





G O N Z A L O A L O N S O

*"Me someto
a dietas
tecnológicas
muy estrictas"*

EL PRIMER DIRECTOR DE GOOGLE MÉXICO Y LATINOAMÉRICA ES UN APASIONADO CONSULTOR DIGITAL QUE LIDERA SU PROPIA EMPRESA, CLOWDERTANK. LEE IMPRESOS, PERO ESTÁ CONVENCIDO DE QUE EL MUNDO DEBERÍA DESHACERSE DEL PAPEL. Y AUNQUE HABLAMOS DURANTE HORAS DE TECNOLOGÍA, INCREÍBLEMENTE NO TOCÓ SU CELULAR NI UNA SOLA VEZ.

por Arturo J. Flores
@ArturoEEditor

fotografías de Miguel A. Manrique
@MannFotografo

PLAYBOY: En tu libro *La revolución horizontal* hablas de los *peers* como los consumidores actuales, ¿cuál es la diferencia fundamental entre un *peer* y la señora que compra jitomates en un supermercado?

ALONSO: Esencialmente ninguna. Uno de mis grandes “momentos aleluya” fue darme cuenta de que no existe nada más que el *peer to peer*. Somos pares queriendo conectar con otros pares pero que se enfrentan a mucha basura en medio de ellos. Y quien gana es quien barre esa basura. Por eso, las compañías deberíamos parecer nos más a un par y menos a una empresa. Por eso los bancos te empezaron a hablar de tú. Estamos convencidos de que hay que devolverle el poder a los usuarios.

PLAYBOY: Muchos mercadólogos y *trenders* coinciden en que el conocimiento no debería regalarse, ¿por qué tu libro se descarga de manera gratuita?

ALONSO: Lo regalo porque este ecosistema necesita educación. No puedes pasarte la vida lucrando con todo, todo el tiempo. Debes tener una pasión. Por eso colgué esa cosa en la pared (señala la imagen de un burro convertido en unicornio) para burlarme de quienes construyen unicornios en los negocios y se la pasan preguntándose, ¿dónde estará mi próximo millón de dólares? Yo prefiero buscar burros en vez de unicornios, burros que nos lleven a todos adonde debemos ir. Creo que lo que no hay que regalar es el trabajo. Esa cultura de negocios es la que falta. Necesitamos menos mentalidad de abogados y más de artistas, porque el Big Data sigue siendo un asunto artístico. Crear algoritmos sigue teniendo más alquimia que fórmulas muy bien instituidas.

PLAYBOY: Un fenómeno indiscutible y del que también hablas es aquél en el que la red nos crea un espejismo en el que pensamos que todos piensan igual que nosotros sólo porque nuestros amigos de Facebook son similares a nosotros.

ALONSO: Soy fan de *Saturday Night Live* y ahora me acuerdo que, después de que ganó Trump, sacaron un *sketch* en el que estaban varios caucásicos con un afroamericano viendo cómo se desarrollaban las elecciones. Después de varias horas y de que se fueron ganando estados, al final uno de ellos exclama: “¡Caramba, en Estados Unidos somos racistas!”. Y el afroamericano les dice: “¿Apenas se están dando cuenta?”. El engaño de Trump radica en no aceptar que hay millones de personas allá afuera que piensan diferente. Pero también está el otro lado. En las redes hay gente que te dice: “si votaste por Trump, lárgate de mi Facebook”. Y eso es un proceso altamente negativo, porque respondemos a la intolerancia con mucha más intolerancia.



A mí me pasa lo contrario, cuando encuentro algo que es distinto a mí, lo quiero entender en vez de echarlo al excusado y jalarle a la palanca. El gran poder del Big Data es su capacidad de convertirse en Small Data. Transformar los números en personas con pensamientos. Pero, insisto, lo que hacemos es contestar intolerancia con más intolerancia sin cuestionarnos más allá. El día de las elecciones venía yo regresando de Nueva York y créeme, nadie consideraba la posibilidad de que sí hubiera gente que quisiera a Donald Trump como Presidente. Pensábamos que todos estaban en su contra y la realidad no fue así.

