

Aquest text és la **traducció al català de l'anàlisi de La Quadrature du net sobre Apple** en la seva «Acció de grup contra les GAFAM» <https://gafam.laquadrature.net/>

Apple

Apple, la més rica de les GAFAM, obté els seus beneficis de la venda al públic dels seus aparells (iPhone, Mac, iPad...) equipats pels seus sistemes operatius.

El seu model de negoci es basa en **empresonar els seus usuaris** a la seva plataforma: dissuadir-los a consumir altres aplicacions i empènyer-los a consumir cada cop més Apple.

En aquesta estratègia, Apple proveeix gratuïtament a les aplicacions que arriben a la seva plataforma, una **mega-galeta** que permet rastrejar cada usuari. Però ho fa **sense el nostre consentiment** explícit, cosa que és il·legal.

Anàlisi d'Apple

L'empresa Apple

Apple té un volum de negoci anual de 200.000 milions d'euros i una reserva de tresoreria equivalent (per comparar, el pressupost anual de l'estat francès és d'uns 300.000 milions). A la Borsa, el total de les accions de l'empresa valdria ara 1 bilió de dòlars, el que la converteix en **la major capitalització borsària del món**.

Fundada al 1976, particularment per Steve Jobs i força abans de l'arribada d'Internet, l'empresa es centra en la venda dels seus propis ordinadors, equipats de sistemes operatius que desenvolupa ella mateixa.

Al 1984, Apple anuncia el llançament del seu Macintosh a través d'un vídeo publicitari dirigit per Ridley Scott, ingenuament titulat «1984» i posant l'empresa com a estendard contra una futura societat de vigilància (el vídeo original està disponible a [disponible a YouTube](#), però nosaltres preferim el [gir](#) que en fan els nostres amics de la Startuffe Nation!). Així com l'eslògan intern de Google, «Don't be evil» (No siguis malvat), la postura presa a 1984 per Apple no és més que una sinistra **anti-profecia**: l'empresa jugarà un rol decisiu en la transformació de les eines digitals en termes de bloqueig i control.

A partir de llavors, Apple no deixarà de brillar per les seves **estratègies de comunicació, tan confuses com insidioses**: el seu famós lema «**Think different**» (Pensa diferent) no dient-nos «què» seria pensar diferentment, ens demana sobretot, i en realitat, que pensem diferentment «sobre nosaltres mateixos» (sobre la nostra singularitat) per «pensar Apple» i fondre'ns en un «cool» (guai) molt comú.

Al 2007, fa poc més de 10 anys, es va llançar l'iPhone. Les seves venten han emplaçat l'empresa a la seva situació econòmica actual, i representa el 70% de la seva facturació (l'altre 30% es reparteix equitativament entre les ventes d'iPad, de Mac i de serveis). Avui dia, al voltant d'**un telèfon intel·ligent de cada cinc** venut al món és venut per Apple.

El model Apple

El model econòmic d'Apple, centrat en la venda al públic de dispositius, reposa en el bloqueig dels seus clients: assegurar-se que només compraran material Apple. Per això, l'empresa manté un control total sobre l'ús que els seus clients poden fer dels productes que compren.

Els sistemes operatius de les màquines Apple - **iOS i Mac OS** - són **pures caixes negres**: el seu codi font es guarda en secret, impeding que es pugui prendre consciència del seu funcionament per adaptar-lo a les nostres necessitats, fora del control d'Apple.

La seva App Store és també una perfecta il·lustració d'aquesta presó daurada: Apple **limita el programari descarregable segons els seus propis criteris**, assegurant-se que els usuaris només tinguin accés a serveis de tercers «de qualitat» - conforme al seu model econòmic i a la seva estratègia d'empresonament (Apple s'emporta el 30% del preu de venda de les aplicacions de pagament, així que hi ha molt interès a afavorir-les).

Per últim, un cop que els seus usuaris han pagat per utilitzar els diversos programari no-lliures a través de l'App Store, els és força difícil, econòmicament, de recórrer a altres sistemes que no siguin Apple, o l'accés a certs d'aquests programes no seria ja possible, o es malgastaríem els diners volent comprar-los.

L'empresonament és perfecte.

