

Los Otros Silicon Valley

“INTERNET NO ES LO QUE USTED CREE QUE ES”. LA REVELACIÓN A LO ‘MATRIX’ LA HACE EL SOCIÓLOGO FRANCÉS **FRÉDÉRIC MARTEL**. SE HA COLADO EN **LAS ENTRAÑAS DIGITALES DE 50 PAÍSES** Y HA ESCRITO UNA BIBLIA ‘GEEK’: **‘SMART. INTERNET(S): LA INVESTIGACIÓN’**. SU CONCLUSIÓN: INTERNET NO ES GLOBAL Y CADA VEZ “ESTARÁ MÁS TERRITORIALIZADO Y MENOS EN INGLÉS”. EN CINCO AÑOS, AÑADE, HABRÁ **5.000 MILLONES DE PERSONAS CONECTADAS A LA RED**

TEXTO ANA SÁNCHEZ





“CADA 48 HORAS CREAMOS EN LÍNEA TANTOS contenidos como los que hemos creado desde el nacimiento de la humanidad hasta el 2003”. El dato lo calculó uno de los popes de Google, Eric Schmidt. Migajas *on line* si se comparan con lo que está por llegar. En 10 años, los ordenadores serán 64 veces más rápidos. Y “aún estamos al principio de la transición digital”, añade Frédéric Martel.

Los datos que este sociólogo francés incluye en su nuevo libro, *Smart. Internet(s): la investigación* (Ed. Taurus), harían arquear las cejas hasta a los *geeks* de *The Big Bang Theory*. Hay cerca de 7.000 millones de móviles activos en un mundo de 7.100 millones de habitantes. Al otro lado de la pantalla del ordenador, hay 2.700 millones de personas conectadas a internet. En cinco años, serán 5.000 millones. “Es una revolución –añade Martel– que desafía las leyes de la historia y de la geografía”.

Frédéric Martel es un evangelista de internet. Ha recorrido el mundo durante tres años y se ha colado en las entrañas digitales de 50 países. Ahora predica su moraleja digital: “Internet no es lo que usted cree que es. No es lo que la propaganda de Silicon Valley dice que es”. Solo le falta dar a elegir entre una píldora roja y una azul a lo *Matrix*.

Lo que la propaganda de Silicon Valley dice que es internet: todo está conectado, las fronteras han desaparecido, la cultura se uniformiza, el mundo vuelve a ser plano y bla bla global. Pues no, replica Martel. “El mundo no se vuelve plano a medida que se amplía, sino que se desarrolla en profundidad”.

No hay un internet global, es su conclusión. “Y no lo habrá nunca”. Ni siquiera es único el idioma *mainstream* de internet: el inglés americano globalizado –el *globish*, lo llaman de forma peyorativa–. Ha mutado a *singlish* en Singapur, *chinglish* en China, *tanglish* en India y *spanglish* entre los hispanos de EEUU. Y la tendencia –augura Martel– es utilizar *on line* el propio idioma.

Cerca de 7.000 millones de teléfonos móviles están activos en todo el mundo para una población de 7.100 millones

Así que el último libro del sociólogo es contraintuitivo, advierte el propio autor. Pese a su imagen global uniforme –apunta–, internet es diferente en todas partes. No es lo mismo aquí que allí. Está “fracturado en función de las culturas, las lenguas, las religiones”. Es la “razón profunda”, apunta, del éxito de Google, Wikipedia, Twitter. “Son globales y estadounidenses, pero se vuelven útiles sobre el terreno”.

Uno de cada siete habitantes del planeta usa Facebook. Y cada uno escribe en su lengua.

“El *network* es global. El *software*, las *apps* son globales y con frecuencia americanas –comenta Martel–. Pero las conversaciones no”. “Internet –predice– estará aún más fragmentado, territorializado y cada vez menos en inglés”.

