**Actividad 6**

**Nuevos Medios y Medios Tradicionales**

El asentamiento de los llamados *Nuevos Medios* en el ecosistema mediático impulsa múltiples preguntas acerca de las consecuencias de estas nuevas configuraciones mediáticas. Considero que una de las más importantes a atender refiere a la capacidad de fortalecer la participación ciudadana que ha sido atribuida a los Nuevos Medios, aspecto estrechamente relacionado con la potestad de establecer agendas de los medios tradicionales, y la forma en que unos y otros se articulan, confluyen o disputan la transferencia de relevancia.

La charla de Eli Pariser sugerida como disparador aporta un dato de interés para discutir estas cuestiones: propone la ruptura del mito de la visión utópica de internet como herramienta democratizadora - propia de los primeros años de la web 2.0 – y en cambio señala la mutación invisible de la red hacia una nueva forma -dirigida externamente- de segmentación, compartimentación y organización de los usuarios a través de la aplicación de algoritmos que en su conjunto denomina la *“burbuja de filtros”*. Esta burbuja, en lugar de promover la información, el debate y el contacto con la diversidad, y en consecuencia, la posibilidad de desarrollar el pensamiento y la acción críticos, propone una especie de felicidad autocomplaciente retratada sintéticamente por el empresario de Google –hoy retirándose– Eric Schmidt, que señalaba la inminente dificultad del usuario de la red para *consumir algo que no haya sido hecho a medida para él*. En tiempos en que los derechos sociales y los avances a nivel de regulación estatal y políticas públicas apuntan hacia la inclusión social y el combate a la discriminación, la red, en cambio, habiendo sido considerada como paladín de la democracia, a través de los motores de búsqueda y las redes sociales acentúa cada vez más nuestras diferencias individuales, nos distancia de *los otros* y nos impide ver lo que hay de diferente en el mundo.

**Esfera pública, regímenes en el espacio público y Nuevos Medios**

Jurgen Habermas[[1]](#footnote-1) denunciaba la refeudalización de la esfera pública de lo político en el siglo XX a través de la presión que los grupos de poder ejercen sobre el Estado y su capacidad de lograr el consentimiento de los públicos. La articulación entre las instancias políticas y la circulación mercantil habría producido un ensamble de los espacios público y privado que debilitó la capacidad crítica propia de la esfera pública política. Una consecuencia de esta refeudalización fue la pérdida de la visibilidad de las acciones individuales de los ciudadanos, contrapuesta a la capacidad de organización de grupos privados con poder para incidir en la vida pública. En otras palabras, un debilitamiento del ciudadano frente a los grupos de poder. Treinta años después, las redes sociales virtuales vinieron a desmentir a Habermas proponiendo la democracia participativa a través de la capacidad de cada individuo de expresarse, difundir sus ideas y debatirlas con otros, elegir entre múltiples fuentes, etc. Unos años más tarde, empiezan a analizarse las posibilidades reales de esta democracia participativa.

**Nuevos Medios, debate y pensamiento crítico**

¿Cómo es posible sostener los debates necesarios para que la sociedad encuentre solución a sus problemas, los comprenda, exprese los conflictos y las disputas circulantes en ella para resolverlos, si solo nos comunicamos con nuestros grupos de afinidad?, ¿a qué espacio anodino queda reducida la esfera pública? Y ¿por qué no podemos utilizar la red para ese potencial de debate democrático que fue su buque insignia en sus comienzos?, ¿cuál es el objetivo de los *gatekeepers* del siglo XXI?

Las respuestas apuntan a razones meramente comerciales: los buscadores necesitan crear grupos de afinidad para que sus banners se dirijan certeramente hacia los públicos que buscan. En este contexto, ¿cómo se construye el crédito de las voces con influencia?

Sergio Caletti[[2]](#footnote-2) entiende que cada momento de transformación del espacio público está atravesado por el “desarrollo preponderante (nunca único) de una tecnología de la comunicación”. Distingue tres grandes regímenes en el espacio público: la teatralidad identificada con la sociedad cortesana y el auge del teatro; la racionalidad de la sociedad burguesa, ámbito de la prensa; y la masividad de la radiodifusión. Cada uno de estos regímenes no solo supone una tecnología, sino sobre todo “*una arquitectura para las relaciones políticas de la sociedad consigo misma y con el Estado, y un horizonte de posibilidades para esas relaciones*”. Es claro que hay coexistencias y articulaciones complejas y hasta contradictorias entre estos regímenes. Este enfoque puede extenderse al momento actual de convivencia entre Nuevos Medios y Medios Tradicionales. La distinción tecnológica entre ellos resulta clara. Respecto a la *arquitectura para las relaciones políticas* y *sus posibilidades,* nos conduce al reclamo ético de Pariser cuando denuncia la exclusión de la ética en las lógicas de los algoritmos gatekeepers. ¿qué lugar tiene la decisión individual en esa arquitectura? En cambio, sostiene Pariser tenemos una lógica al servicio del mercado donde los seguidores en twitter son capital del político, el periodista o el medio de prensa y los retuits sirven para medir la relevancia de cierta intervención en la red.

**Reflexiones finales**

El uso de información cuantitativa sobre el uso de twitter implica el riesgo de medir e interpretar *relevancia* y preferencias en base a acciones que no parecen haber sido estudiadas en profundidad aún. La incidencia de twitter en Uruguay sería hoy de aproximadamente 12 % de la población según la consultora Radar. Asimismo, la extensión de indicadores como el *time lag* entre sociedades puede conducir a investigaciones de fundamento débil. En Uruguay, donde el impulso a la investigación cuantitativa es grande y a la vez en ocasiones poco fundamentado, el riesgo parece atendible.

Particularmente relevante en relación a educación y a formación de pensamiento crítico, aparece la necesidad de poner en cuestión la lógica de Twitter y otras redes en su creación de comunidades parecidas como forma infalible de sostener todo tal como está: herramienta potente para seguir forjando consensos desinformados.

Por último, un aspecto interesante a investigar refiere a la modalidad de crowdsourcing de información que promueven las redes, ya que cabe preguntarse si no representa una forma novedosa de tercerización y flexibilización laboral al permitir a las corporaciones ahorrar costos y multiplicar fuentes a partir del entusiasmo de las personas.

Gianela Turnes

1. *La esfera de lo público*, 1973, KULTUR und KRITIK, Frankfurt Ed. Suhrkam. Trad: Francisco Galván Díaz [↑](#footnote-ref-1)
2. *Quién dijo res pública*, 2000, Versión reducida y corregida de Repensar el Espacio de lo público Revista Comunicación y política UAM-X México 2000 [↑](#footnote-ref-2)