Un tancament (també) material

Desafortunadament, el model d'empresonament d'Apple no es limita només al programari: la connectivitat dels iPhones no és compatible amb l'estàndard Micro-USB utilitzat per tots els altres fabricants, el que obliga a comprar cablejat específic. De la mateixa manera, els darrers models iPhone no tenen [entrada](#) pels auriculars, el que obliga a comprar un adaptador suplementari si no es desitja utilitzar els auriculars Bluetooth d'Apple.

L'última caricatura a aquest model és el nou altaveu d'Apple, HomePod, que requereix un iPhone per instal·lar-se i **només pot reproduir música [principalment proveïda pels serveis d'Apple](#)** (iTunes, Apple Music...).

Per últim, una vegada que Apple pot controlar totalment l'ús dels seus aparells, el camí és obert per **programar l'obsolescència** i empènyer a la compra d'aparells més recents. Així, el passat hivern, acusada per observadors exteriors, l'empresa es va veure obligada [reconèixer](#) que les actualitzacions havien ralentitzat deliberadament els models vells dels seus telèfons.

Apple [ha explicat](#) que aquest canvi es va fer per protegir els telèfons més antics amb bateries gastades. Però la seva resposta, sigui sincera o no, només posa en relleu el veritable problema: els iPhone són concebuts per no permetre ni reparacions ni simples canvis de bateria. Ralentitzar els vells models només és «útil» en la mesura en que **no són concebuts per durar**.

Vida privada: un fals amic

Apple ven sobretot aparells, i la vigilància massiva no és *a priori* tan útil per ella com per les altres GAFAM. És per això que l'empresa aprofita l'oportunitat per presentar-se com una defensora de la privacitat.

Per exemple, el seu navegador web, Safari, les galetes de tercers, que són utilitzades per rastrejar l'activitat d'una persona a diferents llocs d'Internet, estan bloquejades per defecte. L'empresa presenta això com una mesura de protecció a la privacitat, i és veritat, però és també per ella, una manera de portar el mercat de la publicitat vers el sector de les aplicacions mòbils, on no solament **el rastreig no està bloquejat, ans el contrari, és directament ofert per Apple**.

Això és el que nosaltres ataquem.

Una definició «fora de la llei» de les dades personals

En el seu «[acord de confidencialitat](#)», que estem obligats a acceptar per utilitzar els seus serveis, Apple s'autoritza a usar les nostres dades personals en alguns casos limitats, donant-se la imatge d'empresa respectuosa amb els seus usuaris.

Tot i així, i d'immediat, Apple s'autoritza a «**recollir, utilitzar, transferir i divulgar dades no personals amb qualsevol fi**», incloent entre aquestes dades:

- «el lloc de treball, l'idioma, el codi postal, l'indicador regional, l'**identificador únic** de l'aparell, l'URL de referència»;
- «la **localització** i el fus horari des dels quals un producte Apple és utilitzat»;
- L'ús de serveis Apple, «comprèn les **cerques** que feu», aquestes informacions no són associades a l'adreça IP de l'usuari, «excepte en casos molt excepcionals per assegurar-se la qualitat dels nostres serveis en línia»

Aquesta llista rebel·la que la definició de «dades personals» utilitzada per Apple és **ben diferent a aquella utilitzada pel dret europeu**. Al dret europeu, una informació és una dada personal des del moment que pot ser associada a una persona única, poc importa que la identitat d'aquesta persona sigui coneguda o no. Tot i així, l'identificador únic de l'aparell, l'adreça IP o, en alguns casos també, les cerques efectuades o la localització, es poden associar a una persona única per elles mateixes.

Així mateix, l'empresa precisa que «si associem les dades no-personals a dades personals, les dades combinades seran tractades com dades de caràcter personal». De fet, les dades que ella anomena «no-personals» i que associa juntament **constitueixen ja dades personals**, que el dret europeu prohibeix d'utilitzar «amb qualsevol fi». Però és el que Apple ens demana d'acceptar per utilitzar els seus serveis (i sense que sapiguem fins a quin punt utilitza o utilitzarà aquest xec en blanc).

La mega-galeta

A part de la immensa incertitud respecte als poders que Apple s'atorga a través de la seva errònia definició de «dades no-personals», un perill és ja perfectament actual: l'**identificador publicitari únic** que Apple proporciona a cada aplicació.