MARTEL HABLA DE INTERNETS, CON MINÚSCULA, en plural. “Internet ya no existe –compara a lo monárquico de luto–. ¡Que vivan los inter-nets!”. Lo resume con una palabra: geolocalización. Es el abracadabra digital. “Los datos pueden estar albergados en las nubes –advierte–, pero nosotros tenemos los pies en la tierra”. De hecho, recoge en el libro, “todas las empresas digitales de éxito en este momento, como Airbnb, Path, Yelp, Nextdoor, son las que permiten que la gente se conecte entre sí In Real Life” (IRL, según la abreviatura que circula *on line*). La vida real pesa más que la vida *on line*.

En la India, hay *apps* del dios Shiva. En Egipto, las más populares son las aplicaciones *halal*: se accede al Corán vía móvil y hay brújulas en los *smartphones* que señalan a La Meca.

Solo hacen falta unos segundos frente al ordenador, menos de un minuto, para acceder a más contenidos de los que almacena la Biblioteca del Congreso de EEUU, la más voluminosa del mundo. Y hay una ley –la ley de Moore– que predice que la capacidad de los microprocesadores se multiplicará por dos cada 18 meses.

“La fortaleza y la debilidad de internet es, al mismo tiempo, la abundancia”, asume Martel. Los algoritmos de los buscadores, augura, dejarán de ser eficientes. Para elegir entre toda esta avalancha de información, el francés se ha inventado un término: *smart curation*. Se necesitarán comisarios de contenidos, explica, que utilicen a la vez los algoritmos y el juicio humano.





Arriba, el edificio de Google en el Silicon Valley californiano. Junto a estas líneas, proyecto del futuro parque tecnológico Skolkovo, a 30 kilómetros de Moscú, que prevé inaugurarse el año que viene. Abajo, a la izquierda, iHub, el cuartel

general de la comunidad digital de Nairobi. A la derecha, un paseo de Electronics City, en Bangalore (India). La app que aparece al lado es iQuran Lite: el Corán en formato móvil.



Otras dos palabras-mantra: *digitally literate*. Son el futuro de internet, apuntan los gurús *tech* veinteañeros. La alfabetización digital. “La capacidad de saber leer la red se considera hoy un factor de desarrollo económico”.

HACE AÑOS QUE UNO PUEDE HACERSE apesotosamente rico sin haber cumplido los 30. Ya ni siquiera se necesita un garaje en el que empezar. Basta un *laptop* con manzana, una cuenta de Dropbox y consignas en inglés en la pared: *Change the world* (cambia el mundo). *Innovate or die* (innova o muere). *Is connectivity a human right?* (¿es la conexión a internet un derecho?)

“La tecnología es importante –apunta Martel–. El dinero es importante. Pero la clave es tener ideas”. El sociólogo tira de la metáfora creativa de moda: *thinking outside the box* (literalmente, pensar fuera de la caja). Se buscan ideas no convencionales.

En Soweto (Suráfrica), no hay agua corriente potable, no hay electricidad y todo el mundo tiene un móvil. La linterna es la *app* más popular y los móviles se recargan con las baterías de los camiones o con paneles solares. “El 80% de lo que sé lo he aprendido en internet”, le confesó a Martel un escritor y periodista local.

¿Que si internet puede combatir la pobreza? “No es una herramienta milagrosa que da una solución por clic, pero...”. El sociólogo añade un pero con kilometraje: estuvo en Kibera, el mayor suburbio de África en Nairobi, en favelas de Brasil, guetos negros de EEUU, barrios marginales de México y la India. “He visto cómo cientos de *start-ups* en docenas de guetos de todo el mundo le cambiaban la vida a la gente”, asiente. Por ejemplo: la *app* M-Farm ayuda a los agricultores a negociar mejores precios en los mercados. Ushahidi permite construir mapas de los guetos (con sus puntos de acceso a agua y electricidad).

