuesto “periodismo político ciudadano” que le permitió una rentabilidad extrema.

La carrera darwinista, de Napster a The Pirate Bay

El P2P siguió creciendo de modo imparable como plataforma de intercambio de música, videojuegos y películas. MP cuenta la redada de la policía sueca en The Pirate Bay, una plataforma sueca de intercambio P2P, que controlaba un 30% del tráfico de internet y a los 3 días de ser requisada ya estaba en funcionamiento nuevamente desde otros nodos de la red. Poco tiempo después se transformó en el primer Partido Pirata con un eurodiputado en Bruselas, y réplicas en varios países de la UE. “Era un movimiento internacional, descentralizado y con capacidad de intervención política. Ni siquiera querían cambiar el mundo; solo introducir en el Parlamento aspectos del debate político que habían escapado de la atención —y la comprensión— de los legisladores, relativos al control de las infraestructuras, la gobernanza del tráfico de datos y la gestión de derechos de propiedad intelectual”.

En paralelo, en 2008 surge Anonymous como otra opción de activismo político digital, en primer lugar haciendo acciones de bloqueo a los servidores de la Iglesia de la Cienciología. Más adelante, tiraría también las páginas de Amazon, Visa, PayPal y MasterCard, entre otras.

El espíritu colaborativo tuvo otro hito con la transformación de la plataforma P2P Kazaa en “una red para hablar gratis por teléfono, incluyendo llamadas internacionales y hasta intercontinentales. Lo llamaron Skype”. Tras dos años de intentos de bloqueo, el tráfico de voz por IP se integró en los sistemas de telefonía y las tarifas de llamadas internacionales bajaron a sus niveles actuales.

Del movimiento anticapitalista a la web 2.0

MP cuenta el origen de Occupy Wall Street, que comenzó siendo un simple #hashtag en Twitter que imitaba el proceso de las primaveras árabes y tras 4 meses se convirtió en un movimiento real.



PREGUNTA #12: *¿Cuánto influyen en tí los mensajes que recibes a través de Internet? ¿Cuántos “influencers” tienes?*

6.- EL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de Facebook se basa en la obtención de datos personales para permitir la realización de publicidad lo más personalizada y precisa posible. La técnica perfecta para conseguir dichos datos se consiguió con las cookies ya en 1994, “el trocito de código que se pega a tu navegador cuando pasas por un sitio web y que le dice al servidor de esa web quién eres”.

“La concentración de talento en Silicon Valley rivaliza con la de Los Álamos, pero en lugar de armas nucleares están pergeñando sistemas de extracción de datos”, denuncia MP.

En 2008, Facebook incorporó a Sheryl Sandberg como nueva jefa de operaciones. Venía de ser la mentora en Google de sus plataformas de publicidad, AdWords y AdSense. Con Sandberg, Facebook mejoró radicalmente su modelo de monetización, bajo un nuevo lema: “Hacer del mundo un lugar más abierto y conectado”... Incorporó las APIs, que permitieron el uso de aplicaciones diseñadas para

extraer millones de datos de usuarios mediante juegos y “quiz”. Fue también la introducción del botón de “like”, “el último grito en lubricante social”, y la mentora de la compra de datos a data brokers y de Instagram en 2012.

Compraventa de datos personales

“Los data brokers son empresas que se dedican a la compraventa de bases de datos personales. Su trabajo es reunir bajo una sola identidad toda la información dispersa que existe sobre cada persona”. “La integración de todos estos acumuladores de datos en el algoritmo de Facebook disparó los beneficios en un tiempo récord”.



PREGUNTA #13: *¿La publicidad personalizada que recibes por internet te influye o pasas de ella?*

7.- MANIPULACIÓN

MP usa “1984” de Orwell como símil del mundo digital opresivo y manipulador que estamos construyendo. Una mentira que se repite suficientemente se convierte en verdad con facilidad en las redes, dando lugar al concepto de “hechos alternativos” que ya había usado Bush en 2003 durante la invasión de Irak.

La máquina de propaganda infinita

Se refiere aquí a Goebbels y al tratamiento de la comunicación del régimen nazi

Los leopardos se comerán tu cara

A diferencia de “1984”, en la actualidad nadie nos obliga a estar todo el día pegados a la pantalla. La distopía que hoy vivimos, dice MP, “ha sido creada de manera casi accidental por un pequeño grupo de empresas para hacernos comprar productos y pinchar en anuncios. Su poder no está basado en la violencia sino en algo mucho más insidioso: nuestra infinita capacidad para la distracción”. MP hace

referencia entonces a “Un mundo feliz” de Huxley, por el grado de integración total que tenemos con el sistema que nos manipula.

