RdL Revista de Libros

THE MASTER SWITCH. THE RISE AND FALL OF INFORMATION EMPIRES
Tim Wu
Alfred A. Knopf, Nueva York

El futuro de Internet

Manuel Arias Maldonado
1 diciembre, 2011

Quien encienda el televisor durante una noche de insomnio y se encuentre con un señor bronceado que trata de convencerle de las virtudes de alguna dieta milagrosa, difícilmente establecerá una relación entre la televisión por cable que dio origen a esta clase de emisiones y la defensa de los valores progresistas. Sin embargo, eso mismo es lo que sugería el periodista neoyorquino Ralph Lee Smith, en su exitoso manifiesto *The Wired Nation,* a finales de los años sesenta: que la televisión por cable era la tecnología capaz de rescatar el pluralismo expresivo de las garras del gigantismo monopolista que dominaba la vida estadounidense desde la década de los cuarenta. Más concretamente, el cable estaba llamado a sortear el control que AT&T ejercía sobre unas líneas de larga distancia a las que solo podían acceder unas cadenas –NBC, ABC, CBS– que en la práctica dominaban la conversación nacional. Y lo mismo cabía decir de las televisiones públicas europeas. Hasta ese momento, el cable no era sino un medio de andar por casa que operaba a pequeña escala en contextos locales. Únicamente una decidida intervención gubernamental podía dar la vuelta al trato de favor dispensado hasta entonces a las grandes firmas y, aunque hoy pueda sorprendernos, fue Richard Nixon quien promovió ese giro legislativo, por razones que en parte tienen que ver con su legendario odio al *establishment* federal. Entre otras cosas, su audaz política antimonopolista autorizaba a cualquier empresa a poner en órbita un satélite para garantizar sus emisiones,

Revista de Libros.com ISSN 2445-2483

posibilidad que aprovechó el empresario Ted Turner para crear una red de canales que consolidaron la nueva tecnología e hicieron de la televisión un medio abierto. Es cierto que la oferta de Turner se basaba en las reposiciones, la lucha libre y los dibujos animados, es decir, en contenidos que difícilmente elevan la conversación pública y fragmentan la audiencia de un modo que –para no pocos comentaristas– debilitan peligrosamente el sentido de comunidad y el funcionamiento de una sociedad democrática. Pero quizás esa fragmentación es el estado natural de una sociedad pluralista y corresponde al ciudadano elegir si se sienta a ver el último combate de Erik el Vikingo o un informativo de la CNN que fundara en 1980 –cosas veredes– el propio Turner.

Esta pequeña historia condensa por sí sola el ambicioso trabajo de Tim Wu, destacado colaborador de revistas como *Slate* o *The New Yorker* y profesor en la Universidad de Columbia. Su tema no es otro que el devenir de las industrias de la información desde el siglo xix hasta nuestros días, con especial atención a sus consecuencias sociopolíticas y a las enseñanzas que de ahí puedan extraerse para nuestro presente. Y la premisa de que arranca es que estas industrias no son como las demás, porque su configuración determina el horizonte cognitivo de los ciudadanos y con ello la salud misma de nuestras sociedades. No podemos regular el mercado radiofónico como regulamos el mercado agropecuario. En fin de cuentas, aquello que pensamos depende de la información a la que tenemos acceso, esto es, que desarrollaremos mejores o peores ideas según la riqueza y diversidad de los medios de comunicación –en sentido amplio– de que disponemos. Es claro que existe una enorme distancia entre las *posibilidades* cognitivas de que dispone un ciudadano y el *uso* que hace de ellas, pero un requisito esencial de la democracia liberal, como subraya Giovanni Sartori, es que exista una estructura plural de medios donde unas voces compensen a otras en relativa igualdad de condiciones. ¡Hagan lo que hagan los ciudadanos! Si bien lo que terminan haciendo influye inevitablemente sobre esa estructura, como recordaba recientemente Ramón González Férriz con motivo del cierre de la CNN española.