El mapa *on line* vendría a ser ahora mismo un Wild Wild West en el que se desenfundan *start-ups* en vez de pistolas. La conquista del World Wide Web. ¿Quién va en cabeza? “EEUU es el jugador principal y no se va a ir a ninguna parte –señala Martel–. Pero no estará solo”. Según el sociólogo, hay vida digital más allá de los mercados emergentes, los BRIC (Brasil, Rusia, la India y China). Incluso de su mutación a BRIICS (con Indonesia y Suráfri-

Los algoritmos de los buscadores dejarán de ser eficientes, dice Martel. En segundos se accede a más contenidos que en la biblioteca más voluminosa del mundo

ca). “También están México, Colombia, Chile, Turquía, Kenia, Vietnam, y puede que Egipto e Irán también”. Europa no sale de momento en este mapamundi *smart*. “Nuestro mercado digital, con 500 millones de consumidores, es más grande que el norteamericano”, Martel saca pecho con datos antes de la autocolleja. ¿El punto débil? Que “nuestros gigantes de internet son comprados fuera”. Meetic, Skype y Nokia, por ejemplo, son ahora de EEUU.

A continuación, le sacamos las vísceras cableadas al mundo. Estos son algunas de sus capitales digitales.

Silicon Valley (California)

“NO ES TANTO UN LUGAR –describe Martel– como un estado de ánimo”. El famoso Valle californiano es el pasado y el futuro de lo digital: ahí están Hewlett-Packard y Square. La lista de compañías con cuartel general en San Francisco quitaría el hipo de golpe a cualquier millonario: LinkedIn, Airbnb, Dropbox, Google, Facebook, Apple, Twitter. Así que ahora todo el mundo quiere su Silicon Valley, “aunque ni siquiera estén en un valle”. Advertencia para quien se esté frotando las manos: Silicon Valley puede ser el modelo, pero “no es imitable”, sentencia Martel. Los ingredientes que le definen, añade el sociólogo, le son propios: “La diversidad cultural; la tolerancia al fracaso; Stanford...”. Se calcula que los exalumnos de esta universidad han creado unas 69.000 empresas. Entre sus antiguos estudiantes están los fundadores de Google, Yahoo, Instagram o eBay.

Denominador común: creatividad, relajación (en los campus todo es gratis: la comida, la lavandería, el peluquero) y reinención permanente. “La noción de perennidad aquí no existe. Nunca se puede dar nada por sentado”, le dijo a Martel un inversor. La expresión de moda es “*to fail quick*”. Fracasar deprisa. Aquí fracasas, te levantas y lanzas una nueva *start-up*. a

a **Electronics City, Bangalore (India)**

EN LA INDIA HAY 15 VECES MÁS ABONADOS al móvil que personas que declaran sus ingresos al fisco. Es el país que produce más ingenieros de habla inglesa fuera de EEUU. “En la India hablamos tantas lenguas [22 oficiales], que no es difícil para un informático aprender nuevos lenguajes”, le contó a Martel un desarrollador de Yahoo India.

El Silicon Valley de la India está al sur de Bangalore. Electronics City o IT City, la llaman. Vendría a ser la trastienda de Silicon Valley. Ser *bangalorizado*, dice Martel, es peyorativo. “Significa que los salarios se han dividido por cinco y hasta por diez para trasladarse, en régimen de subcontratación, a Bangalore”. Un empleado de Yahoo gana 750 euros al mes.

“Son gente *smart-creativa*”, resume Martel. Ahora tienen entre manos el ambicioso proyecto Unique ID: el carnet de identidad única. Pretenden dar, de aquí al 2017, un DNI electrónico a cada uno de los 1.300 millones de habitantes del país. Eso son 13.000 millones de huellas digitales y 2.600 millones de ojos escaneados.