Com ja hem vist [a Google](#) (el funcionament és idèntic), Apple associa a cada aparell un identificador únic amb fins publicitaris. Aquest identificador és accessible a cada aplicació instal·lada (l'usuari no és convidat a autoritzar-ne l'accés, que es dona automàticament).

Aquest identificador, **encara més eficaç que una simple «cookie»** (galeta), permet individualitzar cada usuari i, així, rastrejar detalladament les seves activitats a totes de les seves aplicacions. Apple, doncs, proveeix a altres empreses (a tercers) d'una eina decisiva per establir el perfil de cada usuari – per sondejar el nostre esperit amb la finalitat de millor manipular-nos, d'enviar-nos la publicitat adequada en el moment adequat (exactament de la mateixa manera que ho descrivim [en relació a Facebook](#)).

És fàcil comprendre l'interès d'Apple: **atraure el major nombre d'aplicacions a la seva plataforma**, amb el fi que elles atraguin al major nombre d'usuaris possible, que es trobaran atrapats al sistema Apple.

Com ja s'ha mencionat, s'anima a les empreses terceres a anar a l'App Store (tenda d'aplicacions Apple) ja que Apple els impedeix usar les saboroses «galetes de tercers» a la web,

- que Safari bloqueja de forma predeterminada. De fet, quin sentit té lluitar contra Apple per controlar la població a les pàgines d'Internet si la mateixa empresa ofereix gratuïtament els mitjans per fer-ho a les seves aplicacions? La protecció oferta per Safari sembla cínica.

Un identificador il·legal

Contràriament a la mega-galeta oferta per Google a Android, la d'Apple és pot desactivar: l'usuari li pot donar valor «0». Al fer-ho, Apple pretén «deixar l'opció» de sotmetre's o no a la vigilància massiva que permet.

Tot i així, aquesta elecció és il·lusòria: al moment d'adquirir i d'instal·lar un aparell, la mega-galeta d'Apple **s'activa per defecte**, i l'usuari no és convidat a fer cap mena de decisió en el que això respecta. Només més tard, si l'usuari és conscient de l'[opció apropiada](#) i en comprèn el funcionament i el valor, pot realment prendre aquesta decisió. I Apple sap molt bé que la majoria dels seus clients no tindran aquesta consciència o aquesta comprensió, amb el que, en realitat, no se'ls hi haurà donat cap opció.

I això és que el la llei exigeix. La directiva «[ePrivacy](#)» exigeix el consentiment de l'usuari per accedir a les informacions contingudes a la seva màquina, com el de la mega-galeta. El reglament general sobre protecció de dades ([RGPD](#)) exigeix que aquest consentiment sigui donat de forma explícita, mitjançant una acció expressa per acceptar l'accés a les dades. Tot i així, Apple no demana mai aquest consentiment, considerant que ha estat donat per defecte.

Per respectar la llei, al moment de la instal·lació de l'aparell, hauria d'exigir **que l'usuari triés si vol o no ser associat a un identificador publicitari únic**. Si l'usuari refusés, hauria de poder acabar la instal·lació i usar lliurement l'aparell. I això és el que nosaltres exigirem col·lectivament davant la CNIL.

A més, la solució que nosaltres exigim és la mateixa que va [ser adoptada per Microsoft](#) l'estiu passat per tal que Windows 10 complís la llei quan el CNIL el reprovà amb crítiques similars a les que estem fent avui. Si Apple vol veritablement respectar els drets dels seus usuaris, com avui pretén hipòcritament, **el camí és mostra ben clar**.

Si no pren aquest camí, serà la GAFAM amb la sanció més rentable d'Europa, amb un import màxim de **8.000 milions d'euros**. I així, començaríem a reequilibrar les conseqüències de la seva **evasió fiscal**, que ja li ha costat una multa de 13.000 milions d'euros al 2016, però que encara està per pagar (per aprofundir en aquest aspecte, més enllà de la nostra acció centrada sobre a les dades personals, recomanem [les accions](#) conduïdes per ATTAC).

Lleialtec, comissió tecnològica de la Lleialtat Santsenca

<https://tec.lleialtat.cat/divulgacio/gafam>

Llicència del document: CC-BY-SA

Febrer 2019