

## MÈDIA



## Mariah Carey lamenta haver passat pel 'talent' 'American idol'

Mentre cada cop més cantants se sumen als jurats dels *talent shows*, Mariah Carey en parla malament. Carey, que va participar en la 12a edició d'*American idol*, defineix l'experiència com "la pitjor" de la seva vida perquè considera el programa "fals i avorrit". "Quan dic que és fals em referei-

xo al fet que has de maquillar les coses que dius a les persones", explica en referència al fet que han de mostrar una gran emoció davant d'actuacions més aviat discretes. També qualifica de "ridícula" l'enemistat que va haver de mantenir amb una altra cantant que feia de jurat, Nicki Minaj.



DÍGITS I ANDRÒMINES

ALBERT CUESTA

TWITTER: @ALBERTCUESTA

*L'ajuntament de la capital catalana ha aconseguit organitzar la xarxa ortogonal d'autobusos i determinar els futurs pols econòmics gràcies a les dades dels usuaris de 'smartphones'*

# Barcelona, ciutat de dades massives

La Dreta de l'Eixample és el districte central de Barcelona, i no només geogràficament: també és el barri que rep més treballadors i estudiants des de la resta de la ciutat. Concretament, cada dia s'hi desplacen 29.666 persones per motius de feina o estudis, mentre que en surten 6.126 habitants cap a altres zones. En general, la zona oest de Barcelona concentra els barris amb més atracció laboral, mentre que l'est i el nord-est tenen un perfil més residencial: al Clot, la Sagrera, Navas i Sant Andreu, més del 60% de les sortides són per anar a treballar. El Gòtic i el 22@ tenen saldos nets diaris de 4.027 i 5.260 entrades, respectivament. El Port, la Vall d'Hebron i la Zona Universitària són altres pols d'atracció, si-gui laboral, sanitària o de formació: reben 6.818, 6.989 i 5.624 entrades des d'altres barris de Barcelona.

Amb informació com aquesta, l'Ajuntament ha pogut planificar des de la ubicació de les noves zones de desenvolupament econòmic fins al traçat de la xarxa ortogonal d'autobusos urbans. Fins no fa gaire, aquesta mena de dades s'obtenien cada quatre anys mitjançant una enquesta a 8.000 persones. Ara, en canvi, estan disponibles en temps gairebé real i abracen un univers molt més ampli: els 300.000 abonats de telefonia mòbil que Movistar té a Barcelona. La divisió Dynamic Insights de l'operadora ofereix als municipis i altres institucions un servei anomenat Smart Steps que determina els desplaçaments de les persones a partir de la seva proximitat a les antenes de mòbil, considerant que el lloc on el telèfon queda immòbil durant la nit és la llar de l'usuari i el lloc on passa la major part de l'horari laboral és el de feina o d'estudi. La mateixa tecnologia, discriminant el país d'origen de la targeta SIM dels mòbils i combinada amb les dades de les operacions fetes a la ciutat amb targetes bancàries mitjançant terminals de cobrament del BBVA, ha permès a la consultoria Roca Salvatella determinar per qui-

nes zones es mouen els creueristes quan desembarquen o en quins barris mengen i dormen, posem per cas, els turistes russos.

Aquesta aplicació del *big data*, la recollida, tractament i anàlisi de grans volums de dades, ha permès a l'Ajuntament de Barcelona generar el que Vicente Guallart, l'encara arquitecte en cap de la ciutat, qualifica de nova cartografia sobre la qual aplicar els protocols de ciutat que Barcelona comparteix amb altres poblacions i organismes del món amb l'objectiu de fer més eficients les ciutats.

Els mapes de mobilitat laboral entre els 73 barris de Barcelona (les antigues viles com Gràcia, Sants i el Poblenou mostren un equilibri entre entrades i sortides diàries de població) són un dels casos d'èxit que es van presentar aquest dijous a la Festibity, la trobada anual de directius del sector TIC que organitza la Facultat d'Informàtica de la Universitat Politècnica de Catalunya. En aquesta edició dedicada a les aplicacions de les dades massives, més enllà de les habituals xifres sobre l'enorme volum de bits

L'article amb els enllaços:



**01. El Barça té més de 180 milions de seguidors a les xarxes.** BARÇA  
**02. La Dreta de l'Eixample és el barri que més treballadors rep cada dia.**

AJUNTAMENT DE BARCELONA

que genera el món digital i el gran potencial d'ocupació que ofereix aquest segment, es va recordar que les dades són la moneda de la nova economia. Però també es va fer notar que la gran majoria dels usos del *big data* encara són descriptius, no-més ocasionalment predictius i gairebé mai prescriptius. Dit d'una altra manera: les empreses encara no acaben de saber quin tipus de consultes poden fer als repositoris d'informació que acumulen en la seva activitat.