Porto Digital (Brasil)

ES EL BARRIO DIGITAL DE RECIFE, al nordeste de Brasil: sus calles esconden 25 kilómetros de fibra óptica. “Es una *smart city* que antes era un antiguo puerto industrial clave –describe Martel–. Está vinculada a un lugar. Funciona”. Ya se han instalado aquí más de 200 *start-ups* con 7.000 empleados, recoge el libro. En el 2020, esperan acumular 20.000 trabajadores. Utilizan el “modelo económico de la tripe hélice. La innovación depende de la interacción entre tres esferas: el mundo universitario, la industria y el Estado. Ninguna domina sobre la otra”.

La brasileña es la segunda nacionalidad de Facebook (detrás de EEUU y por delante de la India): más de 65 millones de usuarios. Menos del 40% de los brasileños tienen acceso a internet en casa –apunta Martel–, pero el número de tarjetas SIM de los móviles a veces supera al de habitantes (la mayoría son de prepago).

Si en un ordenador de Irán se busca “sexo” en Google, el buscador sugerirá que compre el Corán. En Rusia, el régimen coloca manualmente en los buscadores unos artículos por delante de otros. En China, se dice que hay 100.000 policías de la red

un poco como ir a Harvard o a Stanford”, comparan ellos. Adquieren “una pericia informática única en el mundo”, añade Martel. Conclusión: “Israel ocupa la segunda posición en cuanto a número de empresas cotizadas en el Nasdaq”.

Irán

SI UNO TECLEA LA PALABRA “SEXO” EN GOOGLE en un ordenador de Irán, el buscador sugerirá que compre el Corán. Si pone “Dick Cheney” (el exvicepresidente de EEUU), también se censurarán los resultados por mencionar la palabra “dick” (*polla*, en inglés). Pregunta de doble filo: ¿internet promueve el control político o la libertad de expresión? “Ambos



Silicon Wadi (Israel)

SILICON VALLEY, EN HEBREO. El Valle aquí es virtual y está en todas partes. Han creado una auténtica “*start-up nation*”, asegura Martel. Es un país de apenas 8 millones de habitantes y acumula más *start-ups* que la mayoría de los países desarrollados, recoge el libro. De aquí han salido Viber o Waze. “Solo en Tel-Aviv hay más *start-ups* que en toda España”, compara el sociólogo francés.

Internet está ligado al Ejército: los *geeks* locales han pasado antes por las unidades del Tsahal (las fuerzas armadas israelíes). “Es

–responde Martel–. Es como un teléfono fijo: lo pueden usar los dictadores y los liberales”.

En Irán, el control de internet se instauró en el 2009. Facebook, Twitter y YouTube están oficialmente bloqueados. Es “el país de los blogs”, lo llama Martel. “Se estima que hay unos 70.000”. Hace solo tres años, uno de estos blogueros fue detenido por la ciberpolicía iraní y torturado hasta la muerte.

La base de operaciones contracultural de Irán está en *Tehrangales*, como llaman al barrio de Westwood, en Los Ángeles, donde viven más de 80.000 iraníes. “Miles de jóvenes iraníes

exiliados inventan en tiempo real *software* para desactivar las argucias de la censura de su país de origen. Aprovechan el desfase horario para *desbloquear* la web”.

China

TENER ÉXITO DIGITAL EN CHINA significa saltar de golpe a los puestos de Champions. Hay 560 millones de internautas (tantos como en Europa y Norteamérica juntas). Hay que buscar el Silicon Valley chino en la periferia de Beijing. Aquí está el campus de Baidu, el principal competidor mundial de Google. Su éxito, explica Martel, se debe básicamente a que han eliminado a todos los competidores estadounidenses. “Los modelos de EEUU

han sido prohibidos o bloqueados o bien comprados”. Y los chinos los han duplicado. “Alibaba [una mezcla de Amazon, eBay y PayPal] es el símbolo de la web china y Ma Yun es su Steve Jobs”. En vez de Google, se utiliza Baidu. No hay Twitter, sino Weibo; no hay Facebook, sino Renren, y hay tres clones de YouTube (Youku, Tudou y Baidu Video) y dos de Wikipedia (Hudong y Baidu Baike). Alguna función original se han inventado, replica la portavoz de Weibo. La posibilidad de tuitear una foto, asegura, la introdujeron antes en Weibo que en Twitter.

