



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TÍTULO DE ENSAYO

Filtro burbuja de los algoritmos de la red social TikTok en jóvenes estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena 2024.

AUTOR (A)

Vasquez Malave Dayana Gisela

**TRABAJO DE TITULACIÓN
Previo a la obtención del grado académico en
MAGISTER EN COMUNICACIÓN**

TUTOR (A)

Cortez Clavijo Paola Elizabeth

Santa Elena, Ecuador

Año 2025



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Ab. Bryan Díaz Alava, Mgtr.
COORDINADOR DEL PROGRAMA**

**Lic. Paola Cortez Clavijo, Ph.D.
TUTOR**

**Lic. Gerson Cochea Panchana, Mgtr.
ESPECIALISTA**

**Ab. Arturo Clery Aguirre Ph.D.
ESPECIALISTA**

**Ab. María Rivera González, Mgtr.
SECRETARIA GENERAL
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por **Dayana Gisela Vasquez Malavé**, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

Lic. Paola Cortez Clavijo Ph.D.
C.I. 0918988312
TUTOR (A)



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, DAYANA GISELA VASQUEZ MALAVE

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, **“Filtro burbuja de los algoritmos de la red social Tik Tok en jóvenes estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena 2024”** previo a la obtención del título en Magíster en Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Santa Elena, a los 15 días del mes de enero del año 2025

Lic. Dayana Gisela Vasquez Malave

C.I. 2450003237

AUTOR (A)



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO
AUTORIZACIÓN**

Yo, DAYANA GISELA VASQUEZ MALAVE

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de la investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Santa Elena, a los 15 días del mes de enero del año 2025

Lic. Dayana Gisela Vasquez Malave

C.I. 2450003237

AUTOR (A)



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado “Filtro burbuja de los algoritmos de la red social TikTok en jóvenes estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena 2024”, presentado por el estudiante, **Dayana Gisela Vasquez Malave**, fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 4%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

**Vasquez Malave Dayana
Gisela**

4%
Textos sospechosos

4% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
1% entre las fuentes mencionadas
3% Idiomas no reconocidos (ignorado)
5% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: Vasquez Malave Dayana Gisela.pdf	Depositante: PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO	Número de palabras: 5653
ID del documento: c8b61e74bdf45bfe894aa79f46b823ccca57dd56	Fecha de depósito: 11/12/2024	Número de caracteres: 39.583
Tamaño del documento original: 209,93 kB	Tipo de carga: interface	
Autores: []	fecha de fin de análisis: 11/12/2024	

Lic. Paola Cortez Clavijo Ph.D.
C.I. 0918988312
TUTOR (A)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis docentes de cada uno de los módulos de la maestría de comunicación quienes nos han guiado con sus enseñanzas para nutrir nuestros conocimientos, así como también a mi tutora de tesis por la guía realizada para poder presentar este trabajo.

Dayana Gisela Vasquez Malave

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Gisela y Paul, por todo el amor y apoyo que he recibido durante mis estudios. A mis hermanas quienes son mis compañeras de vida y a mi hermano menor, por ser mi motivo y razón de ser.

Dayana Gisela Vasquez Malave

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

TÍTULO DE ENSAYO.....	I
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	IV
AUTORIZACIÓN	V
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
Índice de Tablas	X
Resumen.....	XI
Abstract.....	XII
INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	4
Estado de arte. Fenómeno del Filtro burbuja.....	4
Algoritmos de TikTok y personalización según los datos	5
Información diversificada y sesgos de información	7
Impacto social, Desinformación y Opinión Pública	7
Alfabetización mediática y Desarrollo Profesional	9
Aspectos metodológicos	10
Análisis y discusión de resultados.....	13
CONCLUSIONES	16
Referencias.....	18
Anexos	21

Índice de Tablas

Anexo 1. Entrevista 1.....	21
Anexo 2. Entrevista 2.....	23
Anexo 3. Entrevista 3.....	25

Resumen

Este trabajo pretende analizar la existencia de los filtros burbujas generados por los algoritmos de TikTok y el impacto que tienen en los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Los filtros burbujas se producen cuando los algoritmos muestran contenido personalizado a los usuarios, basándose en sus búsquedas previas e intereses, lo que puede limitar el acceso a contenido diverso, causando alteraciones significativas en el desarrollo crítico y profesional de los estudiantes, quienes pueden llegar a desarrollar sesgos de información.