En definitiva, Wu se propone entender las realidades prácticas de la libertad de expresión. Eso supone estudiar la estructura industrial que determina qué voces e ideas están presentes en el «mercado de las ideas» al que aludiera célebremente el juez Oliver Wendell Holmes: una esfera pública cuya diversidad propiciaría la emergencia de los argumentos más veraces. No en vano, las ideas son inmateriales, pero sus medios de expresión no. Como señalara Fred Friendly, antiguo presidente de CBS News, emulando a Humpty Dumpty: «Antes de preguntarnos por la libertad de expresión hemos de preguntarnos quién controla el interruptor central», es decir, el *master switch* del título. De forma que nuestro autor relata magistralmente la historia de los principales medios de comunicación que en el mundo han venido siendo –el teléfono, la radio, el cine, la televisión, Internet– tratando de explicar cómo su estructura industrial ha establecido *de facto* los límites de la libertad de expresión en cada época.

Sostiene Wu que la historia de los medios revela un idéntico patrón, una progresión característica que merece ser elevada a la condición de teoría. Sin excepción, los medios de comunicación empiezan siendo abiertos y optimistas, ligados a menudo a ideales de transformación social, para terminar convirtiéndose en mercados cerrados y centralizados, controlados por gigantes industriales que solo pierden su poder cuando una nueva tecnología transforma súbitamente el orden establecido. Así como el teléfono desplazó al telégrafo y los radioaficionados sucumbieron al voraz monopolio de Bell,

la televisión privó a la radio de su dominio y dañó considerablemente al cine, hasta que el cable alteró su formato monopolista; ahora mismo, Internet está transformando el uso de las demás tecnologías, como demuestra el rápido desarrollo de la telefonía móvil conectada a la red. Para Wu, esto no es un ciclo industrial cualquiera, sino *el* ciclo. Y su estudio histórico debe ayudarnos a responder a la pregunta relativa a su futuro: ¿es Internet diferente, o la red abierta que hemos conocido hasta ahora está condenada a ser una nueva víctima de esta dinámica centrípeta? Wu no responde inequívocamente a esta pregunta, pero cuestiona la arrogancia propia de cualquier contemporáneo mediante una cita de Tom Stoppard: «Toda época cree ser la época moderna, pero la nuestra de verdad lo es». Mientras duran, de hecho, todas lo son.

Este ciclo presta su sello a la estructura general del libro. Wu comienza relatando la génesis de los imperios de la información, a caballo entre los siglos XIX y XX, para describir a continuación su consolidación y las consecuencias de la misma: las buenas y las malas. Después relata cómo el cambio de atmósfera cultural que se produce durante la Guerra Fría conduce a la crítica de la planificación centralizada y a la consiguiente ruptura de los monopolios, resurrectos de manera sorprendente a finales del siglo xx, como demuestra la colaboración de la administración Bush con AT&T tras los atentados del 11 de septiembre. Finalmente, se ocupa de Internet y formula una propuesta propia para evitar futuras concentraciones monopolistas. Así, el libro puede leerse alternativamente como una espléndida historia de las industrias de la comunicación o como una teoría sobre su desarrollo –el mencionado ciclo– apoyado en esa historia.

Su inspiración schumpeteriana es no solo evidente, sino confesa. Wu subraya que la innovación y el avance tecnológico no son procesos ordenados que tienen lugar de manera natural, sino el resultado de un sinfín de factores impredecibles que suelen conducir a una disputa industrial más o menos despiadada, con ganadores y perdedores bien definidos: la historia es también un cementerio de empresas punteras. De ahí que distinga, al inicio del ciclo, entre el inventor y el disruptor. Mientras que el primero da el paso siguiente en el desarrollo de una determinada tecnología, a menudo al mismo tiempo que otros, el segundo añade a la invención una cualidad empresarial capaz de desafiar un orden dado o de proponer un nuevo modelo de negocio. Y un inventor puede carecer de las cualidades necesarias para provocar este efecto, por ejemplo si es incapaz de obtener fondos o es derrotado por las industrias dominantes cuando tratan de defenderse. El magnate radiofónico David Sarnoff *compró* literalmente a los inventores de la televisión e impidió con ello que esta atravesase una fase *amateur*, a diferencia de la radio o el teléfono, ofreciéndose a los consumidores tras la guerra como una réplica de la radio. Eso sí, Wu reprocha a Schumpeter no haber prestado suficiente atención al papel decisivo de los gobiernos a la hora de tolerar o desmantelar estos imperios informativos. Es algo que demuestran las historias de AT&T o del sistema de estudios hollywoodense: acabar con un cártel es una cuestión política antes que de dinámica de mercado. Solo impidiendo que los estudios ejercieran control sobre la programación de las salas de cine fue posible que surgiera el Nuevo Hollywood de Coppola y compañía a comienzos de los años sesenta.

