

Juan Manuel López Zafra & Ricardo A.
Queralt Sánchez de las Matas.

Alquimia: Cómo los datos se están transformando en oro.

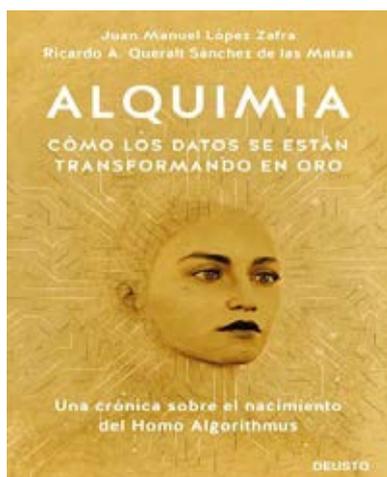
España, Deusto. 2019, 256 páginas.

ISBN: 978-8423430802

Servando Pastor Garrido*

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO

<http://doi.org/10.22370/pe.2020.10.2663>



A finales del siglo pasado, Manuel Castell¹ acuñaba el concepto de sociedad red, como aquella categorización de nuestro entorno social en que el desarrollo tecnológico entre otros efectos, estaría revolucionando los paradigmas organizacionales, Castell prontamente se dio cuenta que nuestra forma de relacionarnos para producir y vincularnos se estaba modificando de manera

radical. En esos años aún no existía Facebook, Instagram, Whatsapp, ni Tiktok. Los líderes de Blockbuster no habían rechazado aún la oferta de comprar Netflix y Google todavía no irrumpía con sus algoritmos, con capacidad de procesamiento nunca antes vistos.

Pasaron varios años para que, basándose en antecedentes provenientes de diferentes iniciativas del World Economic Forum, su fundador y director ejecutivo, Klaus Schwab publicara el documento “La cuarta revolución industrial”² en la que se describe nuestro tiempo como un momento diferente a lo que veníamos

*servando.pastor@uv.cl

experimentando, determinado por la velocidad exponencial de la transformación en los procesos productivos, la profundidad de esta transformación basada en la digitalización no sólo de procesos productivos, sino que de las interacciones humanas y el impacto total de sus efectos, en las personas, organizaciones y en la sociedad entera.

Ahora, son los profesores Juan Manuel López Zafra y Ricardo A. Queralt Sánchez de la Matas que al publicar *Alquimia. Cómo los datos se están transformando en oro* dan un paso más en la comprensión del momento en el que nos encontramos.

Esta investigación, por lo tanto, no es un punto de partida sobre un tema que ellos mismos sitúan en 1950, cuando Alan Turing³ se pregunta si las máquinas pueden pensar, sino que es un insumo adicional para comprender el fenómeno que ellos llaman algoritmización, pues por medio el relatos sobre una serie de casos contemporáneos, tales como el éxito de Alibaba, Raynair o Donald Trump y Barak Obama explican la manera en que la ciencia de datos se convirtió en el nuevo eslabón de la evolución empresarial.

En una primera aproximación, no es fácil distinguir si el libro puede ser leído como texto técnico o de divulgación, ya que se expresan con suficiente claridad conceptos densos y casos complejos con intrincadas variables en juego. Luego, al estudiar detenidamente los diferentes ámbitos que se abordan, se puede asegurar que, por la cantidad y calidad de casos estudiados, el documento se convierte en un infaltable para quienes se están iniciando en la ciencia de datos, en el análisis organizacional o en el estudio de la economía, para académicos de cualquier disciplina que vislumbren el nuevo alcance de métodos analíticos ya disponibles o para aquellas personas interesadas en indagar hasta qué punto nuestra cotidianidad está marcada por la capacidad de las organizaciones para recolectar y procesar datos, junto con tomar decisiones en función de estos, abandonando así el juicio experto.

Durante el transcurso de la lectura, aparece la sensación de gratitud, ya que quizás uno de los aspectos más valiosos del trabajo de los profesores López y Queralt, es la generosidad para relatar

circunstancias, contextos, fundamentos y estudios que precedieron la transformación en el mundo financiero, en el sector minorista, del turismo, de los deportes y la política. Se suma a esto las oportunas definiciones y explicaciones sobre conceptos que aún suelen ser opacos o confusos para muchos, tales como *Big data*, *Machine learning*, *Artificial intelligence* o *Deep learning*. Conceptos que seguramente pronto serán parte del vocabulario estándar de quienes necesitan comprender lo que pasa en su organización.

