

PRÓLOGO

▶▶ LAS SENSACIONALISTAS FUTURISTAS ◀◀

[por Bruce Sterling]

Todos tenemos un papel que desempeñar en la industria de la RFID (Identificación por Radiofrecuencias, por sus siglas en inglés), porque, tal como este notable libro lo explica con claridad, no se nos da alternativa al respecto. Si nunca ha oído hablar de la RFID o de las «chips espías o sychips», sería una buena idea que lea este libro pronto. Es un tema de actualidad.

Si usted juega un papel directo dentro de la industria de la RFID, entonces necesita leer este libro de inmediato. Apresúrese. No desperdicie un momento precioso más. No le gustará este libro. *Chips espías* ofenderá sus sensibilidades. Se ruborizará, sentirá comezón, sudará, pisará con sus talones y tal vez arranque capítulos completos en un estallido de ira, al ver una obra que trata sobre su industria que es tan amarillista, poco gentil y resueltamente sospechosa, y que gasta bromas públicas tan eficaces y dañinas a costa suya. Así que léalo y haga que todos sus compañeros de trabajo lo lean. Aprenderá una multitud de cosas dolorosas y útiles en un dos por tres. Para usted, posiblemente no es demasiado tarde aún.

Ha habido muchos manuales técnicos y ensayos redactados acerca de la RFID. Son en su mayoría sumamente técnicos, hablan de repetidores, cadenas de suministro y megahertzios, posiblemente con unos datos acerca de aumento de

utilidad y de valor para accionistas. Soy un reportero técnico, de modo que leo muchas tonteras secas y aburridas como esas.

Pero la RFID no es tecnología avanzada ni es difícil de entender. No es confusa, sofisticada ni misteriosa. La RFID es una tecnología de computadoras muy básica, el tipo de tecnología que aun los vendedores de supermercado pueden comprender. No hay necesidad de sentirse intimidado por la tecnología, porque los asuntos que aquí se dan tienen que ver con dinero y poder.

Este es el libro más emocionante que jamás se haya escrito acerca de la RFID. Este es el libro sobre RFID que todo aficionado a la RFID deberá poseer. No porque el libro muestre entusiasmo por la nueva tecnología, sino porque está lleno de desprecio apasionado y punzante. Es como ver al «Gran Hermano» llegar a casa y ver que su señora le rompa un rodillo de amasar en la cabeza porque ella sabe que aunque él cree que es el papacito de todos, en realidad es un espía al acecho, fisgón, bandido, tramposo y embriagado en su propio ego, y además es un irresponsable que se lava las manos de todo asunto y un llorón que debiera avergonzarse de sí mismo.

Este es el Diccionario del Diablo acerca de la RFID, y en su propia manera elegante, femenina y con lengua cortante, es una obra maestra de la tecnocrítica. La naciente industria de la RFID no es el «Gran Hermano». Al menos, no todavía. En lugar de ello, es un niño gigantesco cuyos pañales ya están demasiado sucios. Realmente ha generado toneladas de ropa sucia para ser un bebé tan joven, y en Katherine Albrecht y Liz McIntyre, la industria de la RFID se ha tropezado con una pareja de mujeres trabajadoras que voluntariamente lavarán esos trapos sucios, nombrarán y enumerarán cada mancha y los colgarán a secar.

Estas dos personas excepcionales, la Llanero Solitario y Toro de la frontera de la RFID, presentan una escena de pesadilla para la supertienda por computadoras del mañana, porque son las superdefensoras computarizadas de los consumidores del mañana. Y vaya si conocen a la industria. Conocen todos y cada uno de sus dígitos, elevado a la nonagésima sexta potencia.

Para comprender el tipo de libro que tiene en sus manos, permítame ofrecerle una analogía tomada de la historia. Imagínese que usted está en un recorrido por la industria química de la década de 1950, felizmente patentando y distribuyendo toxinas potentes. De repente, esta reportera inquisidora y mediatubunda, Rachel Carson, que ni siquiera tiene un título en química, sale de la

nada. Porque es una sensacionalista popular clásica, la señora Carson señala a un público conmocionado que usted no sólo está matando a los mosquitos, sino también a las hermosas mariposas y a las aves. Ella escribe el libro *Silent Spring*, el cual es tan influyente y condenador que aun sus propios hijos deciden que usted seguramente debe estar loco. Eso también es lo que está sucediendo aquí.