Però el procés és imparable: Marc Torrent, director del Centre d'Excel·lència en Big Data, ho il·lustrava citant el mític estadístic nord-americà W. Edwards Deming: "Sense dades, només ets una altra persona que opina". Deming, un dels artífexs de la reindustrialització del Japó després de la Segona Guerra Mundial, té més frases per l'estil, com aquesta: "En Déu sí que hi confiem, però els

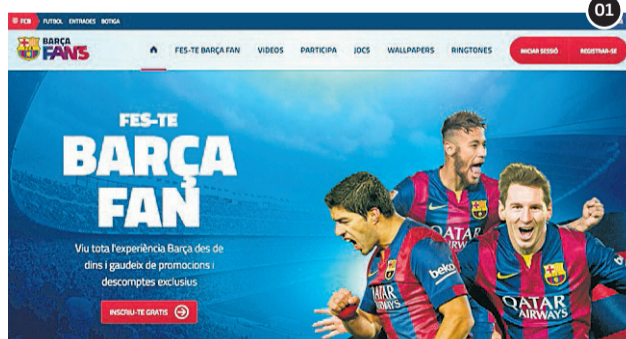
altres que portin dades". No gaire allunyada, per cert, de la que va dir Antoni Vives, tinent d'alcalde sortint de l'actual govern municipal, en el mateix acte: "Barcelona no va de *run run* sinó de dades",

fent referència al vídeo electoral d'Ada Colau, imminent alcaldessa de la ciutat.

Com que la Festibity 2015 va tenir lloc a la llotja del Camp Nou, va ser especialment pertinent que un altre dels ponents fos Dídac Lee, el vicepresident del Barça responsable dels aspectes digitals. Lee va explicar que el club aplica les TIC en l'àmbit esportiu, sensoritzant els jugadors per optimitzar el seu rendiment; en l'operatiu, per atendre la gestió d'una entitat que rep més de 100.000 visites cada setmana; i en el de l'audiència: el Barça, que ja ven el 40% de les entrades mitjançant la web, té més de 180 milions de seguidors a les plataformes digitals, la gran majoria fora de l'Estat. L'anàlisi de les dades massives que generen, mitjançant sistemes CRM de gestió integral de clients, permetrà a l'entitat oferir opcions de patrocinis específiques en cada lloc del món: a Tailàndia, les xarxes del Barça estan patrocinades per una cervesa que no és Estrella Damm. El directiu compara el Barça amb Disney: "Els tenen els parcs i nosaltres el Camp Nou, ells tenen en Mickey i nosaltres el trident, ells venen entrades i marxandatge i nosaltres també". Lee assegura que abans de 10 anys, el Barça serà una institució basada en l'ús de les dades.

Finalment, es va presentar el cas de Strands, una empresa nascuda a la UPC que proporciona a les botigues en línia un mecanisme de recomanació de productes basat en les compres anteriors dels clients que aconsegueix incrementar tant la facturació total de la botiga com l'import mitjà de les operacions de cada client.

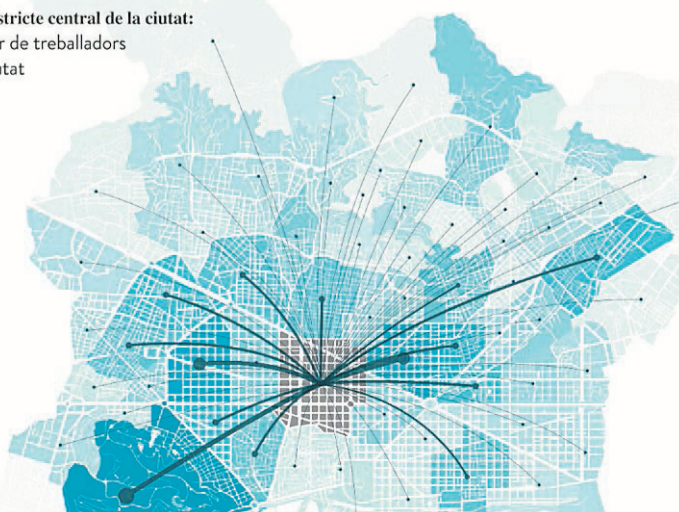
Tot i l'orientació empresarial i institucional de la Festibity, el tractament de les dades massives també té altres aplicacions, com les de caràcter informatiu i ciutadà en general. La setmana que ve teniu ocasió de comprovar-ho al CCCB, assistint a les sessions i tallers de les terceres jornades de periodisme de dades i dades obertes, organitzades per l'Open Knowledge Foundation.



Dreta de l'Eixample, districte central de la ciutat: Principal barri receptor de treballadors des de la resta de la ciutat

**29.666**  
Total entrades des de altres barris de Barcelona.

**6.126**  
Total sortides a altres barris de Barcelona.



Percentatge de desplaçaments sobre total entrades.

02