

Así pagas a Facebook y Google

Kristof Roomp

Rotary Club Alicante

September 17, 2019

Sobre mi

- Kristof Roomp
- Arquitecto principal de software en Microsoft desde 2001
- Mi área es el sistema de mail en la nube de Microsoft
 - 180+ millones de usuarios de Office 365
 - 400+ millones de usuarios de Outlook.com
- Vivo en Alicante desde el verano de 2015, en España desde 2008

Como funciona el ecosistema “clásico” de Google

Usuarios (es decir, cada uno de nosotros)

- Valor: Puedo encontrar una respuesta prácticamente para todo
- Proporcionamos nuestros datos a Google para que los usen para ofrecernos publicidad personalizada

Empresas

- Valor: Pueden vender mas gracias a los anuncios personalizados
- Pagan a través de un mecanismo de apuestas sobre ciertas palabras clave

Creadores de contenido (paginas de web)

- Valor: Google me paga por mi contenido o me envía usuarios a mi web
- Proporcionan contenido de calidad a Google para que se lo muestre a sus usuarios

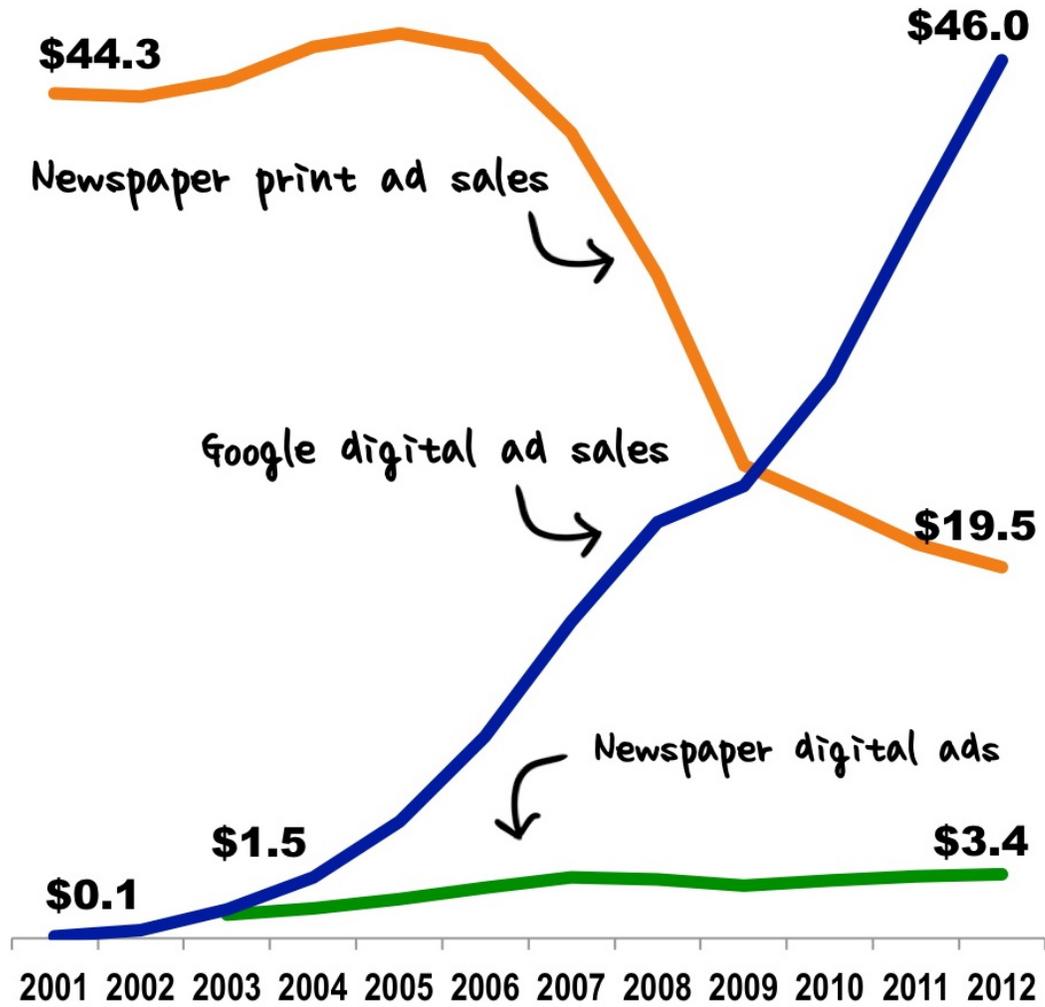
Ejemplo

- Creador de contenido
 - Hace una página de web “Fugas de agua: como detectar fugas de agua en casa”
 - Google usa el algoritmo “PageRank” para determinar la relevancia
 - Función de contenido, enlaces y si el usuario finaliza su búsqueda ahí
 - El creador recibe trafico y gana ventas o remisiones
- Empresas clientes
 - Una fontanería en Alicante paga a Google para que muestre su anuncio a 1000 personas de Alicante que busquen “fuga de agua” en Google
 - El precio es la función de una subasta en tiempo real para la palabra “fuga de agua” (normalmente las palabras mas específicas son mas baratas)
- Usuario
 - Busca “fuga de agua” en Google
 - Google sabe que estas en Alicante a partir de la localización de tu ordenador o tu móvil
 - Los resultados de la búsqueda muestran el anuncio de la fontanería, y luego la página “Fugas de agua: como detectar fugas de agua en casa”