Pero la censura –lamentan los blogueros chinos– también ha mejorado. “Ahora es más sutil”. En vez de cerrar un portal, por ejemplo,

predicción –augura el sociólogo–: no funcionará”. Los nuevos rusos también tienen de fondo de escritorio un iPad y un MacBook Air, pero en Rusia falta espíritu de colaboración, dice. “Hacer que la gente trabaje en equipo es un desafío”.

En cifras: cerca del 50% de la población rusa tiene acceso a internet en casa. Esto es: más de 70 millones de personas. “La mayoría de los grandes actores digitales son locales, salvo Wikipedia y Twitter”. Aquí también hay que mirar internet como los chinos: con ojos rasgados de sospecha. La censura es muy hábil, denuncia Martel. El régimen es accionista de “sitios sensibles” (como el Yahoo ruso: mail.ru) y la censura juega con la indexación. Se filtra el Google ruso (Yandex) y se ponen manualmente unos artículos por delante de otros.

Silicon Savannah (Konza Techno City, Kenia)

UNA FUTURA CIUDAD DIGITAL ENTRE JIRAFAS

y cebras. En vez de valle, es sabana. De momento, solo se ha puesto una piedra. Hay 2.000 hectáreas reservadas a una hora y media al sudeste de Nairobi. “A dos horas en coche de cualquier ciudad, en mitad de ninguna parte”, apunta Martel. “De momento, solo es el proyecto de un dictador”. ¿Y la pobreza en África?, ¿y el sida?, ¿hay medios para tanta ambición?, preguntó el sociólogo in situ. La respuesta del Gobierno: “Es cuestión de prioridades”.

“No funcionará”, augura Martel. “Dejemos que las *start-ups* vivan su vida en Nairobi, donde ya están explotando”. De momento, el mini-Silicon Valley de Kenia está instalado en iHub, un edificio moderno al oeste de Nairobi, cuartel general de la comunidad digital.

Chilicon Valley (Chile)

MARTEL ACABA DE VISITARLO, así que no está incluido en el libro. Es un pequeño país con menos recursos que Brasil y México –adelanta el francés–, pero han encontrado un nicho digital: captar a los cerebritos extranjeros de Silicon Valley que no consiguen el visado para quedarse en EEUU. “Los ingenieros indios o emprendedores surcoreanos que se gradúan en EEUU pero no pueden quedarse en el país terminan en Chile”. **DOM**



Junto a estas líneas, Porto Digital, el barrio digital de Recife, en Brasil, donde ya se han instalado 200 *start-ups*. A la izquierda, una calle de *Tehrangeles*, como llaman al barrio de Westwood de Los Ángeles, sede contracultural de Irán. Al lado, el sociólogo francés Frédéric Martel, autor del libro *Smart*, y el Steve Jobs chino, Ma Yun, presidente del grupo Alibaba. Abajo, Baidu y Weibo, el Google y el Twitter chinos.



hacen que las páginas aparezcan más lentas. Se dice que hay 100.000 policías de la red.

Skolkovo (Rusia)

O “CÓMO CREAR UN SILICON VALLEY en un pueblo congelado a 30 kilómetros de Moscú”, resume Martel. Este parque tecnológico prevé inaugurarse en el 2016. La intención es combatir el *síndrome Sergey Brin* (el cofundador de Google nació en Rusia y se fue a vivir a EEUU). Incluso tendrá una inmensa bola de vidrio con microclima californiano (fuera, en invierno, habrá 30 grados bajo cero). “Mi

Israel, un país de apenas 8 millones de habitantes, acumula más ‘start-ups’ que la mayoría de los países desarrollados. Solo en Tel-Aviv, ya hay más que en toda España