

tierra firme

www.tierrafirmertm.org

Big Data y Marketing

- Esteban:** Parecía que era ciencia ficción, lo hablamos cuando conversamos sobre películas como la saga de Matrix con Ezequiel Dellutri mismo. Y hoy vemos que esto del Big Data (información acumulada en cantidades impresionantes que no podemos llegar a concebir) está siendo una realidad de la que se habla, se intenta legislar, manejar, donde está en cuestión la privacidad, qué pasa con nuestra la información... Todas cosas que hoy día son discusión porque la tecnología ha abarcado todo esto y mucho más, Ezequiel, en el mundo de hoy.
- Ezequiel:** ¡Qué tema! Un tema muy actual los "macro datos" o Big Data, toda la información que vamos volcando a la red en algunos casos prácticamente sin darnos cuenta. Es una cantidad de información increíble. No hay forma de tomar consciencia de la cantidad de datos que se mueven en internet diariamente. Datos muy personales. En muchos casos se hacen cifrados u otro tipo de cosas para que el dato no esté libre y al acceso de cualquiera. Pero a la verdad es que cada vez que uno ingresa a internet, ingresa a un mundo donde todo está compartido. Una de las particularidades que tiene internet a nivel comunicativo es que es un medio democrático, es decir, todo el mundo tiene posibilidades similares. Por ejemplo, en Facebook hay un mundo de posibilidades que es parejo para todos los usuarios. Por supuesto que está más arriba el que maneja el sistema y eso es lo que tenemos que tener en cuenta cuando hablamos de esta enorme masa de datos que es muy difícil de procesar aun por los profesionales.
- Esteban:** ¿A quién le estamos dando el derecho de que utilice nuestra información cuando le damos "aceptar" y allí va todo?
- Ezequiel:** Una de las cosas que tenemos que pensar es que un teléfono Smartphone, "teléfono inteligente", de los que habitualmente utilizamos, tiene hoy más capacidad de procesamiento de datos que los que tenía la NASA cuando envió el primer hombre a la luna. Es decir, cualquier teléfono más o menos avanzado tiene mayor capacidad de procesamiento y en la palma de la mano. Lo que quiere decir es que hay una gran capacidad para procesar datos. Ahora, lo que se procesa son datos y estos los aportamos nosotros sin darnos cuenta. Cada vez que enviamos un mensaje, un e-mail, los datos empiezan a viajar por internet. Pero no solo eso: la gran pregunta nuestra sobre cómo funciona la Big Data, está dada en algo tan simple como que ninguno de nosotros lee los "términos y condiciones" por ejemplo, cuando uno abre una cuenta de e-mail. Y dentro de eso estamos dando una serie de permisos para trabajar con nuestra información personal. Cuento algo muy sencillo que me paso y aunque no tiene que ver con la Big Data, está relacionado con el tema: tenía que irme de vacaciones, saque unos pasajes y 2 días antes de viajar mi teléfono (tengo un teléfono corriente, nada del otro mundo) me dice por medio de un mensaje que recuerde que tengo que viajar en tal cantidad de horas, me menciona cuál es el código de vuelo, es decir, toda la información. Yo no le había dado la información al teléfono conscientemente, toda esa información me había llegado a mí por intermedio