Para crédito suyo, la industria de la RFID es muy del siglo XXI, y por lo tanto es un poco más cautelosa que la industria de los pesticidas de 1950. Reconociendo que tenían un avance técnico revolucionario en las manos, contrataron a una firma de relaciones públicas de primera para que fuera de pesca en las aguas de la aceptación pública. ¿Aceptación de qué, precisamente? Básicamente, la aceptación de lo que este libro describe en detalle: un plan sorprendentemente ambicioso para infestar toda la infraestructura física del planeta con un manto global de actividad por Internet. Este es realmente un plan fabuloso, capaz de trastornar el mundo. Es asombroso.

La firma de relaciones públicas que contrataron, la hábil empresa Fleishman-Hillard, husmeó por aquí y por allá, tratando de decirles a las personas comunes lo que esta revolución inmensa podría significar para ellos. Luego de haber entrevistado a unos cuantos grupos de prueba, los tipos de la firma de relaciones públicas regresaron para decirles a los fundadores de la industria que los consumidores normales seguramente reaccionarían con horror supersticioso y temor ludista no fingido. Esas no eran buenas noticias. Pero las recompensas prometidas eran colosales, así que los tecnoexpertos siguieron delante de todas maneras. Decidieron que al público debía decirse lo menos posible acerca de su proyecto. Lo que llegara a conocimiento del público debía ofuscarse tanto como fuese posible, hasta que la instalación de la RFID en todo el mundo fuera un *fait accompli* [hecho dado]. De modo que al principio sería algo oscuro, luego sería periódico de ayer, y, con algo de suerte, nunca se tornaría en un problema público. Pero, bueno, hay un problema grande. Es el llamado «secreto». Se supone que Internet de las Cosas sea invisible para todos, menos para sus amos corporativos y militares. Pero Internet en sí es inmensamente evidente y famosa, porque aunque también tiene orígenes corporativos y militares, por casi una década ha sido tema de conversación de todos. No es posible tener una Internet inmensamente famosa compuesta de píxeles y otra Internet ultra silenciosa

compuesta de artículos de consumo reales. De modo que estamos presenciando una colisión violenta entre dos modelos: dos activistas escandalosas, extravagantes e incontenibles de Internet, investigando y haciendo pública la secreta y confidencial Internet de las Cosas.

Todo el que sea capaz de crear ese vínculo entre los mundos justamente alcanzará la fama, y Katherine Albrecht (a juzgar por Google y los cientos de reporteros a los que ella ha informado) ya es, por amplio margen, la experta en RFID más famosa en todo el mundo. Ella piensa que la RFID es una mentira perversa, pero ciertamente tiene mucho que decir de ella; todo es fascinante, algunas partes son groseras y repugnantes, pero la mayoría son divertidísimas. Este es el primer, y tal vez el más escandaloso, libro popular sobre una tecnología crucial de nuestra época. No contiene la historia completa, ni la historia final —es un libro futurista que anticipa la historia— pero la historia tratará a este libro con gentileza.

Tal como este libro demuestra de modo irrefutable, la industria de la RFID ha patentado unas nociones comerciales fantásticamente siniestras, tipo ciencia ficción. Los autores no están inventando estas cosas... la industria lo ha hecho. Las patentes son documentos públicos, no secretos comerciales. Cualquiera puede ir a ver las patentes. Es que, sencillamente, de alguna manera, no se suponía que nadie se diera cuenta de ellas o le importara.

¿Por qué? Porque esta es una industria con problemas profundos de encubrimiento de ideas, los cuales provienen directamente de sus orígenes locos y esquizoides en las comunidades de espionaje y seguridad.

