Eli Parisier crea el término “burbuja de filtro”, dentro de ella podemos encontrar información única y personal, que es brindada por determinados filtros y algoritmos. Filtros personalizados mediante “gustos” y elecciones que realizamos en la web.

Parisier culmina su presentación TED con un pedido especial, que la red –internet- garantice transparencias, que contenga sentido de la vida pública y nos garantice algún tipo de control. Que simplemente cumpla con la función de conectividad y brinde nuevas perspectivas. Pero ¿hasta qué punto pueden garantizarnos esa libertad?, ¿será que en algún momento habrá transparencia?

El concepto de “burbuja de filtro” quizás ya se manejaba o estaba presente entre los medios tradicionales de comunicación, no bajo el mismo significado pero sí con algún tinte en cuanto a los filtros que se imponen en noticias o programaciones. Los medios tradicionales de comunicación bajo sus propios intereses colocan determinados filtros que regularizan y generan determinada información. Parecía ser que con la llegada de los nuevos medios, internet; blogs, portales y redes sociales, el panorama en adelante sería otro.

Aruguete propone una “nueva frontera” entre los medios tradicionales y los nuevos medios desde la teoría de Agenda Setting. Propuso analizar si, con la llegada de estos nuevos medios, se limitaba o modificaba a esta perspectiva teórica.

Algunos estudios lograron observar que los nuevos medios se imponen cada vez más a los medios tradicionales, son generadores de información pero a la vez se replican a los medios tradicionales y así sucesivamente. Las nuevas plataformas y nuevos formatos han contribuido a la expansión de estos medios, en su mayoría unificándose, y ampliando el número de usuarios. Pero el problema comienza aquí con la demanda de información, de noticias, y las preferencias de cada nuevo usuario. El público comienza a volcarse a sus propios intereses y gustos, con la posibilidad entonces de abrirse a nuevos medios, generando así nuevos contenidos y nuevos temas de interés para la opinión pública.

*“El público solo tenía una capacidad limitada de ignorar otros temas, aun cuando prefiriera hacerlo”* (Boczkowski-Mitchelstein, 2015, p.3). Los autores hablan de la “brecha de las noticias” haciendo referencia a la gran oferta de noticias relacionada con “asuntos públicos” por parte de los medios tradicionales y los periodistas. Por el otro lado, se encuentra el poco interés por parte de los usuarios a estos temas y se comienzan a enfocar hacia los asuntos no públicos. La opción de poder elegir las noticias que nos interesan parece democratizar el acceso a la información y el autocontrol por parte de los usuarios, en comparación con el siglo XX que el usuario debía comprar todo un diario simplemente para llegar a la sección de deporte.

Pero sabemos que la realidad es otra, para contrarrestar y ejemplificar, es interesante el analizar el concepto de “cámara de eco” de Ernesto Calvo que se centra específicamente en la red social Twitter. El autor describe que los tuits son filtrados por algoritmos y los nombra como una especie de “mayordomos electrónicos”, estos se encargan de eliminar mensajes y filtrar cualquier tipo de información  *“Para evitar la proliferación de información trivial en nuestros muros, una serie de algoritmos comienza a trabajar filtrando información, eliminando mensajes irrelevantes y resaltando publicaciones…”* (Calvo, 2015, p.16). Calvo y Parsier comparten una visión similar a la filtración de información por medio de algoritmos. Los ejemplos citados por Eli Parsier engloban las redes sociales, principalmente Facebook, y la plataforma Google. Es desconcertante pensar cómo se maneja la “burbuja de filtro”, de qué forma nos van sugiriendo y limitando información. Los medios de comunicación, las nuevas tecnologías y todas las plataformas digitales siguen cumpliendo con sus objetivos, los formatos cambian y la idea de este mundo globalizado, bajo control, es cada vez más fuerte y más evidente.

Nos queda replantearnos cuál es nuestro rol dentro de todo este mundo global, pensar en realidad si podemos lograr algo, o quizás creer en las esperanzas de Eli Parsier. Que en algún momento por un don divino se logre esa transparencia.

Asimismo voy a continuar compartiendo mis publicaciones en Facebook con la opción “solo amigos”.

**Referencias bibliográficas**

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).

Lic. Camila Figueira

Maestría en Información y Comunicación.