PLAYBOY: La tecnología está tan presente en nuestras vidas, dijiste, que hasta dejamos que una máquina nos diga con quién acostarnos. Caso concreto el de Tinder.

ALONSO: Interesante. Es parte de esa ilusión provocada por la tecnología. Muchos pensamos que es sencillo hacer un *copy paste* a nuestras vidas y ponerlo en cada plataforma digital, y que éstas se vuelven paralelas a nuestra vida real. Hay gente que piensa que puede ser Gonzalo Alonso en el trabajo y Tarzán en su casa, gracias a las redes sociales. Eso es un engaño tecnológico. La realidad es que tienes una vida real y hay diversas ventanas digitales que muestras diferentes perspectivas de esa misma vida. Una vez estaba en una junta y me apasioné al grado de hacerme de palabras con alguien que me reportaba directamente. Me sucede a menudo, aunque no pasa de tomarnos un café y tranquilizarnos. Pero esa persona llevó el desacuerdo a otro nivel y despoticó en las redes sociales. Cuando tomé cartas en el asunto y lo despedí, me dijo: “¿Cómo me puedes correr por algo que puse en Facebook? Eso no es real”. Con todo el dolor de mi corazón tuve que explicarle que sí lo es y tiene consecuencias. Lo que escribes allá afuera es real e importa. Por eso nuestros gobernantes están tan preocupados y lo quieren controlar.

PLAYBOY: Televisa se desmorona frente a Netflix, los taxistas marchan enfadados contra Uber y Playboy en Estados Unidos dejó de lado los desnudos por un rato, ¿existe la digitalización sin sufrimiento?

ALONSO: Lo peor es que los taxistas marchan como zombies, diciendo “Ubeerer”, pero ni siquiera entienden a qué le tienen miedo. No existe digitalización indolora, porque no hay cambio que no genere sufrimiento. Tiene que ver con la vida misma. He oído decir en el mundo de la publicidad que la publicidad cambió. ¡No, güey, lo que cambió fue el mundo! A los seguros, por ejemplo, les duró 500 años su modelo de negocio. Los taxistas tuvieron mucho tiempo para adaptarse, pero les valió. Todos estos lugares de disrupción que menciono provienen de monumentos monolíticos que decidieron abusar de los usuarios mientras las fichas jugaron a su favor. Y creyeron que nunca nada iba a cambiar. A las verticales se les olvidó que lo más importante es la experiencia del consumidor. Hace poco, Amazon presentó un video donde proponía un nuevo modelo de venta en el que activas un código a la entrada de una tienda y cada vez que agarras un producto para echarlo a tu carrito, éste se carga a tu cuenta de Amazon y si lo dejas otra vez, se quita. Pregunta: ¿En México estamos listos para brindar esta experiencia de compra? Pues no. Pero resulta que ese video donde más vio fue en México. ¡Por lo tanto es obvio que el consumidor lo desea!

PLAYBOY: Estamos hablando de un país en el que aún existen los buzones de quejas que debes escribir con lápiz en un papel que después doblarás con la esperanza de que alguien alguna vez lo lea, ¿es posible la digitalización en México?

ALONSO: Suena increíble, pero lo es. Pensamos en Estonia. El país se ubica en un lugar de gran conflicto. Sin embargo, crearon la mejor economía digital del mundo. En su sistema de impuestos nadie tarda más de

cinco minutos en llenar su declaración. Eso provoca que haya un 95% en el cumplimiento de pago de impuestos. Pero además, tú le puedes mandar un mensaje a tu diputado o senador las 24 horas de los 365 días del año y puedes saber si lo leyó, que además es su obligación. El de Estonia es el gobierno más recto que existe porque a un algoritmo no lo puedes sobornar. Si las licencias de conducir no se imprimen en papel, no existe cómo pasarle un billete dobladito al funcionario.