Las personas involucradas en el negocio de la RFID son sumamente secretas, téticas, conscientes de la seguridad, con lazos profundos y rentables con el Departamento de Seguridad Nacional y el Pentágono. Y, sin embargo, también son empresas cotidianas sumamente grandes: Wal-Mart, Procter & Gamble, Tesco, Benetton, Philips, IBM, Cisco, Exxon-Mobil; docenas de empresas familiares, cotidianas, cotizadas en la Bolsa de Valores, dueñas de marcas grandes, reconocidas y muy conscientes de la publicidad.

Es realmente difícil ser un espía grande, público, con fines de lucro, con toneladas de accionistas, millones de clientes y aun empleados que no se agraden mucho de usted. Ese esquema no puede sobrevivir. Explíqueme esto: ¿Cómo puede ser rentable decirles a sus propios accionistas que sus almacenes

han colocado transmisores de radio en miniatura en sus ropas y zapatos? ¿Cómo es posible tener una reunión de la Junta Directiva cuando las ropas y zapatos de los miembros de la Junta pueden estar llenos de *chips espías* de algún competidor? Estos pioneros ansiosos se han olvidado de pensar detenidamente en estos asuntos, principalmente porque no esperaban ni anticipaban tener que enfrentar una evaluación real. Pero su situación es intrínsecamente inestable.

Aquí aparece Katherine Albrecht con su traje rojo, cabello rojo, maquillaje de comentarista de TV y gafas tipo espejo. Mientras todavía estudia en la Universidad, coloca a la nueva industria de la vigilancia bajo su propia vigilancia por motivos de una disertación doctoral, y queda asombrada. Descubre en poco tiempo que puede obtener la atención maravillada de la prensa mundial con sólo repetir en público las charlas de estímulo privadas de la misma industria. Y se convierte instantáneamente en la experta mundial sobre RFID, principalmente porque los verdaderos expertos de la RFID están ansiosos por permanecer en silencio.

No existe necesidad de desenmarañar aquí un asalto sorpresivo como ocurrió en Watergate; el mentado «secreto» está literal y físicamente distribuido por todo el país. Los chips de RFID están fijados en cajas de pañales, botellas de champú y ropa interior femenina, cuestan unos cuantos centavos cada uno y se supone que lleguen a ser omnipresentes. Salvo que no se supone que nadie se dé cuenta o le importe. ¿Cómo? Basta con señalar las RFID del emperador; es como revelar piojos en los vestidos reales.

Este libro es una obra completa, detallada y con referencias de un futurismo corporativo. Pero, a diferencia de la mayor parte de obras futuristas semejantes, no es propaganda industrial endulzada. *Chips espías* son algo nuevo en el mundo corporativo: la obra de rechazadoras tempranas y no usuarias de poder, de activistas interactivas que comprenden plenamente la promoción, el mercadeo y las relaciones públicas eficaces y que utilizan medios nuevos para golpear a las empresas poco sabias, en lugar de servirles como empleadas pagadas.

Las autoras de este libro carecen de presupuestos grandes, de un grupo de apoyo poderoso, o de una agenda. No obstante, son enérgicas, sagaces, sumamente motivadas, muy animadas y repletas de artimañas femeninas. Gracias en mayor parte a la investigación por las calles, a Google y a mensajes de correo electrónico de muchas almas del mismo sentir, se han convertido en la peor

pesadilla de un minorista. Son tan incontenibles y globales como la industria a la que denuncian, porque son las «Madres Clientes Suburbanas Digitalizadas del Infierno»: perceptivas, bien conectadas, totalmente autodidactas, muy estadounidenses, expertas de la industria sumamente hábiles; llenas de citas citables, asesinas por voz popular con vudú de mercadeo viral; Casandras digitales inmejoradas en su conocimiento de desventajas, secretos sucios y vaticinios de catástrofes. Además, son ingeniosas y atractivas.

Espero pasar los próximos diez años observando la siguiente Revolución de Internet... pero los nuevos vendedores de Internet de las Cosas ya tienen los clientes que se merecen.