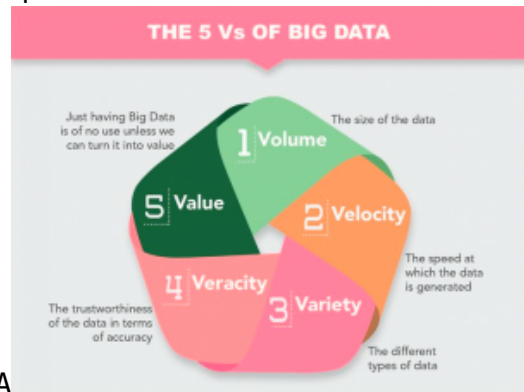


# Big Data: el uso de los datos para saber todo

Me gustaría comenzar esta serie de posts haciendo una simple pregunta, ¿Qué es lo primero que se nos viene a la cabeza cuando pensamos en “Big Data”? Seguramente, de los primeros conceptos que se nos vengán a la cabeza serán los de gran volumen de información, además de que eso se usa en un ámbito de empresa, algo que a nosotros, en nuestro día a día, queda muy lejos.

Big Data es, al final, un gran volumen de datos, que tienen que cumplir ciertas reglas, para que estos datos puedan ser útiles para facilitarnos la toma de decisiones, en un marco temporal, para que las decisiones sean útiles en el momento de tomarlas. En concreto, el conjunto de normas se denominan: “las 5 V’s” [1], aunque hay ciertos autores que se refieren solo a 4. De



todas formas, las 5 V’s son las siguientes:A

1. Volumen: las empresas disponen de una gran cantidad de datos de las actividades que realizan.
2. Velocidad: fundamental para las empresas en la sociedad actual, donde las cosas cambian tan rápido.
3. Variedad: las fuentes de información proceden de distintas fuentes, como visitas a páginas.
4. Veracidad: fundamental en el mundo de la desinformación constante en el cual vivimos.
5. Valor: que nos aporten algo respecto a nuestras actividades.

Tras ver cuales son las bases, puede seguir pareciendo que, como he mencionado al principio, esto es algo completamente ajeno a nosotros, a nuestro día a día, que no nos sentimos identificados con él...Pero, aunque no lo creas, todos los días realizamos un proceso similar para poder tomar decisiones. Por ejemplo, cuando queremos informarnos de un suceso de actualidad, para posicionarnos, solemos consultar diversas fuentes, para tener una idea más amplia de lo que ha sucedido. Además, el tipo de información puede variar, puede venir de un artículo de un periódico de prestigio, o puede ser simplemente de un Tuit. Asimismo, también es importante ser rápido, ya que hoy en día, esa noticia primordial hace dos días, hoy ya es pasado. Por último, también es fundamental analizar si la información es veraz, debido a que, sobre todo en la época de la información,

es bastante común que haya gente que intenta desinformar; aparte de que la información te tiene que aportar algo a ti.

También, cabe recordar que las empresas, aunque parezcan un lugar frío y dominado por tecnología, estas están gobernadas (al menos de momento) por personas que, al igual que tú o yo, tienen que tomar decisiones, en un lapso de tiempo, y hoy en día más que nunca, limitado.

Aparte, tenemos que recordar que esa información que requieren se la otorgamos nosotros con nuestras compras, hábitos, posts... Donde, sin darnos cuenta, somos sus bancos de extracción de datos, que al final, les ayudamos a poder mejorar sus negocios de manera "altruista".

Cuando entramos en el hiperespacio, hemos, sin darnos cuenta, hecho un pago por todo, y estos son mediante nuestros datos personales. Las empresas, tras décadas de centrándose en la comercialización del producto, se han dado cuenta de que lo fundamental es el consumidor [2], y por ello, se han dedicado a recabar información de nosotros (sus consumidores) para saber qué es lo que queremos, y cuando lo queremos; es decir, ahora nosotros somos el producto que tienen que vender, y les estamos ayudando a venderlo. En la actualidad, si realizamos una pequeña reflexión, podemos llegarnos a asustar de la cantidad de información que las compañías disponen de nosotros, que hemos ido regalando poco a poco, como semillas que hemos ido esparciendo por el campo, que han ido creciendo, diciendo quiénes somos, y qué queremos, y las empresas han sido lo suficientemente hábiles como para recoger sus frutos. De hecho, compañías como [Facebook](#) o [Google](#) han hecho público una herramienta que nos permiten saber cuánta información saben de nosotros, por si nos queremos asustar con todo lo que nos dicen que saben, donde solo podemos imaginarnos lo que no dicen que tienen de nosotros, o qué hacen con ello.



Todo esto me recuerda a que parece que solo somos conscientes de la gran cantidad de datos que disponen de nosotros cuando es demasiado tarde. Recientemente se ha descubierto el fallo de seguridad de Facebook que permitía acceder a información personal [3] (que no era crítica) donde se ha revivido el interés por este tema, a pesar de que seguramente el tema se diluya en el futuro próximo; sin ser conscientes del todo de lo que Facebook sabe de nosotros, que al fin y al cabo, se lo hemos dado nosotros con nuestras actividades, siendo seguramente mucho más crítico que alguien cualquiera sepa en qué país/ciudad vives.

En conclusión, hoy en día parece que el precio a pagar para poder entrar en este mundo tan hiperconectado es mediante nuestra información, y también decir que este asunto solo nos parece importante cuando le vemos las orejas al lobo, aunque sólo percibamos la punta del iceberg. Lo que a mí me parece preocupante es que las empresas puedan saber ya todo de nosotros, e incluso que lleguen a saber sobre nosotros mejor que nosotros mismos, si es que no está sucediendo ya, como, por ejemplo, con las ofertas personalizadas de Amazon, que más de una vez al ver un producto que se me recomienda, como mínimo, he tenido la tentación de guardármelo en la lista de pedidos, aunque ni siquiera supiera de antemano algo sobre ese producto.

## Referencias

1. JainBig, A. (2016). [\*The 5 Vs of Big Data\*](#). Accedido el 18 de octubre del 2018
2. Gamez, M. (2017). [\*Por qué todas las empresas quieren apostar por el consumer-centric\*](#). Accedido el 18 de octubre del 2018
3. Rus, C. (2018). [\*Una brecha de seguridad afecta a casi 50 millones de usuarios de Facebook\*](#). Accedido el 18 de octubre del 2018