El método utilizado para este ensayo es de carácter cualitativo donde se realiza una revisión bibliográfica sobre estudios relevantes con entrevista a estudiante y profesionales de la comunicación para conocer la percepción que tienen acerca del tema planteado. Como resultado, se identifica que esta red social prioriza el contenido homogéneo y viral en donde existe información abordada de manera subjetiva, reforzando sesgos de confirmación y planteando desafíos en su alfabetización mediática, misma que es esencial en su futuro laboral.

En conclusión, se destaca como es esencial que los estudiantes comprendan los posibles efectos que pueden tener los filtros burbujas y sean conscientes de este fenómeno, trabajando activamente en mejorar sus habilidades críticas y búsqueda de información diversa, clave para su formación profesional en donde están expuestos a entornos digitales cada día más personalizados.

Palabras claves: Filtros Burbujas, Pensamiento Crítico, Alfabetización mediática.

Abstract

This work aims to analyze the existence of the bubble filters generated by the Tiktok algorithms and the impact they have on the students of the Communication career at the State Peninsula University of Santa Elena. Bubble filters occur when algorithms show custom users, based on their previous searches and interests, which can limit access to diverse content, causing significant alterations in the critical and professional development of students, who can reach Develop information biases.

The method used for this essay was a bibliographic review of relevant studies with interviews with students and communication professionals to know the perception they have about the subject raised. As a result, it is identified that this social network prioritizes the homogeneous and viral content where there is a subjective approached information, reinforcing confirmation biases and raising challenges in its media literacy, which is essential in its future work.

In conclusion, it stands out as it is essential that students understand the possible effects that bubble filters can have and are aware of this phenomenon, actively working on improving their critical skills and search for diverse information, key to their professional training where they are exposed to more personalized digital environments.

Keywords: Bubble filters, critical thinking, media literacy.

INTRODUCCIÓN

La era digital con sus múltiples avances tecnológicos transformo totalmente la comunicación y el consumo de contenido dentro de las redes sociales, produciendo que estas extiendan sus funcionalidades volviéndose una herramienta para las organizaciones, estos sitios satisfacen las necesidades psicosociales humanas, creando relaciones permanentes en un mundo digital que se encuentra en constante transformación. (Pulido et al., 2021)

Un claro ejemplo es la plataforma TikTok que ha incrementado su popularidad desde la pandemia por COVID en el año 2020, siendo fuente de entretenimiento e información principalmente entre los jóvenes, lo que también ha dado paso al apareamiento de fenómenos como el denominado “Filtro Burbuja”.

Este fenómeno se refiere a la personalización de los contenidos que visualizan los usuarios a través de las plataformas digitales, basándose en sus historiales de búsquedas, reacciones e interacciones, ocasionando que los algoritmos seleccionen y muestren de forma determinada información de acuerdo con el perfil de cada individuo, limitando la variedad de contenido que consumen (Valencia, 2021).

El término “Filtro Burbuja” apareció por primera vez en el año 2011 para describir el fenómeno por el cual los algoritmos exponen a los usuarios información que refuerza sus intereses, creencias y pensamientos previos, creando un entorno interactivo sesgado alrededor de las personas, que excluyen diversos puntos de vista sobre un tema de relevancia social (Pariser, 2017).

El **objetivo** de este trabajo es analizar el fenómeno de los “Filtro Burbujas” y el impacto que tienen en el acceso de información, pensamientos y desarrollo al camino profesional de los estudiantes de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Dentro del ámbito académico se plantean desafíos importantes en el análisis y la formación crítica de los estudiantes, especialmente de aquellos inclinados por la carrera de comunicación, quienes tienen como objetivos primordiales informar, educar, persuadir y entretener, contrastando fuentes de información y manteniendo la objetividad ante cualquier hecho o noticia que pueda presentarse.