tierra firme

www.tierrafirmertm.org

de un correo electrónico. Como la cuenta de mi correo electrónico es la misma con la que tengo configurado el teléfono, este levanta esa información y la transforma en ese dato para ayudarme en la vida y recordarme algo que por supuesto recordaba pues ¿cómo no voy a recordar la fecha en que me voy de vacaciones si estuve todo el año esperándola? Y me asombré. La sensación que uno tiene es de estar siendo controlado. Pero no hay una persona que este mirando y preocupada por mi viaje. Sin embargo, es que si, nuestros datos están siendo permanentemente manipulados. Nosotros aun pensamos, que la ultima publicación de Facebook es lo primero que voy a ver, y esto no es así. Facebook va generando, por intermedio de una serie de algoritmos, qué es lo que yo veo. Según lo que me interesa va mostrando, por cuestiones vinculadas a Tierra Firme y a mi trabajo tengo varios seguidores y hay algunos de los que no veo su información aunque estén posteando cosas y esto se debe simplemente a que Facebook decidió que yo tengo determinado tipo de intereses y va armándose en función a eso. Cuando uno se pone a explorar, entrar a la configuración llega un momento en que encuentra la lista que estuvo buscando ahí o en el buscador de Google que la computadora fue guardando, ordenando y clasificando para que cuando yo busque algo el resultado sea el más cercano posible a lo que yo espero.

Esteban: A un patrón que fui diseñando y que la maquina me ayudo a construir.

Ezequiel: Y uno se pregunta por qué encuentro siempre lo mismo y básicamente es porque las computadoras, los sistemas de procesamiento, porque no es mi computadora sino que esta es una herramienta que va recibiendo todo esto de alguna manera esta pensando conmigo. Está intentando empardar mi sistema de pensamiento. Por otro lado suceden cosas bastantes curiosas. Hasta hace un tiempo los programadores tuvieron que desconectar un programa que habían generado específicamente para crear el texto predictivo, este que parece que está conversando conmigo pero es una computadora y parece que sabe lo que me tiene que preguntar. Bueno para poder experimentar con todo eso había generado una inteligencia artificial, de manera que dos de estas conversaban entre sí. Era un programa de testeo. Bueno, las dos inteligencias empezaron a generar un idioma que los programadores no les habían pedido y empezaron a simplificar el idioma a través del suyo para poder comunicarse mas rápida y efectivamente. Y los programadores las desconectaron, y no porque eso implique que van a gobernar el mundo, sino porque no sabían cómo detenerlo y el programa se había ido de lo que ellos supusieron al principio, es decir, la inteligencia artificial se está desarrollando cada vez más. Las personas que juegan a video juegos lo saben muy bien. Hay personas que se llaman "Butser". El "But" es un personaje que el papel que lo desarrolla la computadora y uno ve y tienen reacciones muy similares a los que tendría una persona en situaciones de juego similares. Entonces nosotros no podemos pensar que todo lo que metemos en Internet va a desaparecer porque yo no quiero que nadie entre en contacto con esa información. Ahora esto no tiene que ver con la paranoia aunque tengo que reconocer que todo esto me pone paranoico. Por ejemplo, en mi teléfono no tengo habilitado el geolocalizador, es decir, que alguien sepa todo el tiempo dónde estoy me pone muy nervioso, que mi teléfono me diga fuiste al trabajo y yo nunca le diga eso, pero como repito todos los días el mismo camino llega a la deducción que ese es mi trabajo y cómo voy en horario laboral llega la deducción

tierra firme

www.tierrafirmertm.org

que ese es mi trabajo. Me dice que fui a mi trabajo cuando yo nunca le dije que mi trabajo era en ese lugar y eso me pone nervioso. Al margen de eso tenemos que bajar el nivel de paranoia porque no hay una persona que esté interesada en lo que hace Ezequiel Dellutri en su vida cotidiana, ahí viene lo mas importante de este concepto de *Big Data*. La *Big Data* es: ¿qué se obtiene? *Big Data* son todos esos datos que están dando vuelta y que son difíciles de procesar por la cantidad.

Esteban: Los temas que se están conversando y trasformando en información de bite, ceros, y unos y todos esos códigos computacionales a través de todos los días y a través de Internet.

