

El pacto de confianza

Antes de considerar un pacto digital es necesario consolidar un marco de confianza en el que operadores, administraciones y ciudadanos se sientan seguros y con igualdad de oportunidades. Proponemos diferentes elementos de construcción desde lo social y lo económico.

La humanidad digital nació desnuda en un mundo nuevo. Solo contaba con la experiencia analógica que ha trasladado al novísimo entorno en el que, como neonata, ha ido dando tumbos y unos primeros pasos erráticos. Mientras, el escenario se ha ido conformando, estableciendo sus reglas internas mediante ensayo y error.

Lo cierto es que ha imperado la ley de la selva, hasta que las Administraciones se percataron de que, en realidad, el ser social seguía siendo social —y legal— allá donde se moviera. Nacieron las regulaciones. En este proceso de aprendizaje y de evolución no hemos tenido una mano a la que asirnos. Hemos sentido inseguridad, falta de confianza y, en ocasiones, miedo.

Los consumidores se ven abocados a aceptar los términos y condiciones allá por donde viajen virtualmente

Se hace necesario crear un marco de confianza, una malla de seguridad que permita seguir avanzando en la cohesión social y en la consecución de objetivos sostenibles.

Debemos incidir en la importancia de abordar la crisis de confianza en la era digital para proteger los derechos individuales, promover la democracia y fortalecer la economía digital.

Internet se convirtió en insegura para los usuarios. La información no era fiable: unos y otros nos dijeron que debíamos guardar cautela ante lo que leímos en la Red, y que incluso el vídeo que estábamos viendo de un político o de un famoso podía ser falsificado.

Sin embargo, la falta de confianza global no se ciñe solo a lo superficial y a lo evidente. Con aún más relevancia, debemos fijarnos en los intereses empresariales globales de la tecnología, no siempre claros y transparentes. Debemos dar respuesta a cuestiones importantes como el monopolio de la logística mundial derivada del comercio electrónico, el tráfico de datos personales, los grandes generadores —y manipuladores— de la información, los movimientos de dinero digital y, en suma, quién controla los recursos digitales, que a la postre constituyen los recursos globales.

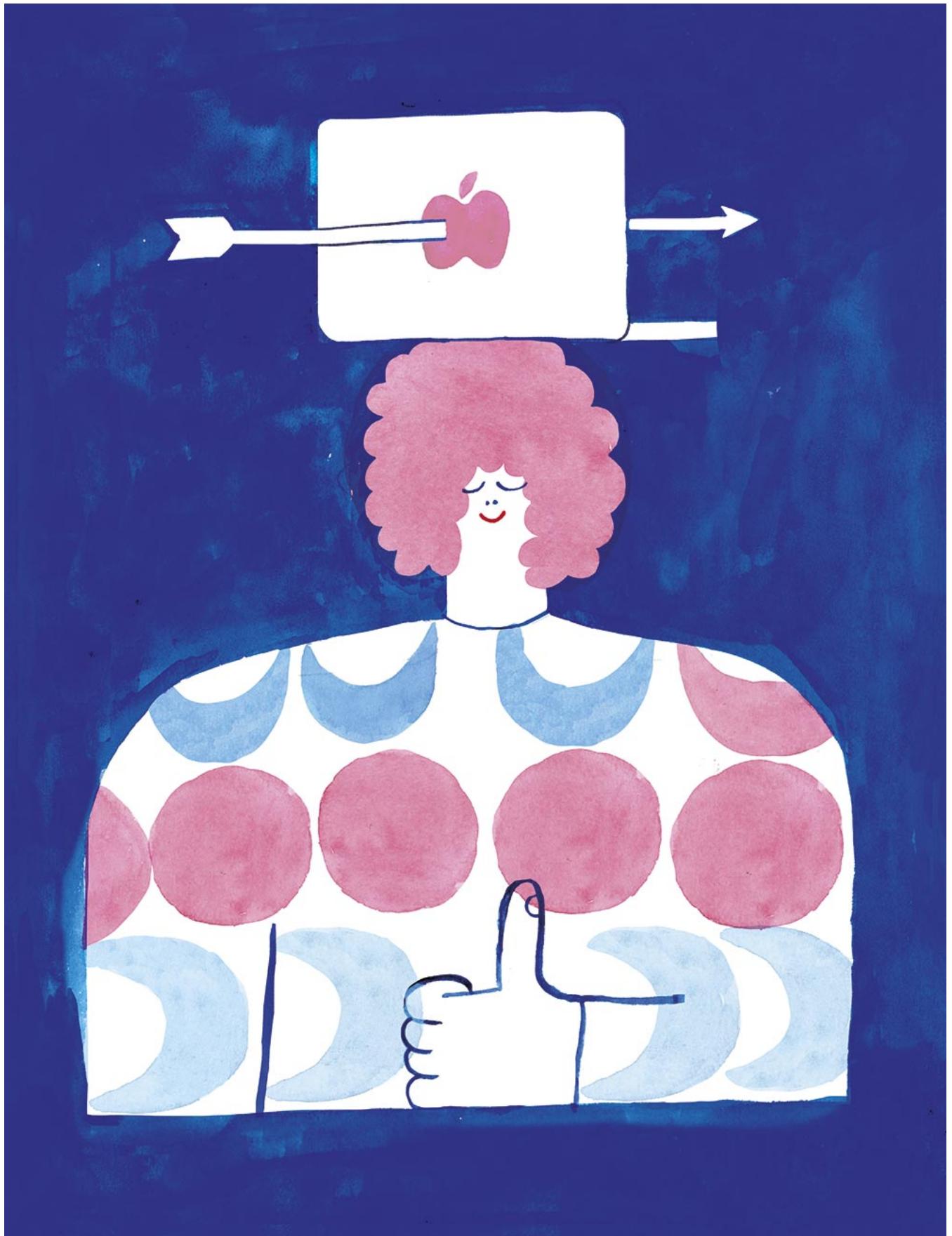
Podemos pensar que en esos grandes temas hay cierta falta de transparencia, y tendremos razón al apostar por ello. La economía actual, los movimientos empresariales y financieros se encaminan desde hace tiempo