El **alcance** del ensayo pretende explorar ¿De qué manera los filtros burbujas pueden llegar a afectar el pensamiento crítico y la alfabetización mediática de los jóvenes que estudian

la carrera de Comunicación – UPSE?, abordando las bases teóricas de este fenómeno mediante una revisión bibliográfica detallada. Además, se consideran las opiniones que tienen los estudiantes y profesionales con respecto al tema planteado, buscando comprender como estos filtros serían los causantes de sesgos cognitivos junto con la emisión de juicios de valor e interpretaciones erróneas y a su vez buscar propuestas para mitigar sus efectos contraproducentes.

La **idea a defender** se plantea en como los “Filtros burbujas” generados por los algoritmos de TikTok influyen en la alfabetización mediática y opinión pública de los estudiante de comunicación creando limitantes en su pensamiento crítico y visión del mundo, lo que podría impactar negativamente en su desarrollo profesional, buscando garantizar una preparación consciente de los desafíos que surgen constantemente conforme va evolucionando la tecnología y los cambios en los comportamientos sociales que esto implica.

Este ensayo es **relevante** dentro del ámbito social por la importancia que tienen las redes sociales, que se han convertido en los principales medios de información a las que acuden los usuarios por la fácil accesibilidad que tienen a ellas, siendo utilizadas constantemente por jóvenes o adultos, que pretenden conocer sobre temas políticos, sociales y culturales, por otra parte, profesionalmente los futuros comunicadores deben capacitarse para no caer en los sesgos cognitivos que pueden originarse y limitar su visión del mundo, además de comprender como la digitalización y personalización pueden llegar a afectar la opinión pública y el razonamiento de los usuarios.

Los **aportes** que se busca generar con este trabajo son de carácter social, académico y profesional, buscando proporcionar bases teóricas que promuevan una educación oportuna y consciente a los nuevos desafíos de la era digital para los estudiantes, quienes como futuros profesionales necesitan desarrollar aún más sus habilidades comunicativas, preparándose para los cambios que puedan ocurrir con los avances tecnológicos, informando siempre desde una postura ética e imparcial, impulsando a seguir en constante evolución y desarrollo de sus conocimientos.

La **línea de investigación** es “Medios de Comunicación” con la sub-línea, medios impresos y la utilización de las TIC al desarrollo social, que se relacionan por la evolución de los medios con los avances de las herramientas tecnológicas y la influencia que tienen en los cambios sociales, especialmente entre los jóvenes.

Dentro del ensayo se desarrolló el estado de arte sobre el fenómeno “Filtro Burbuja” que sustenta este trabajo, abordando temas como los algoritmos de personalización según los datos, información diversificada, sesgos de información, impacto social, desinformación, opinión pública, alfabetización mediática y desarrollo profesional. Así mismo, bajo el diseño de investigación cualitativa, se recopiló información por medio de entrevistas a expertos en comunicación, realizando un análisis y discusión de la información obtenida, concluyendo en la importancia de estrategias que fomenten la alfabetización mediática en los usuarios y principalmente en los estudiantes.

DESARROLLO

El filtro burbuja ocurre cuando los algoritmos realizan la selección del contenido que mira el usuario conforme a sus búsquedas previas, lo que puede ocasionar el desarrollo de sesgos cognitivos al momento de recibir información personalizada que refuerza sus intereses, planteando desafíos en el ámbito social que impulsen a las personas a mantener una búsqueda constante de información diversificada.

Sin embargo, varios estudios abordan la terminología de este fenómeno y su conceptualización haciendo énfasis en la carencia de definiciones más sólidas, que permitan analizar su existencia y su impacto, abriendo un debate por sobre cómo se maneja la información en las redes sociales y el acceso a ella.

Estado de arte. Fenómeno del Filtro burbuja

El término “Filtro Burbuja” apareció por primera vez cuando el estadounidense, empresario y activista, Eli Pariser en el 2011 a través de su Libro “The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You” analizó los algoritmos presentes en plataformas de internet como Google y redes sociales (en este caso Facebook), que muestran contenido en el feed de acuerdo con una personalización basada en las preferencias de cada usuario.

Los estudios sobre los filtros burbujas, también abordan desde ideologías culturales, sesgos de confirmación, alfabetización mediática, desinformación y manipulación, planteando una visión escéptica en la que se creía que el internet se convertiría en un medio para que la sociedad alcance una intercomunicación democrática, contradictorio a lo que presentan los filtros de información (Bajaña Tovar, 2021).

