

«Silicon Valley no inventó Internet, solo el negocio de extraer valor de los datos de las personas»

Por: Carlos del Castillo. 17/06/2024

Entrevista a Marta G. Franco, autora de «Las redes son nuestras»

Hace mucho que la situación de Internet solo nos da disgustos. Redes sociales que tratan a sus usuarios como mercancía, algoritmos que hacen caja con el odio, plataformas que no ven personas sino perfiles publicitarios. Redes que se usan para concebir iniciativas políticas de ultraderecha, que construyen entornos digitales inhóspitos, espacios comunes privatizados donde no rigen los derechos y libertades sino los términos y condiciones.

Pero no siempre fue así. “Internet era nuestra. Nos la robaron entre quienes viven de extraer nuestros datos personales y quienes necesitan que se extienda el odio, pero antes todo ese espacio era nuestro”. Y si era nuestro, se puede recuperar. Esa tesis y las coordenadas para conseguirlo son la motivación del ensayo de la escritora Marta G. Franco, *Las redes son nuestras. Una historia popular de internet y un mapa para volver a habitarla* ([Editorial Consonni](#)).

Es un libro que pide impugnar ese pesimismo general sobre la red. Porque “esos análisis de Internet que se fijan en lo malo son rigurosos y necesarios”, pero también hay espacio para “recordar que se puede ganar”. En esta entrevista con elDiario.es, su autora recuerda cuáles son las herramientas a nuestro alcance y quién se está atreviendo a usarlas.

¿Nos robaron Internet?

Internet es un invento colectivo, tanto en su origen como en su desarrollo, hecho en parte desde la iniciativa privada, pero también por centros de investigación financiados con fondos públicos, así como por innovaciones creadas desde espacios como el movimiento hacker y el activismo. Nos cuentan todo o casi todo surge en Silicon Valley cuando, en realidad, estuvo mucho más distribuido geográficamente. Y no, no siempre los protagonistas fueron estas pocas personas que son las que se llevan el protagonismo en el relato épico sobre Internet.

En el libro explica que si “nos lo robaron” es porque “íbamos ganando”. Y que lo hicimos hasta tres veces.

Sí, cuando digo que íbamos ganando me refiero a que las tecnologías digitales, Internet, nos estaban sirviendo para comunicarnos, para informarnos y para movilizarnos. Esto ocurre al principio de Internet, cuando surge como una red en la cual personas con interés por compartir empiezan a crear contenidos y a comunicarse a través de ella. En ese sentido, ahí podemos decir que íbamos ganando. También cuando aparecen las redes sociales comerciales, que por supuesto no eran espacios públicos, siempre han sido espacios corporativos, pero conseguíamos utilizarlas para sacar bastante provecho a nivel social de los servicios que nos ofrecían. Es entonces cuando esos espacios sociales se llenan de contenido tóxico y dejan de satisfacer esas necesidades.

¿Una forma de esconder esa historia han sido los mitos? ¿El mito del garaje?

El mito del garaje tiene que ver con el mito de la meritocracia. Que una persona de repente es un genio y consigue hacer cosas increíbles sola, porque tiene grandes ideas o tiene mucha capacidad de trabajo. Pero cuando miras quiénes son estas personas que nos venden como genios, gurús de las tecnologías, para empezar parten de un entorno obviamente privilegiado. Son personas ricas o de clase media-alta que han ido a las universidades de élite en Estados Unidos, que están en California, conociendo a la gente adecuada en el momento adecuado para recibir grandes inversiones iniciales para poder desarrollar su tecnología.

En ese mito también hay apropiación de innovaciones que no inventan esas empresas directamente, sino que las absorben. La historia de Google, por ejemplo,

es la historia de la compra de un montón de tecnologías que estaban funcionando bien. O sea, que ni siquiera arriesga, sino que cuando algo funciona lo compra y lo incluye en sus servicios, como el caso de YouTube o de Google Maps. La lista es más larga, en el libro cuento todas las adquisiciones que hizo en aquellos años. Y por último también lo que ocurre es que hay una tendencia a apropiarse de la innovación de las usuarias de estas herramientas: las redes sociales que usamos la mayoría, cuando las crearon, no estaban previendo los usos que íbamos a hacer. Luego lo que hacen es capturar las interacciones y los usos innovadores que hacen las usuarias para acabar monetizándolas.