Ezequiel: Absolutamente. Y sobre todo muchos datos de marketing, nombres de marcas, productos, servicios, lugares y comidas. Por ejemplo, yo compro libros en un sitio muy popular en mi país que se dedica a vender cosas usadas o nuevas y uno compra y consigue lo que realmente quiere. Todas las publicidades que recibo dentro de ese sitio, o de ese programa y fuera de él se relacionan con las últimas búsquedas que hice. Entonces si estoy buscando El Quijote las publicaciones que me aparecen son: "Viaja a la mancha a hacer turismo allí" ó "Compra tal ejemplar de algo". Y empieza a vincular una cosa con la otra y uno ve que esta todo conectado. Entonces lo que se genera a partir de esta famosa *Big Data* lo que se trata de extraer que son las tendencias. Nicolás Mandrake es un especialista en el tema escribió un libro muy interesante escribió "El odio sobre todo esto" y una de las cosas que dice, habla de uno de estos sistemas para ver películas y series online dice: "Ellos no saben lo que te va a gustar pero saben lo que te gustó y en base a esto es que diseñan". Ahora, en esto hay algo que me parece muy terrible, hay una serie muy famosa que es el resultado de haber recogido toda esa información de la *Big Data* con respecto a que le gustaba a la gente y generaron una serie de ocho episodios que fue todo un éxito porque responde a esos gustos y a esas necesidades y esto me da mucho miedo. Porque empezamos a borrar al individuo por lo colectivo. Entonces el creador tiene una visión individual de las cosas, ahora, si yo me empiezo a guiar por lo que dicen los datos o lo que extraigo de la *Big Data* lo que va a pasar es que la individualidad se va a empezar a perder en pos de la masividad y ahí tenemos un problema grave con respecto de para que usamos esos datos cuando estos pueden ser procesados.

Esteban: Hacemos una pausa en la conversación si les parece mirando cada uno como está vertiendo datos en esta gran red a la cual accedemos todos los días con dispositivos inalámbricos o con una computadora de escritorio o diferentes tipos de elementos que tienen accesos todos los días, todos los momentos, todo tiempo, todo lugar, a este sitio donde estamos vertiendo nuestra información. ¿Qué piensa? ¿Cómo lo hace? ¿Cómo lo utiliza? ¿Qué salvaguarda toma? Ya volvemos aquí en Tierra Firme a seguir conversando con Ezequiel Dellutri.

PAUSA

Esteban: La era de la información en el siglo 21 nos ha permitido el desarrollo de tecnologías sofisticadas que cada vez evolucionan mas con mayores posibilidades que van ganando

tierra firme

www.tierrafirmertm.org

autonomía de sus propios creadores y ofreciéndonos a todos patrones, maneras de procesar nuestras propias conductas de acuerdo a tendencias que se van generando con esto que es el *Big Data* que esta allí ya operando y lo hemos visto en los análisis que se han hecho de campañas políticas, de productos, de servicios, de lugares, de infinidad de cosas que tiene que ver con nuestras vidas cotidianas y la toma de decisiones que nos van marcando tendencias, rumbos e incluso algunos, que podríamos decir, mas paranoicos creyendo de la manipulación constante de la información Ezequiel.

Ezequiel: No se si hay una manipulación de la información, lo que hay es una clara manipulación de nosotros los seres humanos, es decir, toda esa información se usa para manipularnos. Entonces uno se pregunta qué es lo que tenemos que hacer. ¿Empezar a dar de bajas a las cuentas que tengo en Internet?, ¿usarlo lo menos posible?, lo que yo tengo que hacer es estar atento al resultado de esa información, a no comprar todo lo que nos ponen por delante y a entender cuáles son los procesos por los cuales se generan determinadas cosas. Entonces gran parte del marketing que se hace hoy es en base a ese tipo de preferencia que nosotros vamos de alguna manera alistando o que vamos transmitiendo a la red. Por otro lado la publicidad es personalizada, es decir, como comentábamos recién que cuando uno empieza a buscar determinado tipo de producto la publicidad empieza a llegarme por intermedio de Internet tiene que ver específicamente con eso que estaba buscando. Así que tenemos una personalización de la publicidad. Esta si yo estoy buscando playas en el Caribe, no es mi caso ojala pudiera, la publicidad no me va a mostrar viaje a París, me va a mostrar playas del Caribe porque de alguna manera está intentando tomar lo que yo tire y a partir de eso hacerme profundizar en todo lo que me hace profundizar esta, el espiral consumista. Entonces todo esto, todos estos sistemas son propios del capitalismo y este se basa en el consumo.

