

## ¿A dónde se fueron los otros?

Trabajo de la Unidad 6 del curso “Política, medios y públicos.  
Aportes teórico-metodológicos para la investigación”

Nicolás Batalla

---

El concepto de “burbuja de filtro” acuñado por Eli Pariser en el año 2011 en el libro *The Filter Bubble* (editado en español el año pasado) es lo suficientemente incisivo como para condensar por sí mismo varios de los dilemas y encrucijadas en los que se ve envuelta la ciudadanía en el ecosistema digital en general, y en su relación con internet y las redes sociales en particular.

La revolución 2.0 y el advenimiento de los nuevos medios sociales llegaron acompañados de un inusitado optimismo impulsado por el empoderamiento que las nuevas herramientas significarían para las audiencias en cuanto a su capacidad de acceso e interactividad. La hipótesis subyacente en esas predicciones suponía que las nuevas tecnologías y los nuevos actores cambiarían la relación de fuerzas, históricamente desequilibradas, entre los medios tradicionales y sus audiencias. Lo cierto es que con la evidencia acumulada hasta el día de hoy, la profecía no ha conseguido ser confirmada ni descartada. Lo más atinado que podría afirmarse hasta el momento es que el nuevo escenario vino acompañado de nuevas preguntas y puso de relieve aspectos y dinámicas sociales que nos conminan a continuar regurgitando varios de los axiomas que durante décadas se han venido estudiando desde las teorías de la comunicación.

Tal cual lo vienen alertando los nuevos estudios vinculados al establecimiento de la agenda, “la actual afluencia de las tecnologías de comunicación, así como la capacidad de consumir la información al mismo tiempo que se produce, no garantiza el flujo democrático y participativo de la información” (Aruguete, 2016); pero además, han revelado aristas que hasta el momento no habían sido debidamente ponderadas.

Tal cual lo advirtió Pariser a partir de los cambios realizados en el algoritmo de Google en el 2009, el motor de búsqueda de la compañía comenzó a personalizar sus resultados para cada usuario. Para eso, nos muestran los resultados que suponen que irán más en línea con nuestro gusto, eliminando el margen para la disidencia. Esto ocurre con la música, las series, pero también con las noticias. Esta personalización, afirma Pariser, tiene sus ventajas, ya que nos auxilia a la hora de encontrar contenidos que nos gustan, pero también genera una burbuja que vuelve más lejanos e inaccesibles los puntos de vista diferentes.

En una línea similar, el investigador argentino Ernesto Calvo, en su trabajo “Anatomía Política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman” habla de “mayordomos electrónicos” que seleccionan los tuits que podemos ver en nuestra cuenta con el objetivo de que nuestra navegación sea lo más placentera posible. Según Calvo, “el modo en que estos tuits fueron seleccionados da lugar a una “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”. Un mundo, en definitiva, “en sintonía con nosotros mismos, y en el cual la mayoría de las voces se parecen a las nuestras”. Y algunos de los efectos resultan previsibles, la “segregación informativa en Twitter facilita la polarización, en la medida que satura a los usuarios con información que es políticamente consistente con sus creencias previas”. Mientras tanto, la información inconsistente con nuestras creencias aparece a cuentagotas. Las opiniones parecidas a la nuestra van generando una coraza que nos impide escuchar a aquellos que piensan distinto. Las posiciones se radicalizan y el diálogo se vuelve imposible.

Esa constatación genera otra andanada de preguntas que apuntan en diferentes direcciones y a actores distintos. ¿Qué efectos tienen estas “cámaras de ecos” o “burbujas de filtros” en términos de ciudadanía y convivencia democrática? ¿Qué responsabilidades y obligaciones le caben a las compañías en lo que refiere a

transparentar los mecanismos a través de los cuales posibilitan nuestras experiencias en las redes sociales?  
¿Qué actitud adoptaremos nosotros en nuestra relación con lo diferente, sean ideas o personas?



