

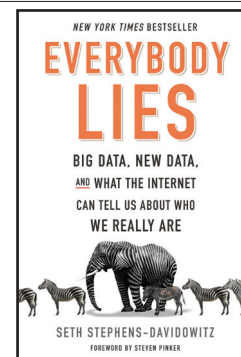
STEPHENS-DAVIDOWITZ, S. *Everybody Lies: Big Data, New Data, and What the Internet Can Tell Us about Who We Really Are.*

Nova York: Dey Street Books, HarperCollins Publishers, 2017, 352 pàgines.
ISBN 978-0-06-239085-1.

PER MANUEL MARTÍNEZ NICOLÁS

Professor de la Universidad Rey Juan Carlos

manuel.martinez.nicolas@urjc.es



Pantagruel en el panòptic

Va ser l'inefable doctor House, aquell metge-detectiu protagonista de la sèrie homònima, qui va popularitzar la demolidora sentència que “tothom diu mentides”. Expert a diagnosticar malalties rares a partir de símptomes estranys o no usuals, l'experiència l'havia convençut que l'últim en què podia confiar era en el que li explicaven els pacients mateixos, més preocupats –fins i tot en aquestes circumstàncies– de protegir la seva reputació que de contribuir a aclarir l'origen dels seus mals. En qualsevol cas, que tothom digui mentides és quelcom assumit ja fa temps per les ciències socials, la font primordial de dades de les quals, les persones, exhibeixen una tendència irrefrenable a explicar el que són, pensen, senten i fan passant-ho pel sedàs afavoridor del que els agradaria ser, pensar, sentir i fer. Menteixen, per tant, i només amb moltes dificultats els científics socials poden controlar aquests fenòmens ben coneguts (desitjabilitat social, espiral del silenci, etc.) a l'hora de determinar les actituds, els estats d'opinió o els comportaments prevalents en les societats humanes... I en aquestes estàvem quan va arribar el *big data*.

Stephens-Davidowitz és doctor en Economia per Harvard, antic analista de dades per a Google i actualment articulista especialitzat al *The New York Times*. Disposa, per tant, d'una sòlida formació acadèmica, una àmplia experiència en el tracte amb les dades digitals i una indubtable vocació divulgadora, qualitats que aboca en una feina en què vol mostrar el potencial del *big data* per a la investigació social, i celebra l'arribada del que no té inconvenient a anunciar com una “revolució”. El resultat és un llibre vibrant i suggeridor, gairebé sempre rigorós, i de vegades excessiu.

Argumenta Stephens-Davidowitz en l'arrencada d'aquesta celebració que bona part del que sabem sobre la gent és equivocat, perquè el que creiem saber d'ella no té més suport empíric que allò que ens explica de si mateixa, i és ben conegut que tothom diu mentides. Però en endavant ja no necessitem confiar en el que la gent ens digui, ja que el rastre que deixa en

cercadors d'internet i en xarxes socials opera com una mena de “sèrum de la veritat digital” que ens revela, per fi, el que la gent pensa, desitja i fa efectivament. Aquest és el potencial de les dades digitals massives del *big data*: indicadors veraces del que a la gent li passa pel cap (gairebé un “cervellscopi”, diu Steven Pinker en el prefaci). Dades que són especialment útils per sondejar en aquells comportaments més susceptibles de veure sotmesos a les nefastes intermediacions psicossociològiques (reputació, desitjabilitat, protecció de la pròpia imatge, etc.) que porten la gent a dir mentides: actituds discriminatòries (racisme, homofòbia, masculisme), conductes sexuals, problemes de salut, condicions estigmatitzades (la malaltia mental, per exemple) o pràctiques socialment reprovades, il·legalitzades o directament delictives (dependències, avortament, abús infantil, assetjament, etc.). Una festa pantagruèlica de dades, en fi, que convertiria aquests *big data* en un autèntic panòptic al qual poc o res del que succeeix en la ment humana podria sostreure.