Esteban: Y el marketing necesita esa información.

Ezequiel: Nosotros mantenemos en funcionamiento a Internet y a todos estos grandes sistemas porque sino ¿cómo se mantendrían?!. Nadie le paga a Google para poner una palabra y buscar pero no es un sistema totalmente gratuito porque estamos pagando con la publicidad que aparece por todos lados. Entonces yo tengo que ser consiente de eso. En el capitalismo nada es gratis, la base es que nada sea así. Tenemos que entender que ellos están funcionando y que yo tengo que neutralizarlos y no hacerlo desde la no utilización sino (este ejemplo lo hemos puesto muchísimas veces porque es realmente genial desde donde decía Marshall McLuhan, hay que aprender cómo funcionan) como el ejemplo del remolino, que usaba Marshall Malujan sacado de un cuento de Allan Poe, un barco cae en un remolino, un hombre queda agarrado a un barril dando vueltas en ese remolino. Su final es inevitable. ¿Qué hace este hombre en esa situación? Empieza a mirar y se da cuenta que el remolino tiene una determinada regularidad, que hay una zona de este que no se va para abajo. Ese enorme remolino en medio del mar. Y entonces este hombre lo que piensa es que se tiene que situar en el medio de este pues allí no se mueve. Avanza a su barril hasta ese lugar y logra salvar su vida por eso. Marshall Malujan que tal vez es el gran visionario de todo esto porque él hablaba desde antes de la existencia de Internet,

tierra firme

www.tierrafirmertm.org

decía que en vez de combatir contra esto, hay que analizar. No por nada nuestra sociedad anula el pensamiento racional, porque la persona que racionaliza, que piensa, puede anular el efecto y la masividad que tiene el marketing sobre la persona. Por supuesto que no estoy en contra de la publicidad.

Esteban: Hay que conocer los productos y servicios que se necesitan.