por vías digitales. Algunos más controlados que otros, algunos más libres que otros y algunos con más sombras que otros. Hablamos de la economía formal frente a la del *blockchain* y de las criptomonedas, que poco a poco van entrando en el saco de la regulación, aunque no dentro del sistema financiero tradicional.

La respuesta en primera instancia es la legislación. Usar las leyes locales como refugio, como protección y como salvaguarda. Pero si se trata de emprender batallas locales, en un mundo digital globalizado, la eficacia regulatoria será muy limitada.

Por otra parte, es complicado colocar puertas al campo. Es bien sabido que la tecnología avanza a velocidades mayores que las actuaciones de los órganos regulatorios. Un país o una organización supraestatal como la UE suele reaccionar a los problemas en forma de normas. Para aprobar estas el regulador estudia, analiza, conversa, constata y diagnostica el problema. En ese lapso, la tecnología evoluciona, y los problemas nacen de nuevo de la nada.

Sin menospreciar al sistema de reacción jurídico, es importante crear confianza en el sistema desde un punto de vista psicológico, pedagógico y empresarial.



Desequilibrio

En el terreno plenamente empresarial, la crisis *puntocom* del ya lejano año 2000 demostró que la economía digital necesita ingresos reales e inversiones cuantiosas. El marco romántico en el que emprendedores desde su garaje se hacían millonarios con una simple web expiró en los albores de 2010.

La economía real absorbió a la digital, y el campo de intereses en el que los grandes capitales jugaban a crear monopolios dominó internet. ¿Cuál es el modelo actual? Un escenario en el que las empresas gigantes dominan la economía digital (y, por extensión, la real): Amazon, Temu, AliExpress, Google, Disney, Netflix, Paypal, Meta, Apple, Microsoft y un pequeño—muy pequeño—etcétera.

El resultado palpable es que los consumidores se ven abocados a aceptar los términos y condiciones allá por donde viajen virtualmente, esto es, visitando páginas y aplicaciones. Existe un claro desequilibrio de fuerzas y un cierto oscurantismo. Ambos son enemigos de la confianza que todo consumidor debe tener a la hora de contratar un producto o servicio: ¿Quién está detrás? ¿Qué harán con mis datos? ¿A qué me comprometo por comprar?

Para crecer en una economía de futuro, el pacto de confianza es imprescindible. Promover la transparencia y la rendición de cuentas de las plataformas digitales se hace obligatorio. Pero no solo eso; es preciso también educar a los usuarios sobre los riesgos y las oportunidades de las tecnologías digitales, fortalecer la ciberseguridad y la protección de datos, e impedir el uso indebido de esos datos personales por parte de empresas y Gobiernos.

Y con la inteligencia artificial estamos dando otro paso que aún merece bases de confianza más sólidas. La capacidad de procesamiento de la IA permitirá un control inaudito hasta ahora de todos nosotros. Y no solo eso, también capacidades de decisión sobre nuestro día a día y sobre nuestro futuro. Por consiguiente, debemos conocer sus mecanismos y sus criterios. En resumen, necesitamos conocer por qué un algoritmo tomará una decisión y en qué criterios se basará. Es un pacto de confianza imprescindible que se debe tejer entre las empresas, la sociedad civil y los gobiernos.