Però, en què consisteix exactament el potencial del *big data* per obrir aquest “nou camí a la ciència social al segle XXI” que entreveu Pinker en el prefaci? Al final del capítol 2 (pàgines 53-54), Stephens-Davidowitz dona una resposta sintètica a aquesta qüestió traçant el pla que desenvoluparà a la part central del llibre (“The powers of Big Data”), on, *onus probandi*, aporta els resultats de les desenes d'estudis que ha realitzat amb dades digitals, encara que amb una forta tirada pel que es pot fer a partir dels algorismes de Google.

D'entrada, aquestes dades digitals són “dades honestes”: “En l'era predigital, la gent ocultava els seus pensaments enutjosos als altres. En l'era digital, encara els oculta a una altra gent, però no a internet a llocs com Google o Pornhub, que protegeixen l'anonimat. Aquests llocs funcionen com una mena de sèrum de la veritat digital” (pàgina 54). I són “honestos”, sosté Stephens-Davidowitz, no només perquè l'anonimat estigui protegit, sinó perquè la persona usuària compta amb un “incentiu” per no falsejar el rastre digital que deixa al seu pas (recerques, visites a llocs web, etc.): obtenir satisfacció a les seves demandes. Si estic deprimit, és possible que no ho confessi en una enquesta,

però no té gaire sentit que busqui a internet informació sobre el tema si veritablement no ho estic o no vull ajudar algú que ho està. No sembla que tingui volta de full.

Més subtil i il·luminador és l'argument que el potencial d'aquestes noves dades digitals massives no estigui, contra tota expectativa, en el fet que siguin "massives" (*big*), sinó en el fet que són "noves". Són "un nou tipus de dades", dades "no convencionals"; anecdòtiques, fins i tot irrisòries, a primera vista, però disponibles sense cap altra restricció que la imaginació de l'analista per convertir-les en *indicadors socials* rellevants. "La revolució del *big data* no va de recollir més i més dades. Va de recollir les dades correctes" (pàgina 62). Les dades correctes (*the right data*), és a dir, les dades significatives d'entre l'inextricable embolic digital disponible. El potencial d'aquesta revolució que profetitza Stephens-Davidowitz (i exemplifica amb els seus treballs) depèn que s'activi en el científic social aquella espurna imaginativa que examina les recerques d'acudits sobre negres per traçar el mapa del prejudici racial als Estats Units i posar-lo en relació amb la distribució territorial del suport electoral a Donald Trump. O que indaga en les pàgines webs pornogràfiques per estimar el percentatge elevat d'homosexuals nord-americans que encara no ha gosat "sortir de l'armari" en els estats més intolerants. O que rastreja l'interès sobre les maneres de provocar-se un avortament (píndoles, herbes, sobredosi de vitamina C, etc.) per desafiar la credibilitat de les xifres oficials sobre aquest tema. O que repara en la freqüència i la distribució de recerques del tipus "la meva mare / el meu pare em pega" per reconstruir la situació de l'abús infantil i vincular-la a la dels índexs d'atur en llocs i en moments determinats.

Aquest és el sentit de la revolució que anuncia aquí Stephens-Davidowitz: elevar aquestes "evidències" a la categoria de "dades" significatives per a la investigació social. Una revolució que quan arribi exigirà, probablement més que mai, aquest intangible que no deixa de rondar a la proposta de Stephens-Davidowitz: la "imaginació científica", que en aquest camp només es pot nodrir d'una rigorosa formació epistemològica que ajudi a plantejar preguntes pertinents i maneres audaces de donar-los resposta. No sorprèn, doncs, que siguin aquests apòstols de l'algoritme (desmesurats uns, moderats altres) els que caminin reclamant de nou (vegeu, també, FINN 2018) el que ja pregonava fa més de mig segle Wright Mills (1961): fer de la "imaginació sociològica" l'única actitud vàlida per afrontar de manera adequada la complexitat del món, abans la de l'analògic, ara la del digital.

Referències

FINN, E. *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática*. Barcelona: Alpha Decay, 2018 (publicació original: 2017).

WRIGHT MILLS, CH. *La imaginación sociológica*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 1961 (publicació original: 1959).