Ezequiel: Y me parece que esta muy bien. Pero hay un momento donde empieza a ser invasivo y hay un momento donde eso me empieza a manejar. Voy a poner un ejemplo que no tiene que ver con Internet pero es muy frecuente. Están rebajados, 15%, 30%, 50% de descuento, sale todo el mundo a comprarlo porque esta rebajado. La pregunta no es si esta el televisor rebajado o no, sino, si lo necesitaba antes de ver la publicidad. Es decir, si lo necesito y está en oferta genial. Ahora, si lo compro porque está en oferta estoy cayendo en la trampa de sistema de marketing y publicidad. Entonces no tengo que permitir que el otro me diga lo que necesito sino que tengo que hacerlo yo y en base a eso salir a buscarlas. Los macro datos lo que permite cuando logran, es muy difícil procesarse por la cantidad que son, pero cuando lo hacen es manipular mas efectivamente al grupo de personas. Hay un dicho popular que dice: Al supermercado hay que ir con una lista porque está lleno de ofertas. En primer lugar hay una ingenuidad de nosotros los consumidores de pensar que si compro lo que está en oferta le voy a ganar al sistema y efectivamente eso nunca pasa. No podemos pensar que desde nuestras casas le vamos a ganar a cientos de personas que estudiaron hacerme consumir. Entonces tengo que asumir que al sistema no lo voy a derrotar pero por lo menos no voy a ser presa del él. Por supuesto que si cada uno dijera eso, sí le ganaríamos; pero sabemos que eso es muy difícil que suceda. Al margen de eso no tengo que ser presa del sistema. La publicidad se basa en crear necesidades que no tengo ni sabía que tenía hasta antes que viera la publicidad. Es decir, nadie necesita tomar una gaseosa pero cuando vemos una propaganda en verano y una persona tomándola, yo empiezo a sentir una necesidad que hasta 5 minutos atrás no tenia. Cuando veo en el cine el trailer o el avance de una película que esta por estrenarse salgo con ganas de verla, y antes de entrar no tenia esas ganas. La publicidad genera eso, y yo tengo que lograr manejar ese tipo de cosas. La pregunta es si ponemos o no datos en Internet, datos financieros por ejemplo que dan vueltas ahí mismos. Internet puede ser muy seguro. Uno puede comprar y son pocas las veces que va a tener problemas. Una de las cosas por las que las empresas se preocupan muchísimo es que Internet sea confiable. El hecho que confíe es lo que garantiza que yo consuma. Entonces si hay seguros, compro. El auto no llega, me devuelven automáticamente el dinero. Pienso que son buenos porque me lo devolvieron y no es así, es un negocio que consiste que esté contento y que vuelva a comprar. Entonces lo que tenemos que hacer es decodificar ese tipo de cosas. El "somos buenos porque te bonificamos el envío" entonces nos sentimos que tenemos que comprar por ese hecho. Debemos codificar ese tipo de cosas que son simples pero caemos permanentemente. La típica es que lo compramos porque esta de oferta y se piensa que hacemos un negocio y que además no entro en la encuesta del consumismo y comprar una oferta cuando no lo necesito es caer de lleno en las garras del consumismo. Entonces esas son las cosas que debemos empezar a entender. Yo aprendí unas cosas cuando me

tierra firme



www.tierrafirmertm.org

case, lo hice en el 2001. Los argentinos están asociando automáticamente a lo que me refiero que fue la gran crisis económica que tuvo mi país. Este va de crisis económicas en crisis económicas pero esta fue una de las más grandes que tuvo. Me case en ese año, es decir, empecé a vivir de manera independiente en el 2001, en medio de la crisis. Y una de las primeras cosas que aprendí en mis primeros años de casados es a vivir con poco. Que uno puede vivir con poco y además una cosa, ser feliz. Yo fui feliz durante los 2 primeros años, sigo siéndolo gracias a Dios por supuesto, pero fui feliz y no tenía plata. Tampoco vivía en indigencia, tengo que reconocerlo, pero no me alcanzaba para darme demasiados gustos y a pesar de eso pude vivir en absoluta felicidad. Esto porque nuestras expectativas estaban puesta en nuestro matrimonio, con mi esposa, en construir nuestra relación, en vincularnos, en disfrutar de la casita que teníamos. Es decir, en disfrutar en lo que tenemos y del otro. Cuando el materialismo nos empieza a ganar nos empezamos a olvidar de lo que es importante, del espíritu, de los que Dios nos da. Jesús dice con tanta claridad: "Si Dios cuida de los pájaros, como no va a cuidar de ustedes". Ahora, nosotros nos olvidamos de esto. Mucha gente vive grandes crisis; no porque está en la indigencia sino porque tuvo que bajar el nivel de vida. Lo importante es qué tan lejos o tan cerca de Dios estamos. Todas estas cosas nos van alejando de lo que es importante. Estar cerca de Dios, de la familia, de la gente que nos quiere, ser buenas personas, esos son los valores que tenemos que recuperar. A Internet no hay que tenerle miedo, pero nada tiene que dominarnos a nosotros y ese tiene que ser nuestro trabajo, ser libres. Dios nos hizo libres, Jesús nos libero del pecado y nosotros tenemos que vivir en plenitud esa libertad. No puede ser que Él dio su vida para liberarnos y nosotros nos hagamos esclavos de la publicidad, el marketing y el mercado. Tenemos que pelear para mantener esa libertad que Dios nos dio con amor y sacrificio.