En cualquier caso, Wu no es ciego a las ventajas ocasionales de los monopolios o de los conglomerados que constituyen la organización empresarial dominante en las economías del entretenimiento de nuestros días. Fue el monumental fracaso de *La puerta del cielo*, el western de Michael Cimino, lo que acabó con el cine de autor norteamericano al provocar la bancarrota de United

Artists en 1980. Para evitar que un caso así pueda repetirse y luchar contra la incertidumbre intrínseca a un mercado donde es imposible saber de antemano si un producto va a funcionar o no, nacen los conglomerados que minimizan el riesgo mediante la diversificación, de manera que si una película fracasa, las ventas de una cadena de supermercados pueden compensan las pérdidas. Asimismo, Wu nos recuerda que monopolistas tan destacados como Theodor Vail, personaje fascinante capaz de forjar los dos monopolios de la Bell Company –primero el teléfono, luego la radio– o el citado David Sarnoff, presidente de la RCA y fundador de la NBC, estaban convencidos de prestar un servicio público mediante la vertebración tecnológica de la nación. Es reseñable que los laboratorios que Bell fundara en 1925 constituyeron un paraíso para los científicos que allí trabajaban, hasta el punto de cosechar nada menos que siete premios Nobel. Más ambigua es la colaboración de AT&T con el gobierno norteamericano, primero en los Sandia Laboratories creados en plena Segunda Guerra Mundial para acelerar el desarrollo armamentístico y más recientemente con objeto de seguir el rastro a comunicaciones privadas potencialmente relacionadas con el terrorismo yihadista.

No obstante, pese a su potencial eficacia, el modelo centralizado presenta no pocos problemas. Para empezar, ninguna empresa va a dar el visto bueno a una tecnología susceptible de arruinar su modelo de negocio, por mucho que provenga de sus laboratorios. Es lo que sucedió con el contestador automático o, en otro registro, con la frecuencia modulada, invenciones cuyo acceso al mercado se retrasó considerablemente para evitar sacudidas indeseadas. ¡Lo que no significa que el coche alimentado con agua lleve cincuenta años escondido en un garaje del Pentágono! Asimismo, un medio cerrado es más fácil de controlar, como prueba la sujeción de los estudios clásicos de Hollywood a la censura del Código Hays. Pero, sobre todo, el modelo centralizado concibe la innovación como un proceso sistemático y planificado que ignora la dispersión del conocimiento útil –en la sociedad y en las organizaciones– que Hayek pusiera de manifiesto. Más bien, la innovación parece requerir un continuo proceso de prueba y error, de manera que, como sostuvieron Richard Nelson y Sidney Winter, así Wu, «la innovación más rápida o eficiente suele producirse cuando se propone un amplio número de variaciones y la mano invisible de la competencia, como apoderado del futuro, elige entre ellas» (p. 112). Ahora bien, sería un error considerar que esta preferencia por los modelos abiertos y descentralizados remite solamente a los economistas liberales. Wu acierta al destacar la convergencia que tuvo lugar entre la epistemología hayekiana y el movimiento contracultural, cuyo improbable fruto final, Internet, adopta la forma de una *red* horizontal que facilita la cooperación –interesada o desinteresada– entre individuos.