PLAYBOY: ¿Qué se necesita entonces para lograr esa digitalización?

ALONSO: Tres cosas que suenan muy duras. Primero, volverte *paperless*. Matar de una vez por todas al papel. Porque con el papel se muere el significante que tenemos de institución. Y entonces puedes descentralizar los trámites. Si los archivos no se encuentran físicamente en un lugar, entonces te da lo mismo en qué ciudad se haga un trámite. Otra cosa que se requiere es disponer de un sistema de identificación por persona en una úni-

“SHAKIRA SUBE SU NUEVO VIDEO Y TIENE UN MILLÓN DE VIEWS. MINUTOS DESPUÉS, TRES AMIGOS SE PONEN BORRACHOS, IMITAN EL VIDEO Y LO SUBEN A INTERNET. ¡EN 10 MINUTOS TIENEN EL TRIPLE DE VIEWS QUE SHAKIRA!”

ra somos grandes productores de heroína. Si le preguntas a un campesino, le conviene más sembrar amapola que jitomate. Por hacernos tontos con la realidad de que los jóvenes mexicanos prefieren la marihuana incluso sobre el alcohol, ahora defendemos una industria mucho más dañina, como el alcohol mismo.

PLAYBOY: Pienso en Lady Wuuu o en los xv de Rubí, ¿no es acaso este nuevo sistema de celebridades un reflejo de esa relación entre peers? Gente común y corriente y no los actores y actrices inalcanzables.

ALONSO: Sí, lo puedes ver en YouTube y en la empresa nos la pasamos midiéndolo. Shakira sube su nuevo video y tiene un millón de views. Minutos después, tres amigos se ponen borrachos, imitan el video y lo suben a Internet. ¡En 10 minutos tienen el triple de views que Shakira! Los pares estamos fascinados por los pares, por asomarnos a las ventanas de otros seres humanos. Tinder es un claro ejemplo. Yo conocí a mi esposa hace treinta años y tenía que ahorrar toda una semana

para que cuando postee algo, se acuerde de que ahí hay un chorro de cuates que piensan diferente a él. Por eso soy respetuoso de sus fotos, porque es su personalidad digital. Existen jóvenes de 15 años que hoy ya tienen manchada su personalidad digital por todo lo que sus papás pusieron de ellos.

PLAYBOY: ¿Cómo pega la brecha generacional?

ALONSO: Hace dos años, vendí mis coches con todo y que provengo de una generación en la que si no tenías coche, no valías nada. Los hice porque me di cuenta de que después de seis meses de usar Uber, ya no utilizaba mis autos. Hice cuentas y llegué a la conclusión de que tendría que gastar mucho en Uber a diario para que valiera la pena tener tres unidades alemanas estacionadas. Porque a los coches estacionados también les pagas tenencia y seguro, los uses o no. Mis autos eran el más pasivo de mis activos. Te cuento esto porque ahora, cuando invito a mi mamá a comer, siempre me dice: “yo paso por ti porque tú no tienes coche, pobrecito”. Mi hijo, en cambio, me dijo: “a mí nunca me des coche, no me hagas responsable de chocar o de que me choquen, mejor dame una cuenta de Uber para poder moverme solito”. Lo que nos tiene a todos como venados lampareados es que los cambios antes se daban en años y hoy suceden en una semanas”.

PLAYBOY: ¿Cómo reaccionan los CEO's cuando un tipo de jeans y con tatuajes les dice cómo deben manejar sus empresas?

