

Noortje MARRES

DIGITAL SOCIOLOGY: THE REINVENTION OF SOCIAL RESEARCH

Londres: Wiley. 2017. pp. 232.

Decir que el libro aquí abordado es sobre métodos -digitales, en este caso- es quedarse en uno de los márgenes de sus intenciones. La propuesta de Marres va más allá, lo que queda especialmente manifiesto en la primera parte del libro; páginas que pueden considerarse realizadas bajo el paraguas del debate que abrieron Savage y Burrows (2007) en la sociología británica cuando nombraron a las cosas por su nombre: “The Coming Crisis of Empirical Sociology” (trabajo continuado en Ruppert, Law y Savage, 2013). Tal vez su gran aportación al respecto es esa, hacer despegar en la esfera pública del sistema de la ciencia -revistas científicas, libros, conferencias- lo que se comentaba en los pasillos de las universidades y, sobre todo, los centros privados de investigación social. No, no daban eso que pudiéramos denominar soluciones. Sin embargo, Marres, con una escritura que se teje al mismo tiempo con prudencia y potencia, reflexiona -y muestra- las posibilidades de la sociología digital en tal contexto.

Esta sociología digital puede considerarse ya muy alejada de la que proponía Steve Jones (1998) en su *Doing Internet Research*, que gestionó brillantemente la ventaja de ser uno de los primeros que afrontaba de una manera sistemática el reto que suponía internet para los sociólogos. Ahora bien, tras la lectura del mismo quedaba la sensación de que especialmente se centraba en la extensión o prótesis digital de las prácticas de observación ya conocidas. De hecho, a partir del mismo se han prodigado tales extensiones en lo digital cuando se presentaban prácticas de investigación como la encuesta con cuestionario estandarizado, las entrevistas o los grupos focalizados, adquiriendo entonces

el apellido online: encuestas online, entrevistas online y online focus group. Tal vez la única práctica de investigación social que buscó su propio espacio en el mundo digital fue precisamente la menos fijada a procedimientos, como la observación, a partir de Christine Hine (2004) y sus etnografías virtuales.

Desde entonces, no solo han pasado los años sino la forma de ver lo digital por la sociología. De hecho, como ocurre en *Digital Methods for Social Science* (Snee, Hine, Morey, Roberts y Watson, 2015), donde los métodos digitales se convierten en columna vertebral del oficio de sociólogo. Un libro que, por cierto, está presentado por la propia Marres. Ejemplos anteriores de la reconversión profesional a través de la vía digital los tenemos en: *Internet Communication and Qualitative Research. A Handbook for Researching Online* (de Chris Man y Fiona Stewart, 2000) o, más directamente volcado a los estudios de mercado, *Handbook of Online and Social Media Research* (de Ray Poynter, 2010). Y, como la otra cara del universo sociológico, los textos que asumen ontológicamente lo digital, el hecho de que nuestras sociedades no pueden entenderse sin atender a esta dimensión, y que, por lo tanto, ponen el foco de su observación en las prácticas digitalizadas, reclamando un papel diferenciado para la sociología -se es consciente de la crisis- en un escenario en el que parece haberse impuesto la interdisciplinariedad para observarlo. Así, por todos ellos, cabe citar el libro -titulado igual (otro: Lupton, 2014) que el aquí reseñado: *Digital Sociology. Critical Perspectives*- editado por Kate Orton-Johnson y Nick Prior (2013), donde se abordan cuestiones tan sociológicamente básicas y transcendentales como género, espacio, formas de sociabilidad, reproducción de la estructura social, o convergencia entre viejos y nuevos medios.

Pues bien, el trabajo de Marres aquí traído adquiere especial singularidad con respecto a los citados. En primer lugar, su concepción de

sociología digital atraviesa los cuatro niveles de origen bachelardiano: ontológico, epistemológico, metodológico y tecnológico. Es decir, se asume que la sociedad digital existe y que, en todo caso, lo digital atraviesa nuestras sociedades, con independencia de si se encuentran clasificadas en la categoría de muy desarrolladas o en la eufemística categoría de en vías de desarrollo. Ahora bien, con la conciencia de que las prácticas online no pueden explicarse sin las prácticas offline y, viceversa, las prácticas offline no pueden explicarse sin las prácticas online. Además, teniendo en cuenta el resto de los niveles, que esa sociedad digital puede ser conocida por la sociología, con diseños metodológicos que tienen el reto de las articulaciones online-offline y de absorber, a su vez, que tienen lógicas distintas que van más allá de buscar la representatividad offline de las observaciones online; con reflexividad metodológica y técnica, capaz de ser crítica con las limitaciones que plantean los instrumentos (software, apps, plataformas, etc.) y, sobre todo, no hacer preguntas a partir de las respuestas previamente dadas en forma de los datos puestos a disposición por tales herramientas.

