Clase 6

**¿Acceso a la información?**

Fiorella Banchero

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación creímos que tendríamos la información que quisiéramos en nuestras manos a tan sólo un click de distancia. Creímos que el libre acceso a la información únicamente dependería de la conexión a internet por lo que nos preocupamos en trabajar para acortar la brecha digital. En Uruguay, el gobierno repartió “ceibalitas” a los niños para que todos tuvieran acceso y poder marcar un *tick* en el casillero de “todos los uruguayos tienen acceso a la información”. En ese camino, las autoridades se olvidaron que el acceso no sólo implica tener la herramienta sino saber usarla.

Es en este sentido que algunos bibliotecólogos trabajamos para que esos niños que ahora ya son jóvenes y el resto de la población que quedó por fuera del Plan Ceibal tengan los conocimientos necesarios para acceder a la información. Desde hace años se trabaja en la alfabetización en información, en enseñar a buscar información y a evaluarla entre otros.

Los últimos años, y aquellos que estudian la comunicación y los nuevos medios digitales, nos presentan un nuevo panorama sobre el acceso a la información, que ya no tiene que ver con tener computadora, acceso a internet o saber buscar y evaluar sino que tiene que ver con lo que no controlamos como usuarios de las redes.

En su charla Ted, Eli Parsier (2011), nos confirma algo que ya sospechábamos como usuarios de Google y de redes sociales, ya no tenemos acceso ilimitado a la información, tenemos acceso a la información que se condice con lo que nosotros pensamos. En resumen, la personalización de los buscadores y de las redes sociales hace que veamos lo que queremos ver, que no siempre es lo que necesitamos, sesgando así la información y decidiendo por nosotros qué es lo importante. Parsier (2011) habla de una “burbuja de filtro”, cada uno de nosotros vive en una especie de burbuja donde únicamente entra lo que se condice con nuestras opiniones y donde además no tenemos injerencia en las decisiones acerca de qué entra y qué no. En el caso de las redes sociales ⎯especialmente *Twitter* que es la que estudia el autor⎯ Calvo (2015) indica que «los mensajes publicados en nuestro muro confirman nuestros prejuicios» (p.17), de esta forma «nos permiten vivir en un mundo en el cual todos somos mayoría» (p.17). Esta última afirmación es muy importante porque deja ver que al no tener libre acceso a la información ⎯que buscamos o que las redes sociales nos muestran⎯creemos que todos pensamos igual, que no hay opiniones o visiones contrarias. «El modo en que estos tuits fueron seleccionados da lugar a la “cámara de eco”, un espacio virtual donde la información que recibimos es un eco de nuestros propios prejuicios y de nuestras creencias sobre cómo funciona el mundo» (Clavo, 2015, p. 15)

En la actualidad contamos entonces, a partir de estas personalizaciones, con dos barreras en el acceso a la noticia, la primera se da por el recorte que hacen los periodistas al presentar la noticia ⎯el *frame*⎯ y la segunda, por la elección que hacen los buscadores y las redes sobre qué nos interesa y qué no. A esto debemos sumarle la brecha de las noticias que plantean Boczkowski y Mitchelstein (2015) donde se da una diferencia entre las noticias que se quieren presentar y las que quiere la audiencia, la brecha entre la oferta y la demanda que plantean los autores también influye en la información a la que acceden los ciudadanos. Cada vez más, los medios muestran lo que quieren ver los espectadores porque es lo que da más ganancia en detrimento de asuntos de política o de interés nacional: «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.» (p. 6)

Estamos cada vez más sembrando el desconocimiento, que no tengamos acceso a otras opiniones, que accedamos únicamente a las noticias que nos interesan y que de hecho, desconozcamos otras, hace que cada vez más, una parte de la población se aleje del centro de la toma de decisiones.

El acceso a la información que creíamos iba a mejorar la calidad de vida de las personas, permitiéndoles tomar decisiones en base a la información no es el que tenemos.

Si bien, según la Teoría de las Audiencias Activas, «no es natural que los individuos acepten mensajes dominantes: son audiencias singulares capaces de interpretar, rechazar y desafiar a los medios» (Aruguete, 2017, p. 5), ¿qué pasa con aquellas que no con capaces de desafiar a los medios? ¿Qué pasa con los demás? ¿Con los que no tienen ese nivel de educación? ¿Con los que no tienen esa mirada crítica frente a los medios?

Como mediadores entre la información y los usuarios, los bibliotecólogos debemos estar al tanto de todos los movimientos en lo que tiene que ver con el acceso a la información para poder brindar un buen servicio, pero además para educar a nuestros usuarios en el uso de los medios y las redes. Ya no sólo enseñaremos a buscar y evaluar información sino que además, advertir a los usuarios sobre estos asuntos e incentivarlos a tener una mirada crítica será tarea primordial

Referencias bibliográficas

Arugete, N. (2017) *La hipótesis de la agenda setting en el nuevo entorno mediático.*

Boczkowski. J y Mitchelstein, E. (2015) *La brecha de las noticias: La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público.*

Calvo, E. (2015) *Antomía política de Twitter en Argentina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Capital Intelectual.

Parsier, E. (2011). *Eli Parsier: cuidado con la “burbuja de filtros” en la red*. Recuperado de https://www.ted.com/talks/eli\_pariser\_beware\_online\_filter\_bubbles?language=es#t-14814