Con el apareamiento de este fenómeno se limita al usuario los diferentes puntos de vista que pueden surgir sobre un tema y se deja de promover una comunicación democrática como se esperaba de las plataformas digitales, dando paso a una segmentación informativa dentro del internet, donde existe la desinformación y manipulación de opiniones.

Según Rossi (2018), el acceso a la información y participación en las plataformas va condicionado por el modelo de la Web y los diseños algorítmicos, tomando como ejemplo a Google que ha registrado desde el 2009, el comportamiento y los datos que tienen los usuarios, en cuanto a su historial de búsqueda, ubicación, género, entre otros factores, construyendo en los últimos años perfiles que predicen los contenidos que buscan y las publicidades que pueden llegar a consumir en internet.

Este modelo pretende mostrar contenido relevante a los usuarios “mejorando su experiencia”, pero también llega a limitar la exploración libre a información nueva y desafiante para el pensamiento de las personas, además se levantan desafíos éticos sobre el registro y manejo de los datos personales de los usuarios y los fines con los que son utilizados.

Por otra parte Bruns (2022), menciona que los filtros burbujas se aplican para referirse a las interrupciones de los flujos de información, en los medios por los cuales recibimos noticias en línea y las redes sociales, que hoy en día son fuentes primarias al momento de querer conocer sobre alguna noticia o tema de forma rápida y sencilla.

Esto señala aspectos claves en como los filtros omiten contenido que creen irrelevante para el usuario, reduciendo la posibilidad de encontrar puntos de vista contrarios a los suyos y la dependencia a las redes sociales en la búsqueda de información por los cambios en las practicas comunicativas o informativas.

Algoritmos de TikTok y personalización según los datos

Las herramientas digitales permiten gestionar, crear o planificar contenidos de forma virtual, convirtiéndose en espacios sociales de comunicación en los cuales distintos usuarios pueden intervenir siendo aprovechadas para cumplir con algún objetivo (Artigas & Casanova, 2020).

Las empresas conocidas como “Big Tech” impulsaron ideas innovadoras y el posicionamiento de los usuarios haciéndolos partícipes en la edición, publicación y retroalimentación de productos comunicativos, creando comunidades virtuales, sin embargo, como efecto colateral se abrió paso a un mercado ligado a los datos

informáticos, con el fin de asegurarse de tener la percepción de la audiencia sobre temas determinados (Bajaña, 2021).

Estas grandes compañías de internet, redes sociales o plataformas de entretenimiento en la actualidad incorporan las búsquedas personalizadas a sus sistemas, para brindarle a los usuarios recomendaciones acorde a sus preferencias, sugiriéndoles lo que aparentemente es más conveniente para ellos. “Los motores de búsqueda tienen la función principal de impulsar las visitas que tenga un sitio, buscando estrategias que ayuden a posicionar contenido entre los usuarios” (Injante & Mauricio, 2020). Esto da paso a la creación de un “universo personalizado” para cada individuo y disminuyendo la diversidad de contenido al que tienen acceso.

Por ejemplo, Google ofrece la personalización en función de la actividad que tenga el usuario, que en algunos casos puede estar individualizada y en otros no, siempre y cuando se proporcione información útil, teniendo el contexto de la ubicación, idioma, tipo de dispositivo y resultados relacionados con búsquedas anteriores.

Los motores de búsqueda actualmente ofrecen información personalizada a los usuarios de acuerdo con sus estados de ánimo, relación, educación y situación por medio los algoritmos. Como TikTok que utiliza información de la ubicación, número de teléfono, sexo, temas de interés, entre otros, para exponer información relevante al navegar por el Feed “Para ti” mostrando publicaciones del lugar donde vives, anuncios o personas que quizás conozcas, mismo que mediante cada interacción va rediseñando las sugerencias. Estas búsquedas utilizan centros de datos de todo el mundo, manejando un sistema de clasificación que puede variar según el tiempo en el que se realiza, por la infinidad de contenidos nuevos que se publican a diario conforme las tendencias.

