

Big Data: una fuerza para el bien social

Por Rachel Samrén

Durante el Foro de Asociaciones 2018 del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas en Nueva York, tuve la oportunidad de participar en un debate sobre el papel del sector privado para liberar el potencial de Big Data para el bien social.

Si bien muchas personas tienen una idea del valor de Big Data, pocos están familiarizados con el extraordinario poder que tiene para promover el bien social y para crear sociedades inclusivas.

Comencemos por elaborar una definición de los modelos de recopilación de Big Data. Los macrodatos se generan a través de dispositivos móviles, redes sociales, transacciones en línea, sensores y más. El Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas explica que muchos gobiernos en los mercados emergentes tienen capacidades estadísticas insuficientes, sin embargo, el aumento de la huella digital de los ciudadanos les permite capturar datos que antes no estaban disponibles para ellos.

En los negocios, el análisis de la búsqueda y procesamiento de Big Data para encontrar oportunidades de publicidad, marketing e ingresos, va en aumento. Los datos se pueden procesar para establecer correlaciones y patrones de experiencia humana, ayudando a predecir comportamientos futuros.

Por eso hoy en día, existe la creencia de que los macrodatos se utilizan únicamente como una herramienta de hacer dinero para los especialistas en marketing, analistas y estrategas. Pero en realidad es mucho más que eso: Big Data puede aprovecharse como un mecanismo útil para combatir la pobreza y responder, de manera rápida y efectiva, frente a las epidemias, los desastres naturales y las crisis humanitarias. También es una herramienta y una oportunidad importante para la formulación de políticas basadas en evidencia, especialmente en mercados emergentes, como aquellos en los que opera Millicom.

En Millicom, reconocemos el poder del Big Data y nos comprometemos a aprovecharlo para apoyar el desarrollo social y económico en los mercados emergentes. Por un lado, estamos construyendo autopistas digitales, la infraestructura de telecomunicaciones actual, para manejar el creciente tráfico de datos de Internet y en redes sociales que demandan nuestros más de 50 millones de clientes. Por otro lado, estamos encontrando oportunidades para trabajar con socios estratégicos en el uso de Big Data para el bien social de manera responsable. Somos miembros de la iniciativa *GSMA's Big Data for Social Good* que se enfoca en desarrollar una estrategia y procesos coherentes que los operadores móviles puedan usar para compartir ideas con agencias públicas y con las ONG, mientras construyen un ecosistema para apoyar la planificación y respuesta oportuna.

Uno de los mejores ejemplos es el trabajo que hemos estado haciendo en Tanzania, que tiene uno de los niveles más bajos de registros de nacimiento en África. Solo el 16% de los niños menores

de cinco años están registrados oficialmente al nacer y solo la mitad de los registrados reciben un certificado de nacimiento.

El problema tiene un gran impacto en quienes viven en áreas rurales, en poblaciones vulnerables y para las mujeres. Un certificado de nacimiento puede proteger a los niños del trabajo infantil, el matrimonio precoz o la trata de personas. Sin una prueba de identidad, los ciudadanos no pueden acceder a los derechos humanos básicos como la atención médica, la educación y la justicia. También se les impide participar plenamente en el mundo digital.

La tecnología móvil está bien situada para abordar el desafío del registro de nacimientos. En asociación con el Organismo de insolvencia y administración fiduciaria de Tanzania (*RITA*) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (*UNICEF*), creamos una solución móvil innovadora que facilita el registro de los recién nacidos a través de una aplicación basada en SMS o smartphone.

Desde que lanzamos la aplicación móvil de registro de nacimiento en 2013, se han registrado más de dos millones de niños menores de cinco años. Eso es más del 80% de la población menor de cinco años en las siete regiones de Tanzania donde se ha implementado el proyecto. Estos niños ahora son ciudadanos registrados con todos los beneficios que eso conlleva.

