

«Hay problemas para que los alumnos terminen sus grados de Big Data porque consiguen trabajo pronto» - Diario Información - 05/11/2019

Alejandro Rabasa

Investigador en Ciencia de Datos de la UMH. El Big Data está de moda. Así lo señala uno de los mayores expertos de la UMH, el profesor Alejandro Rabasa. El investigador, que recomienda ser cauto con los perfiles en las redes sociales, plantea como uno de los grandes desafíos reducir el tiempo de respuesta de los algoritmos.

«Hay problemas para que los alumnos terminen sus grados de Big Data porque consiguen trabajo pronto»

Elche

BORJA CAMPOY

❑ **Se habla mucho de Big Data pero en ocasiones da la sensación de que no se sabe muy bien qué es, ¿lo puede definir?**

❑ Lo primero que haría sería desmitificar el Big Data. Se habla mucho y la gente piensa que es magia. Es una disciplina que consta de varios procesos que atacan el exceso de información que existe en el contexto actual. Ese proceso pasa por recopilar fuentes y almacenar los datos en la nube en sus dos primeras fases. Caemos en el riesgo del síndrome de Diógenes del siglo XXI, que es guardar datos por guardar. Hay que analizarlos, sacar el conocimiento de toda esa madeja. El objetivo final, en la tercera fase, es sacar conclusiones en forma de modelos predictivos.

❑ **Matemáticos y estadísticos, ¿sienten que les ha tocado la lotería con el Big Data?**

❑ El hecho de que la sociedad y los medios hablen de Big Data nos ha puesto en el mapa, nos acerca a las empresas. Ahora se le pone

nombre a lo que hacemos. Pero repito que me gusta desmitificar que todos los problemas los resuelva el Big Data. Aquí tenemos estadísticos, matemáticos e informáticos que se encuentran cómodos trabajando juntos, que están en su salsa.

❑ **En la UMH, ¿qué es lo más vanguardista que se está haciendo sobre Ciencia de Datos?**

❑ Tenemos tres pilares. La formación, la investigación base desde los grupos de trabajo y la transferencia, que es la punta visible. Estamos llevando nuestra investigación a las empresas y las administraciones públicas. Hemos trabajado con Turismo, Suma o compañías privadas. Nos piden que hagamos predicciones con los datos que tienen: encuestas a extranjeros, patrones de impagos, roturas de stock...

❑ **¿Qué inquietudes tienen los alumnos y cuál es su porvenir?**

❑ Su porvenir está relacionado con la demanda del mercado, con los perfiles concretos que nos piden las empresas. No saben que nombre ponerle pero, en reali-

dad, lo que necesitan son científicos de datos. El tejido empresarial demanda que formemos a jóvenes que unan los conocimientos informáticos y estadísticos. Siendo sinceros, a veces tenemos problemas para que los alumnos terminen sus estudios porque en tercero o cuarto ya están trabajando. Los estudiantes entran muy pronto en el círculo del trabajo cualificado.

❑ **En este terreno, ¿España está jugando en Primera División?**

❑ Estamos bien, lideramos proyectos interesantes en el marco del Horizonte 2020. En el terreno empresarial, que es el tractor de todo, vamos un paso por detrás de Estados Unidos. Lo bueno es que, en el mundo globalizado, las soluciones que se generan para la empresa no se ciñen a lo local o nacional, aquí no acaba el mercado. La demanda que viene de fuera genera una competencia sana. La UMH está muy bien posicionada en las listas de investigación y eso nos hace mirar el futuro con optimismo.

❑ **¿Cuáles serán los retos que**



Alejandro Rabasa en el Centro de Investigación Operativa. ANTONIO AMORÓS

tendrán los próximos años?

❑ Desde el punto de vista científico, uno de los principales problemas es reducir el tiempo de respuesta de los algoritmos que estamos usando. Hay que diseñar mecanismos más ágiles para que den respuestas pronto y válidas. Otro reto estará relacionado con el *Data Stream*, los flujos de datos. Venimos de un contexto en el que se hacían fotos y sacábamos conclusiones. Ahora los datos cambian muy rápido, nos movemos en el entorno de una película. Lo que predices para hoy ya no vale para pasado mañana y eso un gran desafío.

❑ **¿En qué afecta el Big Data en el día a día de la ciudadanía?**

❑ Como toda tecnología, tiene los dos lados del cuchillo. Hay quien acusa al Big Data de ir en contra de la privacidad. Entre sus beneficios está la segmentación de la población, que ayuda a la hora de recibir información o publicidad acorde a nuestros gustos. Desde el punto de vista médico, el reto es lograr una atención de salud más

personalizada. Conocer los patrones del individuo permite que se le ofrezcan mejores alternativas.

❑ **¿Y en cuanto a la privacidad que señalaba anteriormente?**

❑ Ahí existe una lucha entre privacidad y beneficios. Recomiendo ser muy cauto con los perfiles en internet. Las redes sociales ofrecen un gran nicho de datos y, como todo lo tecnológico, se puede usar para mal o para bien. Desde la apología del terrorismo hasta la detección de la racionalización. El Big Data tiene el caldo para el problema pero también ofrece la solución.

❑ **¿La Ciencia de Datos también es útil para las pymes?**

❑ Es un mito que hay que romper, Big Data no es sinónimo de *Big Company*. Una empresa pequeña puede generar muchos datos. Por ejemplo, un comercio electrónico con apenas dos personas trabajando puede recibir mucha información es su portal. La consonancia del Big Data no va con el tamaño de la compañía, va con los datos que se manejan.