

L'antiespionatge també genera negoci

Diverses empreses tecnològiques llancen sistemes per protegir de la NSA les dades dels seus clients

TEXT JORDI SABATÉ

Les implicacions de l'anomenat cas Snowden –en referència a les revelacions de l'antic espia de l'agència de seguretat dels EUA (NSA) Edward Snowden– creixen dia rere dia fins a superar l'inimaginable. Paral·lelament, la confiança dels usuaris en les empreses d'internet, i en general de les telecomunicacions, ha tocat fons i gegants com Google, Yahoo! i Amazon ja han expressat la seva preocupació per la reacció dels seus clients.

Màrqueting intrusiu

D'una banda, les revelacions fan referència a suposades col·laboracions dels grans de la xarxa amb la NSA. Però quan aquesta col·laboració no s'ha donat, l'agència de seguretat ha rebenat les contrasenyes dels serveis i s'ha pres la llibertat de revisar totes les dades privades dels clients sense cap mena de mala consciència. La legalitat els emparava en molts casos, ja que la majoria dels servidors d'aquestes companyies són en sòl americà. A Google, Amazon i els operadors de telecomuni-

cacions els inquieta la idea que els usuaris es retreguin a l'hora de fer cerques, navegar per les seves webs i, fins i tot, comprar. No es tracta només d'un descens del comerç en línia, sinó especialment de la informació recollida pels serveis de màrqueting d'aquestes empreses; una informació que pot tenir tant valor com les compres mateixes, ja que amb ella s'elaboren estudis de mercat que es venen per sumes elevades a altres empreses del sector.

A favor de la seva por hi juga que les revelacions de Snowden han fet prendre consciència a molts internautes que la xarxa dista molt de ser un lloc privat i que no només la NSA espia les seves dades, sinó que també ho fan les mateixes empreses on compren. Hi ha unes normes que no permeten saber nom i cognoms de la

Chrome ja té aplicacions per detectar qui està rastrejant la nostra navegació

persona, però més enllà d'això tot el seu rastre a internet és registrat, estudiant i venut per després poder enviar-li publicitat d'acord amb el seu perfil d'usuari. Tot plegat prou desagradable quan ho descobreixes.

'Start-ups' protectores

No ens ha de sorprendre, doncs, que hagin sorgit en els últims mesos bastants projectes en la direcció de desenvolupar programes i dispositius que permetin al comú dels mortals gestionar les seves dades amb la tranquil·litat que no seran espiaades ni pel govern de torn ni per les grans empreses. Existeixen des de fa anys extensions per al navegador –com Collusion, Do Not Track Me i Mask Me, totes tres per Chrome– que ens informen de quines empreses rastregen la nostra navegació i els amaguen les nostres dades, però fins ara passaven desapercebudes.

No obstant això, en els últims sis mesos la seva difusió ha augmentat notablement; el mateix ha passat amb l'ús de xarxes VPN i altres sistemes de comunicacions xifrades a



L'antiga torre d'espionatge de la NSA a Berlín. El cas Snowden ha provocat la polèmica entorn de les escoltes il·legals de l'Agència de Seguretat dels EUA. REUTERS

través d'internet, que s'han disparat. Però ara els desenvolupadors s'han centrat a protegir els nostres núvols de fitxers i dades, de manera que evitem serveis com Dropbox, Google Drive i SkyDrive de Microsoft, que pel que sembla es van mostrar força tous amb les exigències de la NSA.

Un dels primers desenvolupaments llançats ha estat Lima, un projecte

finançat en la plataforma de *crowdfunding* Kickstarter, que buscava 69.000 dòlars per arrencar i n'ha aconseguit 1,2 milions. Lima és un petit dispositiu amb dues entrades USB i capacitat de crear una xarxa wifi privada. Només cal connectar un disc dur al port USB per crear un servidor privat que s'utilitza com a base per sincronitzar les dades del telèfon, la tau-

leta, el portàtil, etc. Sempre sense connectar-se a internet.

Núvols privats

Younity és una aplicació que fa la mateixa funció que Lima, però fent servir el mòbil de l'usuari com a creador de la xarxa wifi privada i el disc dur de l'ordinador com a servidor. Younity crea en aquest disc dur un espai xifrat a part, al qual des-

Retweets

Albert Cuesta

Apple té més targetes que ningú

Què és un client en l'era digital? Les grans empreses d'internet ens impressionen periòdicament amb les astronòmiques xifres de milions d'usuaris únics que accedeixen als seus serveis cada dia o mensualment, des d'ordinadors o des de mòbils. Facebook, per exemple, presumeix de tenir 1.190 milions d'usuaris actius mensuals, el 61% dels quals hi entren cada dia. Yahoo en té més de 700 milions. Però, en el millor dels casos, només una petita part dels usuaris d'aquests serveis en són clients, és a dir, paguen alguna cosa. La res-

ta, com s'ha dit repetidament, són el producte que es ven als seus autèntics clients: els anunciants.

Les empreses de comerç electrònic, en canvi, sí que poden comptar com a clients la pràctica totalitat dels seus usuaris, des del moment en què fan alguna transacció. Amazon, la botiga digital més gran del món, té 224 milions de clients que hi han comprat alguna cosa durant els dotze mesos anteriors i dels quals coneix algun mitjà de pagament, majoritàriament un número de targeta bancària. PayPal, el banc digital propietat

d'eBay, té 137 milions de comptes que han fet almenys una operació durant el mes passat.

Les dues empreses citades, però, queden molt per darrere d'una tercera: Apple. El fabricant de l'iPhone té registrats uns 600 milions de números de targeta de crèdit, que ha acumulat exigint aquesta dada a tothom que es dona d'alta en la seva botiga iTunes de contingut digital: cançons, pel·lícules, llibres, aplis mòbils: 16.000 milions de dòlars facturats durant l'any fiscal que l'empresa acaba de tancar. I encara més important: se-

gons recorda Business Insider Intelligence, pràcticament tots aquests clients responen a un perfil de consumidor molt cobejat, el d'algú que ha optat per gastar-se el que costen un iPod, un iPad i un Mac. Amb aquesta base de clients, Apple pot estar molt tranquil·la de cara al futur.

Albert Cuesta és analista tecnològic Twitter: @albertcuesta