La otra singularidad va más allá de lo anecdótico. Los otros textos son afortunadas colecciones de intervenciones, de autores. En este *Digital Sociology* suenan múltiples voces a través de una única voz, la de Noortje Marres. Esto permite esa mirada de articulación y síntesis, desde el significado de la sociedad digital al uso crítico de las técnicas de observación. Creo que es la gran aportación del libro. Pero, vayamos por partes.

La transformación digital ha cambiado la sociedad y, por lo tanto, la forma de observar la sociedad, que es a lo que se dedica la sociología; aunque, como veremos, es precisamente la inserción en lo digital lo que provoca que la extensión de la observación llegue hasta la intervención. Este es el punto de partida de un libro que cubre tres grandes áreas: a) lo llamado digital, como entidad

que hace posible nuevas formas de conocer el mundo social; un objeto de observación sociológica, lo que enfoca la sociología, incluso -podría añadirse- aunque no se llame “sociología digital”; b) los conceptos, métodos y técnicas necesarios para conocer el mundo social; y c) las cuestiones éticas, normativas y políticas derivadas de las formas digitales de investigación social, donde lo digital se convierte en las plataformas para enganchar con los públicos de la sociología -a los públicos observados por la sociología y los públicos observadores de la sociología-; un aspecto que lleva a la participación, aun cuando reclama crítica prudencia en el uso de estas plataformas digitales donde se posibilita la participación, debido a su general opacidad. Un texto apoyado en la experiencia de enseñanza en el ámbito universitario, lo que es, sin duda, fuente de ventajas -accesibilidad y carácter divulgativo del texto, aun cuando no eluda la polémica- y algunas desventajas, puesto que en ciertos asuntos solo se apuntan los problemas que hay detrás, sin profundizar en niveles técnicos. Cuestión que no debiera preocupar, pues estos niveles técnicos serán profusamente difundidos en los próximos años, seguramente a través de medios digitales.

Hablando de sociología parece que no se puede empezar de otra manera y el texto dedica sus primeras páginas al suicidio: cómo, a partir de una aplicación de social media puede prevenirse el suicidio. La descripción sirve para apuntar las muy distintas prácticas sociales que hay entre nuestro tiempo y el de la sociedad francesa de 1897 que sirvió de contexto a Durkheim. Llama la atención el libro sobre el objeto de la sociología, cuando una parte importante de nuestras interacciones están tecnológicamente mediadas. Se trata de otras formas de sociabilidad, como han mostrado Bell (2001), Castells (2000) o Miller y Slater (2001), por ejemplo y por citar a los más ilustres. Hoy están las redes en la diáspora (*diasporic networks*), las nuevas re-agrupaciones en red, de manera que lo offline adquiere consistencia -o se debilita- en lo online, y viceversa. Lo digital, si-

guiendo -como hace la autora- a Marcel Mauss (1968), es un fenómeno social total, que atraviesa el conjunto de la vida social, de manera que el concepto de sociedad digital es más que aparatos y que redes. De aquí que exija a los sociólogos ir más allá del uso de nuevos métodos, aun cuando estos tengan el apellido de digitales. No solo significa observar el mundo diferentemente -a través de herramientas y medios digitales- sino también comprender cómo el mundo social es transformado digitalmente, incluyendo las propias formas que tiene la sociedad de conocer, lo que atañe de forma directa a la sociología. Para ello, tal vez la recomendación más útil que se hace en el libro es la dejar de ver lo digital como una especie de producto artificial o de segundo grado con respecto a lo que no es digital, admitiéndolo como naturalmente digital. No se trata de inferir al conjunto de la sociedad lo observado en el mundo digital. No se trata, por lo tanto, de preocuparse por los “sesgos”. Además, esta recomendación sirve, de paso, para criticar cierta tendencia a convertir en general lo que ocurre en la red. Así, en alusión a Castells, nos dice que una cosa es que las tecnologías digitales permitan observar las redes sociales y otra describir la sociedad como una red.

La cuestión de los métodos -la más condicionada por el debate inaugurado por Savage y Burrows- se inicia con la propuesta de una útil división: a) métodos digitalizados o lo que antes hemos señalado como las técnicas de antes extendidas en nuevas prótesis digitales; b) métodos nativamente digitales; y, tal vez lo más interesante y lo que concreta la declaración de principios del libro, c) los *interface methods*: métodos utilizados por otros campos que pueden servir a la sociología empírica, con la prudencia metodológica señalada antes, ya que, en muchos casos, esas infraestructuras. Unas tecnologías digitales que son sociales asimismo desde tres puntos de vista. Desde la perspectiva de la acción, la arquitectura digital está abierta a la

interacción social y la organización. Desde la perspectiva del poder y el control, están suficientemente controladas para facilitar la intervención y manipulación de esas actividades. Desde la perspectiva del registro, proveen las condiciones artificiales necesarias para registrar y analizar esas acciones. Perspectivas no separadas, puesto que, en buena parte, nuestras preguntas en el ámbito de la investigación digital están condicionadas por quienes hacen las métricas y los registros en las herramientas digitales. Se introduce así el libro a una teoría del dato que se pregunta: ¿existen datos sin análisis? La “forma” de los datos está estructurada por clasificaciones, conceptos y ontologías. Por lo tanto, los datos existen desde una posición (de poder) y para una pregunta y, sobre todo, para ser analizados, de manera que cuando se está ante los datos originados-registrados por las infraestructuras tecnológicas digitales, se está ante una forma de los datos, unas medidas, una concepción de las actividades, de los acontecimientos. Por ello, no se puede evaluar a los métodos digitales desde los mismos parámetros que se usan para los métodos no digitales, abriéndose así las formas del método y la necesidad de pensar el método.