Desde un punto de vista narrativo, cabe mencionar que el libro se estructura coherentemente desde la introducción hasta el epílogo, desarrollando a través de múltiples relatos, la manera en que modelos de negocios, experiencias de usuario y procesos productivos de diferentes industrias están utilizando los datos como el insumo esencial, homologando al petróleo y el carbón en revoluciones anteriores.

Desde la introducción, los autores ofrecen un estilo detallista, riguroso y sencillo para compartir sus motivaciones, claramente originadas en sus roles académicos, pues es evidente la intención de compartir sus aprendizajes, explicando fácilmente la importancia del dato y aclarando que, si bien la afirmación con la cual se inicia el texto: “los datos son el petróleo del siglo xxi” vale como provocación inicial, en realidad el dato se asemeja más al oro, un activo con un valor intrínseco, independiente de los gobiernos, finamente divisible, sujeto a procesos industriales de minería y cuya acumulación genera poder.

En cada capítulo, se abordan diferentes sectores industriales, a saber; finanzas y seguros; comercio minorista y servicios profesionales, comunicación corporativa y política, turismo, internet de las cosas, deportes y salud. Sin embargo, pareciera ser que este ordenamiento no es más que un pretexto para explicar por medio de casos, con lujo de detalles y anécdotas incluso, la velocidad, profundidad e impacto de la revolución industrial y cultural que genera el acceso y manejo de tanta información.

Ahora bien, el último capítulo y el epílogo merecen un comentario aparte. En el *Capítulo 8. Bases del gobierno del dato*, a

modo de conclusión se plantean afirmaciones clave que debieran orientar a cualquier actor que pretenda impactar positivamente en su organización; una de ellas: la necesidad urgente contar con un *data lake*, un lago en el que confluyan todos los ríos de información, pues la toma de decisiones basada en el dato, ya superó aquella basada exclusivamente en la intuición y en la experiencia.

Manteniendo el uso de casos contingentes, los autores, en el *Epílogo. La ética del dato y el cambio de paradigma. Hacia el Homo Algorithmus*, presentan las implicancias éticas que conlleva la magnitud del acceso a tanta información para la toma de decisiones y concluyen con optimismo, o candidez quizás, la aparición de un nuevo ser humano, el que desarrollará su inteligencia fuera de su propio cuerpo en conexión con la nube, basado en la búsqueda de la libertad como factor evolutivo, referenciando así las ideas de Harari⁴.

Las industrias más desarrolladas están reconociendo la necesidad de contar con este *Homo Algorithmus* para impulsar la cuarta revolución industrial y adaptarse a los desafíos de la sociedad red en la que coexisten, pues tal como se afirma en el reporte del World Economic Forum publicado en Octubre del 2020 sobre el futuro del trabajo⁵, se estima que los roles con mayor aumento en su demanda en los próximos cinco años serán científicos y analistas de datos, especialistas en inteligencia artificial y *machine learning*, especialistas en *big data*, especialistas en marketing digital y especialistas en automatización de procesos.

Por lo tanto, la lectura de este libro permite conectar las necesidades empresariales con las propias acciones de desarrollo profesional, motivando la búsqueda de nuevas competencias, considerando que el mismo reporte afirma que las habilidades más demandadas en este escenario serán contar con pensamiento analítico e innovación, estrategias de aprendizaje, capacidad para resolver problemas complejos, pensamiento crítico, creatividad, originalidad e iniciativa.

Finalmente, al concluir la lectura, aparecen complejas reflexiones sobre el propio rol en este paradigma originado por la cuarta revolución industrial, aparece también un llamado a asumir la

responsabilidad de explorar disyuntivas éticas que se relacionan con la cotidiana interacción entre el ser humano y las organizaciones y un inquietante cuestionamiento sobre la disposición a impulsar, adaptarse, rendirse o luchar contra el dataísmo, pues tal como lo decía Byung-Chul Han, “el dataísmo es una forma pornográfica de conocimiento que anula el pensamiento”⁶.

NOTAS

¹ Castells, M. (1996). *The information age, Vol. 1: The rise of the network society*. Cambridge, MA and Oxford: Blackwell.

² Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Currency.

³ Turing, A. (1950). Computing machinery and intelligence-AM Turing, *Mind*, 59(236), 433.

⁴ Harari, Y. (2014). *Sapiens: A brief history of humankind*. Random House.

⁵ World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. World Economic Forum, Geneva, Switzerland.

⁶ Chul Han, B. (2020). El dataísmo es una forma pornográfica de conocimiento que anula el pensamiento. *Entrevista realizada por el Diario El País*, 17(5), 20.