En primera instancia pareciera que los algoritmos de TikTok buscan ofrecer un medio por el cual se puede filtrar la información debido a la gran cantidad de datos que existen en la Web, sin embargo, esto muestra a los usuarios lo que se cree, ellos quieren observar, o lo que el algoritmo considera de su interés, creando una especie de círculo cerrado, que busca maximizar el tiempo del sujeto en la plataforma con contenido similar al que ya han visualizado e interactuado, limitando la confrontación que pueda tener a las nuevas ideas (Cotta, 2019).

TikTok mediante su algoritmo selecciona el contenido con base en la interacción previa que tuvo la persona, con el fin de organizar la gran cantidad de información que pueda presentarse, pero esto a su vez crea un ciclo de temas preferidos y repetitivos fomentando la burbuja de contenidos.

Información diversificada y sesgos de información

Alex Bruns (2022) en su investigación sobre “Los filtros burbujas” menciona que estos también se producen cuando un grupo de usuarios busca o elige comunicarse entre sí de manera preferente con los mismos gustos, estilos de vida, ideologías o edad, motivados por procesos individualizados y recibidos por los motores de búsqueda; además habla de una exposición selectiva al consumir o realizar contenido que coincida con las visiones que tienen con otros individuos de la realidad.

Las tecnologías de la información y comunicación permiten compartir experiencias a través de las redes sociales, creando un entorno amigable y agradable con el usuario, porque le muestra contenido relacionado con sus gustos y preferencias, siendo las redes espacios activos (Chen, 2022, p.392). No obstante, esto también implica el desarrollo de sesgos de percepción con estereotipos y prejuicios no correspondientes a la realidad.

Para López et al., (2024), el filtro burbuja constituye un tipo de censura en el acceso a la información, en donde los usuarios deberían buscar nuevas perspectivas y otras fuentes, evitando sesgar los datos mediante la aceptación de gustos y preferencias para no quedar atrapados en esta burbuja.

Los Feeds están fuertemente influenciados por las preferencias personales y podrían llegar a distorsionar la realidad, por los gustos individuales y la popularidad, además, se considera que fuera de lo digital también es posible desarrollar burbujas si siempre se lee el mismo periódico porque se plasma una única forma de percibir los hechos del mundo.

Impacto social, Desinformación y Opinión Pública

La declaración universal de los derechos humanos constituye como derecho fundamental el derecho a la información plural garantizando en los individuos la libertad de recibir y difundir información de forma diversa, como se expresa en el artículo 19:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.” (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948)

Este derecho asegura el acceso a información diversa, que es fundamental para que la ciudadanía actúe de forma informada y consciente, expresando de forma democrática sus opiniones, mismo que se afectado por la dinámica algorítmica de las plataformas digitales como TikTok.

Así mismo La Organización de los Estados Americanos en el artículo 13 de la convención América sobre los derechos humanos, indica que todas las personas tienen derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. La libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, sin fronteras por cualquier medio o procedimiento de su elección (OEA, 1969)

El derecho a la información garantiza una amplia y diversa variedad de fuentes, sin embargo, los filtros burbujas y algoritmos pueden llegar a limitar este derecho al mostrar información sesgada de acuerdo con los intereses personales, creando una discrepancia entre los derechos planteados y la realidad de los motores de búsqueda.

El artículo “The Science of Fake News” o “La ciencia de las noticias falsas” analiza, mediante un estudio a la información difundida previo a las elecciones de Estados Unidos del 2016, cómo se utilizaron los algoritmos para ampliar la difusión de noticias, por medio de las reacciones e interacciones, en donde se identificó que una de cada tres publicaciones era falsa. Aunque no se obtuvo un cálculo exacto de cuantas personas se vieron afectadas, esto tuvo un fuerte impacto en el comportamiento político. Además, se examinó el modelo de negocios que se manejó para monetizar la atención a través de la publicidad, que busca predecir y maximizar la interacción con el contenido (Lazer et al., 2018).

Es conveniente examinar la relación que existe entre el modelo de negocios de las plataformas digitales y el manejo de la opinión pública, pues este modelo busca captar y retener al usuario para que se mantenga el mayor tiempo posible en la plataforma e

interactúe con el contenido, aunque no sea totalmente verdadero, causando que el algoritmo muestre contenido controversial porque genera más reacciones, Por otra parte termina afectando la formación de opiniones en las esferas públicas que ejercen una gran influencia en el comportamiento social y político, “dando paso a una transformación social que afecta todas las facetas de la vida real, en donde resaltan estos hábitos de consumo de los ciudadanos” (Cortés, et al., 2023).