Lo que sí idearon es el método para hacer dinero con Internet.

Claro, ellos innovan en el modelo de negocio, en la capacidad de extraer valor de los datos que generan las personas que somos Internet. Pero la estructura de Internet viene de centros de investigación públicos que cooperaron para conseguir tener esta red global. Incluso hoy en día sigue habiendo partes de esa historia que pasan desapercibidas. Por ejemplo, poca gente sabe que el 90% de los servidores del mundo corren sobre software libre, sobre variantes del sistema operativo libre de Linux. O que prácticamente todas las supercomputadoras del mundo también corren sobre software libre. O que incluso en muchos grandes modelos de lenguaje [la tecnología que sirve de base a inteligencias artificiales como ChatGPT] de los que tanto hablamos últimamente, su software está ensamblado de distintos componentes de software libre.

¿Qué opina de la inteligencia artificial y el discurso de que será la próxima revolución de Internet?

La inteligencia artificial sin duda es la gran revolución del modelo de negocio de Internet. Estamos otra vez ante una forma de dar una nueva vuelta de tuerca del extractivismo de datos, de conseguir obtener beneficio de los contenidos y el trabajo hecho por la sociedad en Internet. En el caso de la inteligencia artificial se ve literalmente que los sistemas aprenden de grandes cantidades de contenido publicado por los usuarios, hacen un remix de lo que hemos creado y luego nos lo venden como una herramienta que nos sirve para resolver unos problemas que tampoco terminamos de tener muy claros. Porque, ¿cuáles son? Nos están llevando a creer que tenemos que estar en la inteligencia artificial, que tenemos que utilizar sobre todo las herramientas de IA generativa, que hay que aprender a usarlas, pero

en realidad la mayoría de las veces ni siquiera nos están solucionando tantos problemas. La inteligencia artificial tiene mucho más que ver con el ciclo del *hype* [autobombo] tecnológico que con los problemas que pueda resolver.

De hecho, ¿“inteligencia artificial” no es más una etiqueta comercial que una tecnología?

Exacto. Existen los grandes modelos de lenguaje, existe el aprendizaje automático, existen una serie de técnicas que sí son tecnologías propiamente dichas, pero “inteligencia artificial” es una etiqueta de esta nueva vuelta de tuerca del modelo de negocio. Es una etiqueta que sobre todo se correlaciona con una ideología que consiste en afirmar que podemos resolver todos los problemas que tengamos con más tecnología.

El libro, pese a todo esto, intenta aportar un punto de vista optimista y defiende que podemos recuperar Internet.

La gran mayoría de los análisis de internet que son negativos y se fijan en lo malo son rigurosos y necesarios. Pero también tiene sentido fijarnos en aquellas partes de la historia y del presente que no están tan iluminadas para poder extraer aprendizajes, ver cosas que pueden funcionar y ver posibles vías de salida. Entonces no es que el libro omita todo el desastre que tenemos ahora mismo en Internet y las tecnologías digitales, sino que trata de agarrarse a aquellos espacios que sí que nos permiten buscar vías de salida.

Por un lado, en la primera parte del libro intento contar partes de la historia que no se han contado tanto, que están más allá del relato épico de Silicon Valley. Por otro lado, el libro también es un mapa de muchas iniciativas que se están haciendo más allá, que ya son factibles, que ya funcionan o de muchas ideas que también se están desarrollando para poder tener espacios digitales más saludables.



Foto: Marta G. Franco, autora de 'Las redes son nuestras'. Elvira Mejías

Las redes sociales fueron clave en el ciclo político del 15M y en los Ayuntamientos del cambio. Usted formó parte del equipo de Manuela Carmena. ¿Fue ese el punto de inflexión de las redes sociales?

