**Unidad 6**

**Lucía Fernández Gadea**

El surgimiento de internet y posteriormente del fenómeno de las redes sociales popularizó la idea de una audiencia más activa y crítica, y por tanto se la consideró un elemento democratizante. Sin embargo, cabe preguntarnos cuáles son los niveles reales de criticidad y posibilidad de poner sobre el tapete nuevos temas, es decir, de configurar o modificar la agenda configurada por los medios hegemónicos y los poderes políticos.

Eli Parisier en su charla TED plantea como ha vivido el cambio de internet; como en su concepción se la consideró un factor de expansión democrática, que nos llevaría a estar más informados y conectados con el otro. Sin embargo, Parisier visualiza un cambio en esta concepción e introduce el concepto de “burbuja de filtro”.

“La Burbuja de filtro es el universo propio, personal, único, de información que uno vive en internet” (Parisier, 2011). Es decir, las redes tienden a mostrarnos aquello con lo que estamos a fin, con quienes compartimos intereses y a quitar aquello que no visualizamos frecuentemente o no coincide con nuestros intereses.

Esta situación es clara, a todos nos ha pasado realizar una búsqueda en Google e inmediatamente comenzar a ver en nuestras redes o motores de búsqueda este tema reflejado. El ejemplo que pone Parisier sobre las búsquedas de sus amigos sobre Egipto es claro y revelador. Si algo nos interesa por un tema puntual, difícilmente veamos algo diferente sobre ello, justamente por la intervención de estos algoritmos que, como platea Ernesto Calvo (2015), buscan hacernos la navegación lo más placentera y agradable. El problema está en que esta burbuja de filtro “depende de lo que uno es y hace pero uno no decide que es lo que entra” (Parisier, 2011). Los algoritmos no nos dan la chance de elegir qué ver o dejar de ver, simplemente ejecutan los cambios sin previo aviso y sin que podamos tener control sobre ello.

Este concepto de burbuja de filtro se vincula directamente con el de “cámara de eco” expuesto por Calvo, quien plantea que "Cada uno de nosotros vive en estas comunidades donde nuestros valores y preferencias son también los valores y preferencias de cuantos nos rodean". Esto se da porque las redes sociales nos muestran los “mensajes que son consistentes con nuestros prejuicios” (Calvo, 2015). Por lo que, las redes nos muestran mensajes seleccionados de acuerdo a nuestras preferencias y difícilmente nos encontremos con una publicación que nos cuestione e interpele fomentando nuestra capacidad crítica y de relacionamiento con el otro, un otro que piensa distinto, o con situaciones sociales y/o culturales que desconocemos.

Es en este sentido que, tal como plantea Parisier, el valor de internet se ha desdibujado. Y en lugar de democratizar la información y el acceso, sólo vemos lo que los “algoritmos” creen que queremos ver, en lugar de acceder a información plural que permita construir ciudadanía, sujetos críticos y participativos en la vida pública.

Tal como platea Aruguete (2017) el acceso no implica “un flujo democrático y participativo de la información”.

De la mano de esto Boczkowski y Mitchelstein (2015) trabajan sobre las brechas de las noticias, plantando que los usuarios tienden a seleccionar la lectura de artículo con noticias más “tribales” por sobre los que tratan asuntos públicos de interés para la comunidad. “La falta de interés en temas relacionados con los asuntos públicos puede redundar en una ciudadanía que no esté preparada para discutir esos temas ni dispuesta a hacerlo, y la fragmentación de la audiencia puede debilitar la posición de los medios en el circuito de la deliberación pública”. (Boczkowski y Mitchelstein, 2015)

Ante estas situaciones cabe preguntarse, ¿realmente estamos ante una audiencia más activa y crítica? ¿Cómo un individuo o grupo de personas sería capaz de fijar agenda o influenciarla, si su postura o tema sólo será visto por un grupo de personas que previamente ya compartían sus intereses y valores?

**Referencias**

Aruguete, Natalia (2017). La hipótesis de la agenda setting en el nuevo entorno mediático. Buenos Aires: Conicet y Universidad Nacional de Quilmes.

Boczkowski, P. J. y Mitchelstein, E. (2015). La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público (Horacio Pons trad.). Buenos Aires: Manantial.

Calvo, Ernesto (2015). Anatomía política de Twitter en Argentina. Buenos Aires: Capital intelectual.

TED (2011). Beware online “filter bubbles” [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles#t-5372> [Último acceso 22/12/2017]