Zimmer et al. (2019) menciona que los consumidores se volvieron productores de contenido fomentando las esferas de comunicación pública en línea, donde se fueron creando mal hábitos de uso de las redes sociales, siendo considerados como un parásito de la comunicación virtual, con información falsa y usuarios sesgados, dando como conclusión que las personas prefieren consumir noticias, incluidas las falsas, siempre y cuando concuerden con sus opiniones e ideales.

Los usuarios también participan activamente en la difusión de información, pero en ocasiones solo buscan propagar noticias falsas, construyendo una opinión pública basada en prejuicios y sesgos, teniendo un impacto negativo y fragmentando el pensamiento crítico de la sociedad.

Alfabetización mediática y Desarrollo Profesional

El libro “La Democracia dividida en la era de las redes sociales” aborda como mientras el internet implementa más herramientas sofisticadas a sus sistemas va originando nuevos desafíos y clasificaciones de grupos de personas que tiene ideas afines.

Sunstein (2017), analiza como la fragmentación de la información que los usuarios reciben no solo afecta su capacidad de tomar decisiones informadas, sino que también tiene implicaciones profundas para la democracia y la deliberación pública.

Si bien el acceso a la información es un derecho básico, en la práctica se ve comprometido por tecnologías que priorizan la retención del usuario sobre su educación o capacidad crítica, derivando a un entorno direccionado que refuerza las divisiones políticas y debilita la opinión pública, formando las burbujas de información.

En los estudiantes de la carrera de comunicación el impacto de los filtros puede ser profundo, limitando sus ideas, responsabilidad informativa y objetividad periodística,

siendo primordial para su profesión tener acceso a varios datos y fuentes de información diversas que les permitan realizar un análisis sobre los hechos que puedan presentarse y no caer en Fake News o sesgos cognitivos.

Bulger & Davison (2018), organizan la alfabetización mediática en los siguientes temas: la participación juvenil, formación docente, recursos curriculares, iniciativas y políticas, mismos que permiten a los estudiantes contrarrestar la vulnerabilidad de los efectos que pueden tener los algoritmos de TikTok y la selección de contenido.

Este tipo de fragmentación pone en riesgo las experiencias, conversaciones y entendimientos compartidos, en relación con la democracia y el internet, que crea un mundo en línea con sesgos de confirmación. Sunstein (2017), propone cambios legales y prácticos para volver al internet amigable y democrático, sacando a los usuarios de los filtros de información y exponiéndolos a ideas o personas fuera de sus intereses preconcebidos y planificados.

Dentro de la carrera de Comunicación es primordial que los futuros profesionales deban capacitarse constantemente y estar comprometidos con la responsabilidad informativa para su propio desarrollo profesional, teniendo acceso a la información, sin influencia de algoritmos con fines comerciales, que tienen el objetivo de mantener más tiempo al usuario visualizando la plataforma hasta el punto de convertirse en una problemática.

Aspectos metodológicos

En esta parte del trabajo, se utilizó el enfoque cualitativo bajo el método inductivo con un diseño de investigación fenomenológica y un alcance exploratorio. Sampieri et al. (2024) indica que: “La investigación cualitativa busca comprender fenómenos explorándolos desde las perspectivas de los participantes en un ambiente natural y relacionándolos con el contexto” (p.358).

El diseño de la investigación es fenomenológico porque busca analizar los valores, significados y experiencias de los grupos sociales, como son los usuarios de las redes sociales. Los diseños fenomenológicos describen y comprenden las experiencias de las personas con respecto a fenómenos en este caso los “Filtros Burbujas”. (Sampieri et al., 2014).

La población escogida para el estudio fueron los jóvenes estudiantes de la carrera de Comunicación y expertos en el tema, bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia “que permite elegir cuantos participantes puede haber en la investigación” (Hernández, 2021). Teniendo como objetos de estudio a un estudiante del octavo semestre, un profesional de la comunicación y un creador de contenidos graduados de la UPSE, quienes fueron seleccionados de acuerdo con su perfil profesional en donde se destaca el manejo de redes sociales y la difusión de información por medio de las redes sociales.