Internet es, en ese sentido, la tecnología abierta por excelencia. Sus raíces se encuentran en Arpanet, red experimental que conectaba una serie de ordenadores públicos en la Norteamérica de los años sesenta. Es el hallazgo fortuito de un protocolo para el envío de paquetes de información, por parte de los recién licenciados Vint Cerf y Robert Kahn, el que conduce a un sistema que reconoce la autonomía de sus miembros sin discriminar técnicamente entre ellos. Este principio de neutralidad ha sido decisivo en su desarrollo, permitiendo la existencia de proyectos no lucrativos como Wikipedia y propiciando el éxito de una empresa, Google, que da visibilidad a las pequeñas empresas y opera en la práctica como un switch para toda la red. AOL y Time Warner no comprendieron esta nueva libertad del usuario, lo que explica el fracaso de una fusión tan formidable como miope, a la que Wu dedica un capítulo estupendo. Esa neutralidad es la que está en peligro –alerta Wu– ahora que las empresas de telefonía plantean cobrar a los buscadores por sus servicios de línea, los periódicos

erigen *firewalls* para asegurar su viabilidad comercial y Apple da la espalda a su historia –la que llevó a Steve Wozniak a crear el ordenador personal antes de retirarse por enfermedad y dejar el poder en manos de Steve Jobs– creando hermosísimos aparatos tan cerrados y compartimentados como las *apps* que maximizan el uso de sus teléfonos y tabletas. Para Wu, estamos en medio de una guerra por el alma de Internet. A un lado, están los centralizadores, como AT&T y Apple, que defienden unos servicios perfectos con una menor diversidad; al otro, los partidarios de un medio descentralizado, que desean dar forma a una sociedad cuyos rasgos dominantes sean la colaboración y la gratuidad, tecnológicamente facilitadas. ¿Quién prevalecerá? Para Wu, no puede descartarse un cambio sustancial en la naturaleza de Internet, ya que una mirada al pasado sugiere que ningún medio es inmune a la deriva centralizadora. Al fin y al cabo, Internet no es una abstracción, sino una realidad física susceptible de control.

Es en este punto donde Wu formula su propuesta para evitar futuras concentraciones de poder: el principio de separación. Dado que la separación de poderes, dice algo voluntariosamente, funciona correctamente en el plano político, deberíamos procurar hacer algo parecido con la concentración del poder económico. Y ese algo es ir más allá de las leyes antimonopolistas, susceptibles a la presión política, para constreñir y dividir constitucionalmente el poder que atesoran las industrias de la información, garantizando que los distintos segmentos de las mismas –contenidos, infraestructura, instrumentos de acceso– estén en manos distintas. Es un fin loable: «Representa la diferencia entre la libertad de expresión como ideal abstracto y la costumbre de promover un entorno donde ese ideal pueda realizarse» (p. 306). Más débil es la posterior afirmación según la cual las normas corporativas así resultantes provendrían de «un sentimiento general», de «la moralidad informativa del conjunto de la población» y del «cultivo de una ética popular relativa al vínculo entre sociedad e información» (p. 316). Es difícil saber qué significa exactamente esto último. Tampoco está claro que esta solución sea viable. Sobre todo, presume una paradójica capacidad para *dirigir* el proceso de innovación que el propio Wu ha criticado a lo largo del libro, además de minusvalorar la fuerza disruptiva que el mercado tiene para las propias empresas: no hay más que ver la suerte que Nokia o incluso Microsoft han corrido en los últimos años. La aplicación rigurosa de las normas antimonopolio debería ser suficiente. De hecho, como se ha apuntado ya, por más que Wu aluda a la sensibilidad general del público, su modelo teórico se antoja demasiado unidireccional, porque apenas tiene en cuenta el decisivo papel de los consumidores a la hora de decidir la suerte de una tecnología o el posterior camino que esta haya de seguir. Y no hace falta presumir una plena racionalidad en los ciudadanos en el momento de decidir qué bienes adquieren o qué información consumen: lo decisivo es que no podemos anticipar el éxito o el fracaso de una determinada tecnología.

Sea como fuere, el mérito de este fascinante libro no reside en sus propuestas para el futuro, sino en una mirada hacia el pasado que sirve para entender mejor el presente de las industrias de la información. Sobre todo, cabe añadir, porque nos recuerda que incluso detrás de la circulación de ideas hay una realidad material que no debemos perder de vista, a riesgo de terminar perdiendo las ideas mismas.