La última parte está dedicada a la ética de la investigación sociológica. Esta se concreta de otra forma cuando se trata de entornos digitales, ya que se pregunta ¿quién puede ser dañado en este tipo de investigaciones? ¿quién puede sufrir daños? ¿son sujetos humanos los observados o son *nicknames*, apodos, direcciones, URL, etc.? Otra muestra de que la forma de vida digital exige otro tipo de investigación sociológica. Incluso en sus aspectos éticos y políticos.

Es más que un libro sobre métodos, lo que especialmente se observa cuando aborda la participación digital, algo que, como investigador interesado en la observación de las audiencias me congratula particularmente, ya que significa que estas ya no pueden ser consideradas como entes pasivos. Término audiencias que puede ser proyectado al resto de prácticas sociales. Es

en el nexo entre sociología y participación donde se encuentra la reflexión epistémica de mayor relieve, ya que, en definitiva, plantea que, para conocer, la sociología ha de implicarse en la acción de los sujetos, de participar en su acción o que los sujetos participen en la acción sociológica. De hecho, el concepto de participación –tan crucial en la arquitectura del texto– puede considerarse borroso. Así, siguiendo a Javier Lezaun (2007), la autora considera investigación participante a la realizada con focus group, lo que es llevar la semántica del concepto demasiado lejos, ya que, entonces ¿por qué no es también participante la acción de los sujetos que son entrevistados y contestan a un cuestionario estandarizado?

Es más, se puede decir que no es un libro sobre métodos, pero la metodología es central en el mismo. No es casual que acabe con una idea de Cicourel (2011), quien es retomado varias veces a lo largo del libro y de quien toma la definición de método: no solo algo que los investigadores sociales aplican a través del diseño de investigación a su objeto de estudio. La viabilidad del método social depende de la mutua coordinación entre sujetos investigadores, medidas, prácticas sociales, categorías analíticas, formato de los datos y así sucesivamente. El concepto es coordinación ad hoc. Es la práctica.

Hay que terminar diciendo que la adquisición de este libro ha sido a través de internet, su lectura se ha realizado en un soporte digital (e-book), y la redacción –capítulos cortos, entrelazados a través de vínculos– pertenece a la lógica digital, facilitando esa lectura digital. Remité digitalmente esta reseña a los editores de la revista, con un archivo digital, que, si pasa las pertinentes evaluaciones, será publicado en la edición digital de *Barataria*. ¿Puede alguien poner en duda el punto de partida de Marres?

BIBLIOGRAFÍA

Bell, D. (2001) *El advenimiento de la socie-*

- dad postindustrial*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2000) *La era de la información. La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Cicourel, A.V. (2011) *Método y medida en sociología*. Madrid: CIS [e.o. 1964].
- Hine, C. (2004) *Etografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Jones, S. (ed.) (1998) *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Nueva York: Sage.
- Lezaun, J. (2007) “A market of opinions: The political epistemology of focus groups”, *Sociological Review* (55): 130-51.
- Lupton, D. (2014) *Digital Sociology*. Londres: Routledge.
- Miller, D. y Slater, D. (2001) *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- Man, C. y Stewart, F. (2000) *Internet Communication and Qualitative Research. A Handbook for Researching Online*. Londres: Sage.
- Mauss, M. (1968) *Sociologie et anthropologie*. París: Les Presses Universitaires de France [e.o. 1950].
- Orton-Johnson, K. y Prior, N. (eds.) (2013) *Digital Sociology: Critical Perspectives*. Basingstoke: Palgrave-McMillan.
- Poynter, R. (2010) *Handbook of Online and Social Media Research*. Chichester: Wiley.
- Ruppert, E.; Law, J. y Savage, M. (2013) “Reassembling social science methods: The challenge of digital devices”, *Theory, Culture and Society*, 30(4): 22-46.
- Savage, M. y Burrows, R. (2007) “The coming crisis of empirical sociology”, *Sociology*, 41(5): 885-99.
- Snee, H.; Hine, C.; Morley, Y.; Roberts, S. y Eatson, H. (2015) *Digital Methods for Social Science*. Basingstoke: Palgrave-McMillan.

Javier CALLEJO GALLEGO

Universidad Complutense de Madrid, España

mcallejo@poli.uned.es