Más allá de lo estrictamente económico, aunque acabe salpicando a cualquier área, lo digital también afecta a esferas más sociales y a nuestra sostenibilidad medioambiental. Esta última necesita de información certera que se transforme en confianza del consumidor. A modo de ejemplo, el ciudadano necesita transparencia en la cadena de suministro de tecnología, en la procedencia de los materiales y en la fabricación responsable de los dispositivos electrónicos, elementos esenciales para reducir su impacto ambiental.

Internet es la vía idónea de acceso a la información para que el ciudadano se sensibilice con las necesidades de su entorno y a la vez confíe en los agentes que promueven un cambio de comportamiento colectivo en la materia. La desinformación en el ámbito de la sostenibilidad es palpable, producida por negacionistas, industrias contaminantes, países poco sensibles a las consecuencias de la polución masiva, etcétera.

Ese pacto o voluntad de creación de confianza medioambiental creará finalmente capacidad suficiente de empoderamiento de los consumidores para tomar decisiones sostenibles, facilitando el acceso a la información clara y precisa sobre el impacto ambiental de los productos tecnológicos. Así, la confianza en las herramientas digitales puede fomentar la participación de la ciudadanía en la vida pública y la toma de decisiones.

Brecha digital

Por ejemplo, la disposición suficiente para decidir permitirá fomentar el uso de energías renovables y la eficiencia energética, y se exigirá a las empresas que diseñen productos electrónicos más duraderos,

reparables y reciclables, a la vez que se promueva la economía circular. La confianza en el sistema basada en la información viabiliza de forma directa la acción ciudadana responsable.

Por otra parte, se ha producido una considerable brecha digital entre aquellos que tienen acceso a las tecnologías, y a la vez saben aprovecharlas, y los que tienen carencias importantes de accesibilidad y rendimiento. En este punto no solo hablamos de confianza, sino de igualdad de oportunidades, fundamental para garantizar que todos, independientemente de su ubicación, ingresos o nivel educativo, tengan acceso a las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales.

Para crecer en una economía de futuro, el pacto de confianza es imprescindible

La segunda vía de brecha y de desconfianza social hacia la tecnología proviene de los peligros que recogen los medios de comunicación a diario, que provocan la creación de un caldo de cultivo que impide a muchas capas de la sociedad aprovechar las oportunidades digitales a su alcance en cuanto a educación, acceso al empleo o mayor simplicidad en su vida cotidiana. Un miedo lógico ante lo desconocido, especialmente cuando sí que existen motivos: estafas, engaños, ciberdelincuencia, *fake news*, etcétera. Entre las medidas para paliar este miedo se encuentran las de fortalecer la ciberseguridad y la protección de datos, y la formación en la autocustodia digital.

Existe un tercer factor de desigualdad digital, en este caso supranacional. Nos referimos a la igualdad universal de oportunidades sustentada por los apoyos gubernamentales. Aquellos Estados que crean una base adecuada para que la tecnología crezca en sus respectivas regiones poseen una ventaja competitiva respecto a los demás y, por ende, benefician a sus ciudadanos. Así, se crea un desequilibrio global entre los países que tienen como moneda común el uso de la tecnología y los que la miran desde un punto de vista aspiracional, e incluso con cierta desconfianza.

En suma, crear la confianza suficiente en el sistema es una acción ineludible para gobiernos, empresas y sociedad civil. A partir de ella, ya podremos hablar de pactos digitales que concreten metas más ambiciosas en materia de tecnología. La IA ha de entrar en nuestras vidas contando desde el principio con un sustrato mínimo de confianza hacia el sistema que permita evolucionar a la sociedad en su conjunto. Si existen ciudadanos recelosos, o imposibilitados para usar mínimamente las nuevas tecnologías, la sociedad en su conjunto no podrá avanzar de manera adecuada. La confianza, a través del acceso a una información adecuada, es la clave.

Han, B.-C. (traducido por Raúl Gabás Pallás) (2013): *La sociedad de la transparencia*. Barcelona, Herder Editorial.

Cansinos Avilés, J. (2023): *Liderando la transformación digital desde las personas*. Madrid, Ediciones Pirámide.

Martínez, J. B. (2022): *Alfabetización y competencias digitales*. Madrid, Grupo Editorial RA-MA.

Nida-Rümelin, J. y Weidenfeld, N. (2022): *Digital Humanism: For a Humane Transformation of Democracy, Economy and Culture in the Digital Age*. New York, Springer.