Esta iniciativa es solo un ejemplo de cómo la tecnología puede ser utilizada para el bien social. Esta información de los registros de nacimiento también permite a Tanzania planificar y monitorear mejor los servicios públicos, así como diseñar políticas y programas de desarrollo. Los datos demográficos precisos también conducen a una prestación más eficiente y rentable de los servicios gubernamentales, como son la salud y la educación.

Big Data tiene el potencial de llegar a los grupos más marginados que quedan por detrás de los modelos tradicionales de recopilación de datos y análisis estadístico. Tiene el poder, si se usa de manera ética, eficiente y correcta, para construir sociedades inclusivas, donde todos estén representados.

Y solo estamos explorando en la superficie de todo lo que podemos hacer para desarrollar formas más creativas de utilizar Big Data como un componente esencial para las políticas públicas y el desarrollo social. Sin embargo, como suele ser el caso con los desarrollos innovadores y nuevos, existen ciertos desafíos. Uno de los más urgentes es proteger la privacidad de los datos de los usuarios.

El uso de dispositivos digitales genera puntos de datos en casi todo: a dónde vamos, qué compramos, comemos, leemos y escribimos, qué vemos e incluso cuánto dormimos y hacemos ejercicio. Esto debe mantenerse privado y protegido para que las personas tengan confianza cuando usan el Internet.

Este es un mensaje que estamos difundiendo como miembro fundador del Diálogo de la Industria de las Telecomunicaciones sobre la Libertad de Expresión y Privacidad, que el año pasado se fusionó con *Global Network Initiative*. Estamos trabajando en políticas y prácticas para proteger los derechos fundamentales de las personas a la privacidad y la libre expresión, trabajando con

académicos, inversores éticos, organizaciones de derechos humanos, otros operadores móviles y compañías de tecnología.

Con las protecciones adecuadas, podemos utilizar el análisis de Big Data para el desarrollo social sin comprometer la privacidad de las personas.

Cuando las autoridades tienen acceso a datos en tiempo real, pueden responder de manera más rápida y efectiva a las necesidades de las poblaciones afectadas por desastres naturales, ya que tendrán conocimiento de las necesidades cotidianas de esas poblaciones, para que puedan tener las cantidades necesarias de alimento, agua y medicamentos disponibles para responder ante emergencias a gran escala. Tomemos como ejemplo a Paraguay, un país con graves inundaciones y la recurrente sequía en Chad y Guatemala, donde la distribución de la provisión de ayuda financiera de emergencia se lleva a cabo utilizando los servicios financieros móviles de Tigo.

Big Data también se puede canalizar para predecir y rastrear los brotes de enfermedades. En Zanzíbar, la *Flowminder Foundation*, una organización sueca sin fines de lucro, está rastreando datos móviles para estudiar cómo las personas infectadas con la malaria se mueven entre las comunidades, lo que permite comprender mejor la transmisión y las mejores formas de lidiar con ella.

En Guatemala, Millicom está trabajando con el Ministerio de Educación para controlar las tasas de absentismo de los niños en la escuela. Con sus teléfonos móviles, los maestros pueden registrar la asistencia diaria de los estudiantes. Estos datos se transmiten al ministerio, para que puedan entender mejor por qué los niños no asisten a la escuela.

Estas son solo algunas de las formas en que el análisis de los macrodatos sirve de ayuda: cuantos más datos disponibles, más podemos mejorar las vidas de las personas. Pero depende de todas las partes interesadas no solo cooperar para obtener las mejores soluciones, sino hacerlo de una manera que también respete la privacidad de los datos.

- Rachel Samrén es la Vicepresidenta Ejecutiva Jefa de Asuntos Externos de Millicom, un proveedor líder de servicios de cable y móviles, y facilitador del estilo de Vida Digital, de tecnología financiera móvil y servicios a empresas. Millicom brinda estos servicios a través de su marca principal, Tigo, a más de 50 millones de clientes en América Latina y África.