Yo creo que es bastante evidente que de la misma manera en la que en aquellas elecciones de 2015, cuando se ganaron muchas ciudades, se hizo el análisis de se había conseguido gracias a las redes sociales. En la otra parte, las personas que tenían intereses políticos opuestos reaccionaron rearmándose en las redes sociales para contraatacar. En aquellos años se empezaron a asignar muchos más recursos y mucho más presupuesto. Antes, la comunicación política se jugaba más en prensa y en aquellos años se dio la vuelta y se jugaba más en redes. Y se convirtió en un terreno en el que gana quien más dinero tiene.

En aquel ciclo político el activismo digital tenía un papel muy relevante en España. Las protestas contra la ley Sinde fueron uno de los catalizadores del propio 15M. Sin embargo, después se ha ido diluyendo. Ahora mismo ningún partido tiene una política fuerte sobre redes. ¿Qué opina de esto?

Estoy completamente de acuerdo con el análisis. Y además, añadiría no solamente los partidos e instituciones, sino que a nivel de la política más de base de movimientos sociales y sociedad civil, antes este tipo de preocupaciones *hacktivistas* atravesaban todos los colectivos y ahora en muchos casos no aparecen. Supongo que en parte tiene que ver con aquella explosión de uso de las redes sociales comerciales. Aquella capacidad que nos dieron para comunicarnos, de llegar a mucha más gente, nos pareció en su día que merecía la pena y por eso descuidamos otro tipo de iniciativas que nos pudieran servir para tener espacios digitales públicos, autogestionados, autónomos. Nos metimos muy de lleno en aquellos años en los que las redes sociales comerciales, a pesar de todos sus problemas, si parecía que nos servían para nuestro propósito de comunicarnos y dejamos olvidado el otro lado. Ahora parece muy difícil volver a lo que estaba construido antes, sin duda.

En el libro expone que herramientas del siglo XIX y XX, como las cooperativas y los sindicatos, pueden servir para arreglar el Internet del siglo XXI.

Son herramientas tradicionales, pero que se pueden actualizar en sus formas. Por ejemplo, yo hablo de la organización de los trabajadores. En lo que estamos viendo a nivel de los trabajadores de las plataformas, no está siendo los sindicatos tradicionales, sino en colectivos tipo Riders x Derechos. Todo lo que sea organización en espacios sindicales, en cooperativas y en asociaciones o lo que sea la solución colectiva es lo que nos puede llevar a buscar salidas. Yo no quiero idealizar esas herramientas. No son ideales; evidentemente tienen muchos fallos. Pero son las que tenemos a mano y creo que tenemos que ser capaces de identificar cuáles son los lugares de luz que tenemos que cuidar y potenciarlos para que nos ayuden a crecer, en lugar de buscar la herramienta definitiva perfecta, porque así solo nos quedamos en un sitio de inacción. Hay una cuestión de pragmatismo, de intentar agarrarse a aquellas herramientas que pueden ser útiles.

También cita el feminismo y el decolonialismo como las principales corrientes ideológicas contra el discurso hegemónico sobre Internet de Silicon Valley.

Hay un problema cuando tenemos este discurso de hablar del Internet antiguo, ya que podemos caer en la nostalgia por algo que tampoco era perfecto. Uno de los problemas que tenía Internet es que era una cosa mucho más minoritaria. Al principio solo estaban un puñado de hombres blancos en Estados Unidos y Europa. Luego se fue extendiendo un poco pero casi siempre en el norte global. El Internet de ahora tiene la ventaja de que es prácticamente global. Es mucho más accesible. Pero para que realmente no sea un modelo tecnológico que contribuya a aumentar la desigualdad (que parece que es el camino por el que va la inteligencia artificial) necesitamos darnos el tiempo y el espacio para poder pensarlo en coordenadas completamente distintas. En este sentido, como pasa en todos los problemas políticos que tenemos a nivel global, desde el sur global y desde espacios fuera del centro, se está teniendo más imaginación política. Los movimientos feministas decoloniales son quienes se están atreviendo a pensar tecnologías que realmente tengan en cuenta los cuidados, criterios que no pasan siempre por la eficiencia

económica, sino que también tienen en cuenta a las personas a las que afectan, la calidad de vida, el medio ambiente y sobre todo, tender hacia un modelo de redistribución de la riqueza que sea globalmente más justo.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Occidente

Fecha de creación

2024/06/17