Como instrumento se aplicó entrevistas, donde se evaluó las respuestas obtenidas con respecto al tema de los “Filtros Burbujas” en la plataforma de TikTok, bajo una tabla de categorización. Las preguntas estuvieron orientadas al uso general de la red social, los algoritmos, personalización de contenidos, la alfabetización mediática y la formación académica y profesional de los estudiantes.

Tabla 1. Categorización a Expertos

Categoría	Definición	Experto 1. Estudiante de Comunicación	Experto 2. Creador de Contenido	Experto 3. Periodista y Comunicador
Impacto del algoritmo en la opinión	¿Piensas que el algoritmo de TikTok influye en la creación de tendencias de opinión, reforzando intereses personales?	Refuerza intereses personales, porque muestra contenido relacionado a búsquedas previas.	Sí, fomenta tendencias al recomendar temas virales y controversiales.	No siempre es utilizada para el desarrollo del pensamiento crítico, pues muchos jóvenes usan TikTok mayormente para entretenimiento.
Contenido Repetitivo y favorecido	¿Cree que el algoritmo de TikTok promueve contenido informativo, educativo o favorece contenido de entretenimiento que puede impactar la capacidad crítica de los usuarios?	TikTok personaliza el contenido según las interacciones, mostrando temas similares y repetitivos.	Favorece entretenimiento, aunque carezca de valor educativo. Esto afecta negativamente la capacidad crítica de los usuarios.	Fusionar entretenimiento y conocimiento puede ser dinámico, pero TikTok sesga los criterios y parcializa las opiniones según búsquedas.
Producción de contenido y Alfabetización mediática	¿Crees que el filtro burbuja puede influir en tu capacidad para analizar y producir contenido?	Reconoce que TikTok fomenta repetitividad en el contenido, pero destaca la importancia de investigar para evitar caer en falsas tendencias	Deja espacio para que la audiencia reflexione y genere sus propias ideas, evitando exponer opiniones.	Como comunicador, es importante usar estrategias dinámicas y criterios claros para contrarrestar los efectos del filtro burbuja y fomentar el pensamiento crítico.
Influencia en jóvenes y pensamiento crítico	¿Cómo influye TikTok en la formación de la opinión pública, especialmente en jóvenes?	Aunque personaliza contenido, cree que los jóvenes pueden buscar información diversa si investigan más allá de las redes.	Los jóvenes consumen contenido irrelevante para su formación crítica; usan TikTok principalmente para entretenimiento.	Puede ser útil si se mezcla conocimiento con entretenimiento, pero los filtros burbuja tienden a sesgar criterios.
Recomendaciones o soluciones	¿Qué recomienda para que los futuros comunicadores puedan contrarrestar los efectos del filtro burbuja y fomentar una opinión pública más informada y crítica?	Investigar constantemente y mantener una visión crítica independiente de lo que muestran los algoritmos.	Crear contenido que fomente discusiones constructivas y críticas.	Incorporar estrategias dinámicas que enganchen a la audiencia en los primeros segundos, promoviendo temas relevantes para el pensamiento crítico.

Análisis y discusión de resultados.

Entrevista 1. Estudiante de la carrera de Comunicación UPSE

En la entrevista realizada a un estudiante de la carrera de comunicación perteneciente al octavo semestre, quien está activo en la creación de contenidos y el manejo de redes sociales, indico no estar familiarizado con el término de “Filtros Burbujas”. Sin embargo, al dialogar sobre el contenido que consume a diario, señaló que generalmente suele ser de temas políticos, de entretenimiento e informativo.

Desde su punto de vista la plataforma tiende a reforzar sus intereses, porque los videos que observa van relacionados a sus búsquedas anteriores. Esto concuerda con lo que mencionaba Valencia (2021), en donde aborda como el fenómeno personaliza los contenidos observados por los usuarios basándose en la búsqueda previa.

