

«Nos atrae lo que creemos que es gratis en Internet y nos acaba saliendo carísimo»

Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña Empresario y escritor

El analista de la era digital presenta su libro 'El quinto elemento' en el Aula de Cultura de El Norte



VALLADOLID. Primero fue 'desnudando a Google', (2012) y ahora es 'El quinto elemento' (editorial Deusto). Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña lleva dos décadas trabajando en el entorno de Internet y asistiendo a su penetración en la vida de los ciudadanos. El consejero delegado de Ocio Networks y del Grupo Gestiona decidió poner sus reflexiones al servicio de todos, porque «la gente desconoce» como son usados por quienes operan en la Red de Redes. En este 'quinto elemento' operan las agencias de inteligencia, es campo abonado para el espionaje, acumula información personal de todos nosotros, allí las empresas tecnológicas determinan nuestros hábitos, es un nido discreto para actividades terroristas, y un largo etcétera de cuestiones que desarrolla el empresario en este ensayo. Mañana hablará de ello en el Aula de Cultura del El Norte, patrocinada por Caixabank, con la colaboración del Ayuntamiento y la Junta.

–¿De dónde surge su inquietud por el 'lado oscuro' de Internet?

–Me dedico a Internet desde 1996. Esta es una visión completa, de 360 grados, que la gente no tiene. Es como si la gente solo viera la cara 'a' de la Red, estableciendo la comparación con los vinilos, y le estuviera vedada la 'b', la de los riesgos que vienen de la mano de los avances porque no aparece en los medios y es desconocida. En 2012 publiqué 'Desnudando a Google', un libro que denunciaba las actividades del buscador agresivas con los usuarios. Este otro es una continuación lógica. Cuatro años después ya no es una cuestión de empresas tecnológicas sino de grupos criminales, de agencias de inteligencia, son las que están utilizando la Red de manera agresiva que el usuario debe conocer.

–¿Somos una sociedad obnubilada por el espejismo tecnológico, que se confía ingenuamente a la novedad?

–Somos una generación única, los últimos inmigrantes digitales, la generación que ha vivido el cambio de lo analógico a lo digital ya que los menores de 18 son los primeros nativos digitales. Nosotros hemos vivido un cambio con especial viru-



El empresario Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña. :: EL NORTE

«La última generación inmigrante digital cree que es más moderna por abrazar lo último en tecnología sin hacerse demasiadas preguntas»

«La Red permite segmentar su público y tratar personalmente al destinatario»

lencia, de forma un poco patosa. Hemos entrado en la tecnología como elefantes en una cacharrería, tomando decisiones erróneas porque nos parecía que si no estás te quedas fuera, lo identificamos con ser más moderno y nos ha llevado a abrazar los avances tecnológicos sin hacernos demasiadas preguntas.

–¿Eso no les pasa a los nativos digitales?

–Han entrado de forma natural, no tienen prisa, valoran mejor si quieren utilizar algo o no, carecen de la anterior ansiedad por probar todo cuanto antes. No sienten que si no tienen el último teléfono, si no están en la última red social están fue-

ra del mercado. Quizá se deba a que han tenido ya formación sobre seguridad y tecnología en la escuela y en las universidades y les sirve para tomar mejores decisiones.

–Aborda la cuestión de la Internet profunda (no vemos el 70% de la información) ¿es una cuestión cualitativa además de cuantitativa?

–Sí, porque el Internet profundo escapa del control legal y judicial. Allí hay muchos servicios atractivos y muchas estafas. Y son sostenibles por su anonimato, es prácticamente imposible ser pillado a no ser que la persona que delinque cometa alguna imprudencia.

Seguridad en cuestión

–¿Esos abusos se dan más en el ocio o en el negocio?

–En los dos. Tenemos casos y ejemplos de ambas. La realidad es que Internet se ha convertido en herramienta indispensable para los dos y en nuestro talón de Aquiles en cuanto a nuestra seguridad.

–Casos como 'wikileaks' o desvelar los correos personales de los inversores ¿han cambiado la noción de seguridad y privacidad?

–Son solo la punta del iceberg. No son casos aislados sino los conocidos de mucho más material del que se ve, es más habitual de lo que se cree.

–¿Qué pasa con los datos personales que se dan alegremente a cualquier requerimiento por la Red?

–Creemos que lo gratuito es atractivo, confiamos en las cosas que son gratis por Internet y nos están saliendo muy caras. Porque hasta para aceptar un servicio por gmail hay quince folios que leer para aceptar ese servicio y nadie los lee. Está preparado para que nadie lea los términos de eso que contratamos, nos da la impresión de que es gratis. Eso lo que conlleva es que el producto eres

tú y lo gratis se convierte en caro. –Más allá de las compras ¿qué riesgos apunta?

–Los masivos, los que la gente desconoce. Hoy en día todo está conectado a la Red, desde los aeropuertos hasta el AVE o las centrales nucleares. Ese es nuestro talón de Aquiles. Cualquier ataque a las infraestructuras nos hunde. Si mañana un hacker, y hay intentos cada día, accede a la compuerta de un embalse cerca de una ciudad, puede anegarla en cuanto quiera. Internet no va solo de tarjetas de crédito, sino que implica un riesgo físico y de seguridad para las personas.

–¿Ve una Internet libre o solo se sostienen por ese usufructo publicitario e informativo?

–Es que Internet es anarquía, un mundo paralelo al físico y eso hace que tenga cosas buenas y malas. No es peor o mejor que el resto de la sociedad. Es el reflejo fidedigno de la calle.

–¿Seguirá siendo un manantial de datos para el marketing?

–La Red permite algo diferencial con respecto a otros medios masivos que es segmentar y tratar individualmente a las personas, no tratarlas como masas. A nivel de comunicación y demoscópico esa es la gran diferencia que permite Internet.

AULA DE CULTURA

El invitado

Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña: Consejero delegado de Ocio Networks y Grupo Gestiona.

Tema: 'El quinto elemento'.

La cita

Día y hora: Miércoles, 2. 20:00h.

Lugar: Círculo de Recrero.