ALONSO: Increíblemente positivo porque ya no les parezco un bicho tan extraño. Me conocen. Pero te cuento una anécdota para que veas que las cosas tampoco han cambiado mucho. Yo viajé muchísimo. Di más de 60 conferencias el año pasado, la mitad internacionales. Sólo en septiembre me subí a 22 aviones y he acumulado más de 3 millones de millas aéreas en toda mi vida. Antes, nunca me habían detenido en los aeropuertos porque gozaba de los derechos tácitos de ser un tipo caucásico y de ojos claros. Pero en cuanto dejé de usar corbatas y las cambié por camisetas, me empezaron a tocar todos los filtros “aleatorios”. Yo peco de inocente, pero mi esposa me abrió los ojos: “te detienen por tus tatuajes”. Imagínate las conclusiones que sacan: si ha pasado tanto tiempo acostado recibiendo tinta, seguro le encontraremos unos cinco kilos de heroína. La realidad es que ni siquiera bebo alcohol.

PLAYBOY: ¿Hemos idealizado la tecnología?

ALONSO: Hay cosas que la digitalización no ha cambiado. Por ejemplo, la equidad hacia la mujer o nuestros pensamientos raciales. Por eso hay que entender que la tecnología no nos cambia. Hace poco me compré un Echo de Amazon y estoy fascinado con él, pero estoy escribiendo un *post* en el que digo: “qué linda tecnología que en Latinoamérica no tiene una aplicación real”. Está bonito que esta cosa me dé la temperatura exacta pero no me sirve pa-

“Somos pares queriendo conectar con otros pares pero que se enfrentan a mucha basura en medio de ellos. Y quien gana es quien barre esa basura. Por eso, las compañías deberíamos parecernos más a un par y menos a una empresa. Por eso los bancos te empezaron a hablar de tú.”

ca base de datos. En México, cada institución tiene un cachito de nuestra información. Así que cada uno te asigna un número diferente y en la cartera tienes que cargar tu INE, tu IFE, tu UTE... y cuando sacas el pasaporte te piden copia de todos. Llevas un montón de documentos encima para poder hacer tu vida. La pregunta es ¿cuándo le daremos poder a los *peers* para que ellos se responsabilicen de su información? Partimos de un sistema de castigo porque pensamos que los ciudadanos no cumplirán con lo que les toca. Pero no les hemos dado la oportunidad.

PLAYBOY: Un poco lo que pasa con las drogas: Se prohíben en vez de dar a cada quien la información necesaria para decidir su consumo.

ALONSO: Pero gana Trump y de inmediato se legaliza el uso recreativo de las drogas en más estados de la Unión Americana, al mismo tiempo que aquí los balazos no paran. Balazos que se disparan contra algo que no es el problema de fondo. En Estados Unidos muere más gente por culpa de armas y drogas legales que por las sustancias ilegales. Eso es lo que permite el Big Data: distinguir entre lo moral y lo cotidiano. Ejemplo: porque durante mucho tiempo no quisimos cuestionarnos de forma moral el uso medicinal de la marihuana y aho-



para pasar por ella, ponerme guapo, llevarla a cenar y hasta conocer a mis suegros! Nuestra relación se fraguó en algo así como diez años. Eran relaciones de cada siete días en las que conocías poco a poco a la gente. En cambio hoy, conoces a alguien en Tinder y en friega haces *match*. Se quedan de ver el viernes. Pero el martes la *stalkeas* en Facebook para ver qué amigos tienen en común. Checas su LinkedIn para saber en qué trabaja y sigues en Twitter. Por ahí del miércoles ya tienen la confianza de *whatsappear*. Por eso las relaciones se consuman más rápido. ¿Pues de qué más vas a hablar el viernes? ¿Qué más necesitas saber de ella para intimar? Según los *millennials*, ya nada más. De existir algo más locochón en ella, ya me habría enterado por Google. Si así estamos eligiendo lo más íntimo, que son nuestras relaciones, imagínate nuestro consumo. ¿Por qué habría de ser diferente? ¿O los políticos? ¡También tenemos políticos de Tinder porque somos ciudadanos de Tinder!

PLAYBOY: Lo cual parece hasta la forma de educar a nuestros hijos, supongo.

ALONSO: Sí, a mi hijo de 12 años siempre le digo: si Facebook fuera un país, tendría el índice más alto de mortandad. Y si fuera un continente, sería el más poblado. Lo ha-