La evolución de Google 2000-2019

- La gran innovación de Google era la relevancia de los resultados de búsqueda
- Como todos los medios de comunicación que dependen de anuncios, siempre hay una tensión entre proteger los intereses de la sociedad y maximizar ingresos
- Por eso ha tenido el lema “Don’t be evil” (no seas malvado) desde 2000,
 - Eliminado en 2018

Newspaper vs. Google ad sales



In US\$billions

Sources: Newspaper Association of America and Google

Como funciona el ecosistema de Facebook

Usuarios	Consiguen ver contenido atractivo y que les engancha
Empresas	Anuncios personalizados a cada uno de nosotros para maximizar la probabilidad de que les prestemos atención y <i>clickemos</i> en ellos
Creadores de contenido	Mecanismo sencillo de ganar dinero por la creación de contenido atractivo y que engancha a los usuarios

Que es “atractivo y que engancha” (engaging)?

- Lo decide un algoritmo de inteligencia artificial
 - El objetivo es maximizar la cantidad de tiempo que nos pasamos pegados a la pantalla utilizando YouTube o Facebook
 - Cada vez que cerramos la ventana de YouTube o Facebook se considera un fracaso
 - El algoritmo aprende que contenido mostrar la próxima vez para evitar que cierres la ventana
 - Conforme va sabiendo mas cosas sobre ti (a partir de los datos que captura de uso de YouTube/Google/Facebook/Android), mejor puede aprovecharse de tus preferencias e incluso debilidades
- Facebook/YouTube pagan a los creadores de contenido según el número de veces que su contenido ha sido elegido/clicado por los usuarios
- El algoritmo no tiene en cuenta el daño social que el contenido podría causar en las personas o la sociedad. Tampoco tiene en cuenta el daño mental/físico o de productividad que puede tener pasar excesivas horas delante de la pantalla

Lo que ha ido mal...

- La gente ha descubierto que tipo de contenido es el preferido por los algoritmos ... y resulta que es ...
 - Contenido que no tiene que ser verdadero
 - Contenido cuanto más controvertido y sensacionalista, mejor
- Reenvíos de Facebook/Whatsapp/Instagram
 - La gente tiene más probabilidad de creer una historia si viene de sus amigos
 - Asumen que alguien en la cadena de reenvíos ha comprobado la veracidad del contenido, pero en realidad rara vez sucede así
- Los algoritmos aprovechan nuestras debilidades
 - Si tienes propensión a la adicción al juego, te muestran un anuncio de un casino o de una página de Web de apuestas de fútbol
 - Si crees que los OVNIS existen, quizás las vacunas son una conspiración de los gobiernos y el hombre nunca fue a la luna.
 - El algoritmo elige contenido relacionado con diferentes teorías de la conspiración o con tratamientos médicos no corroborados científicamente (p.ej. vitaminas contra el cáncer)
- Lucha de algoritmos
 - Los algoritmos que generan “fake news” engañan los algoritmos de Google y Facebook

Una lista de recomendaciones de YouTube

- La gran estafa del calentamiento global
- Lo que se nos oculta de la vitamina C
- Año 2018: INMIGRACIÓN MASIVA en España
- Como alcalinizar tu sangre en casa
- Vacunación ¿Un peligroso fraude médico?
- LA "AGENDA OCULTA" DE GEORGE SOROS | SU INFLUENCIA Y RECHAZO EN VARIOS PAÍSES
- Padre Fortea: "El demonio es un ser que existe"
- "El Pentágono oculta el hallazgo de vida extraterrestre"
- Así falsificó el PSOE los resultados electorales
- LA FALSA TEORÍA DE LA INFECCIÓN

Ejemplo: Las vacunas

- La inmensa mayoría de las personas que son escépticas con respecto a la efectividad de las vacunas reciben esta información a través de YouTube/Facebook
 - Estudios científicos han encontrado que personas con ciertos rasgos de personalidad y estilos cognitivos son más susceptibles a creer este tipo de contenido
 - Estas personas se pueden identificar automáticamente a partir de los datos que captan estas empresas sobre nosotros y usando algoritmos de inteligencia artificial
- Facebook y YouTube ganan miles de millones de euros, mientras que la sociedad paga el precio
 - por ejemplo brotes de sarampión que pueden convertirse en pandemias

Gracias

¿Preguntas?

Kristof Roomp

kristofr@gmail.com