Uno de los aspectos de dicha manipulación es la velocidad. “El acto de pensar es transformador, pero no telegénico. Requiere pausa, paciencia. Una ralentización del tiempo que sería tan desconcertante en un programa de televisión como en un espectáculo de Las Vegas”. Por ello, la información en las redes y el scroll-down van a mil por hora.

Operación Infektion

Internet es el vehículo idóneo para la difusión de noticias falsas, dando alas a las estrategias de desinformación. MP cuenta como la KGB difundió en su día la noticia falsa del origen artificial del SIDA en un laboratorio, una operación a la que llamaron Infektion. “La Operación INFEKTION no había sido diseñada para convencer a la gente de que el virus tenía un origen distinto que el chimpancé que lo contagió al primer humano en el oeste del África ecuatorial. Estaba pensada para generar dudas acerca de la categoría moral del Gobierno estadounidense, capaz de producir armas bioquímicas para acabar con dos grupos vulnerables en su propia casa. ¡Había precedentes históricos! ¿Qué otras cosas les ocultaba el Gobierno?”.

No es casual, nos indica MP, que el nuevo presidente permanente de Rusia sea Vladimir Putin, un exagente de la KGB, dando cuenta de sus campañas de desinformación en relación con Ucrania y la creación de Rusia Today, luego RT, un medio de difusión de verdades alternativas a la visión occidental y anglosajona del mundo.

MP nos explica como todas estas estrategias responden a la teoría de “guerra híbrida” desarrollada por el general Gerasimov, basada en la manipulación de información en redes. “Durante los años siguientes, tanto RT como Sputnik y la Agencia despliegan su guerra híbrida sobre Ucrania y sobre el resto del mundo, amplificando las manifestaciones y enfrentamientos civiles que se desarrollan en Estados Unidos”.

La máquina de propaganda rusa

MP explica aquí como Trump y los servicios rusos conspiraron contra Hillary Clinton y lograron provocar su derrota en las últimas elecciones generales de EEUU.

Todos contra todos

MP explica aquí como agencias rusas recurren a la creación de grupos de Facebook y otras redes para captar adeptos a los que movilizar organizando manifestaciones por internet en USA. “Una sola persona con una conexión a la red desde otro continente había conseguido enfrentar a dos centenares de personas con un puñado de cuentas falsas, un ejército de bots y doscientos dólares en publicidad segmentada. Y no era un caso aislado. Otros cuatrocientos setenta grupos en manos de docenas de cuentas falsas habían convocado otras ciento veintinueve manifestaciones desde San Petersburgo a favor y en contra del derecho a llevar armas, a favor y en contra del matrimonio homosexual, a favor y en contra de los derechos para los inmigrantes, de la escolarización en casa o de las becas para afroamericanos”.

La idea es integrarnos en grupos de pertenencia con un mismo sesgo ideológico, y que dicha pertenencia refuerce nuestro posicionamiento. “La confirmación de nuestro entorno refuerza los sesgos que nos han unido en primer lugar y los radicalizan. Ya no somos vegetarianos sino veganos, no somos progresistas sino radicales de izquierda, no somos personas sino activistas de nuestra propia visión del mundo. Los de la bici no entienden a los del coche, los vegetarianos no se hablan con los taurinos. Los de izquierdas ya no pueden compartir ni un taxi con los de derechas sin empezar una furiosa discusión. Ya no tenemos que negociar nuestra visión del mundo con personas que no la comparten porque somos perfectos”. Con estos grupos, las plataformas de publicidad segmentada

hacen su agosto, creando un ecosistema constante sobre cada individuo, “generando un mundo sin contradicciones a su alrededor”.

No es política, es capitalismo

Uno de los centros de difusión de fake news fue Veles, en Macedonia. En 2016, un centenar de sus habitantes comenzaron a “sacarse cinco mil euros al mes promocionando contenidos virales usando las redes sociales y AdSense”. Su objetivo era ganar dinero. Comenzaron con noticias sobre remedios caseros y dietas milagro, pero tiempo después dieron con la mina de oro: noticias sobre Trump. Lograron generar sinergias con la ultraderecha norteamericana de Breitbart News y Richard Banon, que explotaban la difusión de fake news como estrategia clave de la campaña pro-Trump.

Myanmar: Deshumanizar con memes y mentiras

Aquí MP cuenta como la manipulación de la información y la deshumanización de un colectivo, logra concitar adhesión con las propuestas más discriminatorias y racistas. Da el ejemplo de Myanmar y su represión brutal a la minoría musulmana de los rohinyás (el ejército birmano exterminó en sus casas a 13.000 personas, según denunció Médicos sin fronteras), hacia quienes se había dirigido una campaña de estigmatización en redes que consiguió el apoyo y la complicidad del resto de la población (budista).

