

Leonora Estrada Flores  
El filtro burbuja: los peligros de la personalización web  
El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos.  
Pariser, Eli. Madrid, España: Taurus. 2017  
Revista *Xihmai* XV (29), 131-136, enero-junio 2020

# Xihmai

Universidad La Salle Pachuca  
xihmai@lasallep.edu.mx  
Teléfono: (01771) 7 02 13 ext. 1406 Fax:  
(01771) 7 03 09  
ISSN (versión impresa):1870\_6703 México.  
<https://doi.org/10.37646/xihmai.v15i29.337>

2020

Leonora Estrada Flores

## RESEÑA

EL FILTRO BURBUJA: LOS PELIGROS DE LA PERSONALIZACIÓN WEB  
*EL FILTRO BURBUJA: CÓMO LA RED DECIDE LO QUE LEEMOS Y LO QUE PENSAMOS.*  
PARISER, ELI.  
MADRID, ESPAÑA: TAURUS  
2017

*Xihmai*, año 2018/vol. XIII, número 28  
Universidad La Salle Pachuca  
pp. 131 - 136

Xihmai 131



Copyright (c) 2020 Leonora Estrada Flores. Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Leonora Estrada Flores  
El filtro burbuja: los peligros de la personalización web  
El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos.  
Pariser, Eli. Madrid, España: Taurus. 2017  
Revista *Xihmai* XV (29), 131-136, enero-junio 2020

## RESEÑA

EL FILTRO BURBUJA: LOS PELIGROS DE LA PERSONALIZACIÓN WEB  
*EL FILTRO BURBUJA: CÓMO LA RED DECIDE LO QUE LEEMOS Y LO QUE PENSAMOS.*  
PARISER, ELI.  
MADRID, ESPAÑA: TAURUS  
2017

Leonora Estrada Flores<sup>1</sup>

Eli Pariser es un autor, activista y emprendedor estadounidense. Es colaborador de *New York Times Review* y autor del libro *El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Curiosamente, el título original del libro, editado en los Estados Unidos en 2011, es *The filter bubble: what the internet is hiding from you*, es decir: “El filtro burbuja: lo que el internet te oculta”, lo cual le da un significado un poco distinto. A lo largo del libro, Pariser explica la manera en que los algoritmos de internet nos muestran cierta información mientras que omiten otra. Y no, esto no es resultado de una conspiración o un intento de control ideológico orquestado por los dueños de las redes sociales y los motores de búsqueda, es consecuencia de nuestras propias prácticas y hábitos al momento de estar conectados. Nosotros somos los creadores de nuestra propia burbuja.

La *customización* o personalización no es un fenómeno nuevo. Ante la enorme cantidad de productos hechos en serie, el mercado notó que a las personas no les gustaba tener el mismo producto que los demás. Uno de los mejores ejemplos son los teléfonos celulares: muchos tenemos el mismo aparato, pero cada quien tiene diferente fondo de pantalla, distintas *apps* y hasta lo decoramos con diferentes carcasas. Hacemos esto para diferenciarnos de los demás y sentir que somos únicos. Además, la tecnología nos lo permite. Sucede lo mismo con nuestros perfiles de redes sociales: millones de personas usamos la misma plataforma, pero cada uno de nosotros tiene diferentes amigos, foto de perfil o avatar, seguimos a diferentes personas o grupos, etc. En fin, ningún perfil es igual a otro.

---

<sup>1</sup> Maestra en Comunicación y Estudios de la Cultura. Docente Investigadora en el Centro Regional de Educación Normal Benito Juárez, Pachuca, Hgo., México. leonora.estrada.flores@gmail.com

Pues bien, Pariser comenzó a interesarse en la customización de la red cuando se dio cuenta de que cierto tipo de contenido desaparecía de sus redes sociales. Él se identifica como una persona liberal, pero de vez en cuando le gustaba leer posturas diferentes a la suya para mantenerse actualizado y evitar sesgos cognitivos de su parte. Poco a poco, el contenido más conservador era menos numeroso en sus redes sociales y búsquedas en Google. Después de investigar, descubrió que había un patrón que distinguía respuestas a consultas en motores de búsqueda basado en el historial de búsqueda del usuario, de tal manera que una persona con orientaciones liberales obtendría una serie de respuestas totalmente diferentes a las de una persona conservadora si usaba Google, Facebook o Yahoo para buscar una frase o palabra en internet. Por ejemplo, una persona liberal que introdujera “BP” obtendría información sobre un derrame petrolero en el Golfo de México, mientras que una persona conservadora que introdujera las mismas dos letras, obtendría información sobre cómo invertir en una compañía petrolera. Resulta que Google comenzó a personalizar los resultados de las búsquedas desde 2009, pero nosotros no estábamos enterados.

La así llamada hiper-personalización de las búsquedas en internet podría parecernos divertida en un principio. Si me interesa cierto tema, puedo alegrarme de que éste aparezca continuamente en forma de sugerencias de videos mientras estoy en YouTube o incluso en ofertas de productos que ni siquiera sabía que deseaba. Pero hay un peligro enorme detrás de todo esto, y es que los usuarios de internet pueden llegar a caer en la ilusión de que el resto de las personas también recibe ese tipo de sugerencias y que todos están viendo y leyendo el mismo tipo de información. Es por eso que el libro de Pariser va acompañado de la frase “Un buen día te despiertas y te encuentras con que todo el mundo piensa como tú”, lo cual está muy alejado de la realidad.

La red ahora dirige nuestra navegación en función de nuestros datos personales, historial de navegación, compras en línea y comportamiento en redes sociales y portales de noticias, y nos ofrece contenido basado en esas preferencias. Por lo tanto, es de esperarse que dicho contenido se vuelva cada vez menos diverso y que esto nos impida conocer realidades y opiniones diferentes a la nuestra, aislándonos y limitando nuestra experiencia mientras navegamos. Esto es una amenaza particular para la democracia, lo cual es el mayor temor del autor. Capítulo tras capítulo, Pariser explica en su libro la forma en que, sin darnos cuenta, vamos creando una esfera de contenido

alrededor nuestro, por donde los algoritmos de internet van filtrando únicamente información previamente ajustada a nuestros intereses, preferencias y orientaciones políticas, es decir con opiniones con las que ya estábamos de acuerdo, reduciendo así nuestra visión de la realidad. Con variados ejemplos, Pariser nos advierte sobre las enormes desventajas que el filtro burbuja podría tener sobre nuestra forma de pensar, y la manera en que nos relacionamos con el mundo.

Copyright (c) 2020 Leonora Estrada Flores.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)

Leonora Estrada Flores  
El filtro burbuja: los peligros de la personalización web  
El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos.  
Pariser, Eli. Madrid, España: Taurus. 2017  
Revista *Xihmai* XV (29), 131-136, enero-junio 2020