Nosotros contra ellos: La campaña del odio

“La deshumanización es una ideología que establece jerarquías entre las personas y determina que algunas tienen rasgos menos humanos que otras”. ...”la falta de contacto con el grupo hace que ya no se activen las áreas específicas del cerebro que vinculamos con la empatía, la comprensión y la identificación con el otro. El roce hace el cariño, la falta de roce hace lo contrario”.

MP realiza este análisis y trae a colación el exterminio judío por parte de los nazis alemanes. Estudios posteriores sobre la sociedad alemana, no descubrieron ninguna particularidad para permitir semejante horror. MP concluye que todo depende de crear las condiciones de manipulación informativa adecuadas.

Golpe al sueño democrático



MP cuenta la historia de Cambridge Analytica y cómo ayudó a Trump a ganar las últimas elecciones. “Christopher Wylie explicó cómo su empresa había usado los datos personales de millones de personas en Facebook para manipular con éxito los resultados de dos procesos aparentemente

democráticos: el referéndum sobre el Brexit y las elecciones estadounidenses de 2016. Que el dueño de la empresa era Robert Mercer, uno de las dos grandes fortunas detrás de la campaña de Donald Trump. Que el arquitecto del proyecto era Steve Bannon, asesor de campaña del presidente y jefe de Breitbart. Habría sido ridículo si no fuera portada en el Guardian y el New York Times, con correos, documentación y material suficiente para corroborar su historia”.

Todo comenzó con un test diseñado por Alezandr Kogan, titulado “This is your digital life”. Era un test especialmente diseñado para extraer datos de las personas que lo respondían y de sus amigos en Facebook. Luego, los datos recopilados los vendió a Cambridge Analytica, quien a su vez compró muchos más datos a varios data brokers, y con esa montaña de datos hizo campaña segmentada a favor de Donald Trump y Bernie Sanders, a la vez que una campaña de desprestigio basada en fake news para destrozar a Hillary Clinton. Y le salió bien: ganó Trump.

PREGUNTA #14: ¿Será la política capaz de poner límites a la manipulación digital de los electores o, por el contrario, este proceso irá a más?

Doctrina del shock a la carta

“En el laboratorio de diseño e ingeniería humanocéntrica de la Universidad de Washington, Kate Starbird estudia un fenómeno interesante: la producción y distribución de noticias falsas y teorías de la conspiración después de una crisis. Su equipo las ha llamado «narrativas alternativas», haciendo un guiño a los famosos «hechos alternativos» de Kellyanne Conway, consejera de Donald Trump”. MP da cuenta de varios ejemplos, algunos vernáculos, como el de Lucía Figar, consejera de educación de la Comunidad de Madrid que encargó un ataque combinado a la Marea Verde, el colectivo de profesores y trabajadores de la educación pública que protestaban contra los recortes.

Whatsapp, el primer medio de comunicación de masas secreto

MP cuenta como en las últimas elecciones en Brasil, Bolsonaro hizo uso de una estrategia de comunicación novedosa basada en la difusión de noticias en grupos de whatsapp que pasó desapercibida a los controles y le permitió ganar las elecciones. “Fue la primera campaña ejecutada exclusivamente en las redes sociales, diseñada para «la nueva ciudadanía». Y asesorada por Steve Bannon, jefe de Campaña de Donald Trump y fundador de Cambridge Analytica”. “El equipo de Bolsonaro creó cientos de miles de chats que recibían un mínimo de mil mensajes diarios. También compró cientos de miles de números de teléfono en Estados Unidos para enviar los mensajes desde un origen desconocido. La campaña diseñó una «estrategia combinada de pirámide y redes en la que los creadores generan contenido malicioso y lo envían a activistas locales y regionales, que después pasan la información a muchísimos grupos públicos y privados. Desde ahí, los mensajes se diseminan aún más cuando las personas crédulas los comparten con sus propios contactos”.

Grupos secretos: La próxima frontera

“En el momento de cerrar este libro, la empresa de Mark Zuckerberg trabaja para unir WhatsApp, Instagram y Messenger en una infraestructura común por medio de la cual los usuarios de todas las plataformas podrán contactarse entre ellos a través de canales cifrados. El ecosistema definitivo para la vigilancia y manipulación de miles de millones de personas en previsión de un futuro irrevocable: pronto seremos muchos más viviendo en mucho menos espacio, compitiendo por menos recursos, en un entorno cada vez más hostil. Y estas infraestructuras de poder centralizado, persistente y

oscuro no están diseñadas para ayudarnos a gestionar esa crisis. Están diseñadas para gestionarnos a nosotros durante la crisis. No nos van a servir para hacer frente al poder. Las herramientas del poder nunca sirven para desmantelarlo”.

PREGUNTA #15: ¿Cómo definirías la visión de Marta Peirano? ¿Tiene un punto conspiranoico o tan sólo revela una verdad oculta a la mayoría de la gente?



-FIN-