El entrevistado considera que el contenido repetitivo y personalizado que aparece después de sus interacciones es algo común para todos los usuarios, pues cuando una persona realiza una búsqueda sobre un tema en específico, la plataforma muestra automáticamente el contenido relacionado. Describiendo esta experiencia bajo la frase “TikTok se pone muy personal” porque refleja temas relacionados a la situación social o incluso emocional de los usuarios. Como Rossi (2018), mencionó el acceso a la información va condicionado a los diseños algorítmicos, que registra el comportamiento de los usuarios prediciendo los contenidos que buscan y pueden llegar a consumir.

Sin embargo, no considera que esta personalización limite su punto de vista, aunque reconoce la importancia de investigar el contenido consumido dentro de la red social debido a la existencia de mucha desinformación. Como futuro profesional, siente la responsabilidad de estar en constante evolución e investigar cada uno de los acontecimientos que puedan presentarse dentro del campo laboral, adoptando una visión más amplia y crítica. Tal y como menciona López et al., (2024), ante la censura que se pueda presentar dentro de los filtros burbujas, los usuarios deben investigar varias perspectivas y otras fuentes de información.

Entrevista 2. Profesional de la Comunicación

Por otro lado, en la entrevista realizada a un profesional de la comunicación inmerso en el manejo de redes sociales y el periodismo, señala que TikTok no es una herramienta que ayude en el desarrollo crítico y la alfabetización mediática. Añade que quienes conocen y marcan estrategias en la difusión del contenido en esta plataforma es el público juvenil, por el mayor conocimiento que tienen sobre el uso de las TIC y considera que los jóvenes suelen utilizarla principalmente para entretenimiento, sin enfocarse en la búsqueda de nuevos temas o conocimientos. Aun así, reconoce que sí existe un porcentaje de usuarios que evalúan los contenidos de forma crítica.

En cuanto a la forma en que los jóvenes forman sus opiniones a través de TikTok, percibe que en ocasiones la plataforma es utilizada como un recurso de aprendizaje cuando escucha expresiones como “Lo vi en TikTok” reflejando la tendencia que existe que puede ser beneficiosa permitiendo a los usuarios informarse y educarse en temas útiles para su vida.

Desde su perspectiva combinar el conocimiento con el entretenimiento es dinámico para captar la atención de los jóvenes. No obstante, considera que los criterios de la plataforma suelen estar sesgados, porque muestra videos en función de las búsquedas y de esta forma conecta con la audiencia. En temas políticos, por ejemplo, TikTok parcializa el contenido de acuerdo con las inclinaciones del usuario mostrando lo que el algoritmo anticipadamente evalúa como de su interés.

Ante el desafío de crear contenido que promueva el pensamiento crítico, es posible implementar estrategias que concedan relevancia al tema que se desea abordar, captando la atención de la audiencia, en los primeros segundos del contenido, generando un impacto en el interés del mensaje que lleve a la reflexión de este.

El entrevistado aconseja a los comunicadores, mantenerse siempre a la vanguardia y pendiente de los cambios sociales que puedan presentarse, utilizando todos los recursos que sean necesarios para captar la atención de la audiencia, desde el lenguaje verbal, no verbal, comportamiento, entre otros, con estrategias dinámicas que vinculen y enganchen a las personas en los primeros segundos, para que los jóvenes se interesen por temas de

carácter público. Tal y como Bulger & Davison (2018), mencionan sobre incentivar la participación juvenil, formación docente, recursos curriculares, iniciativas y políticas.

Entrevista 3. Creador de Contenido

Además, se realizó una entrevista a un creador de contenido que expresa desde su punto de vista que los videos recomendados por TikTok suelen centrarse en temas que se encuentran viralizado en redes sociales, determinando su aparición en la plataforma. También indica que el algoritmo recomienda contenido entretenido, independientemente de que sea educativo o informativo, desafortunadamente, esto significa que incluso si el contenido carece de un aporte positivo lo promoverá de igual manera. Esto no es particularmente beneficioso para los usuarios, porque se expone a consumir contenido carente de valor que puede ser negativo para sus ideas. Tal y como menciona (Lazer et al., 2018), en su estudio donde analiza la utilización de los algoritmos para ampliar la difusión de noticias falsas, con fuerte impacto en la opinión pública.

En relación con el contenido producido en su plataforma indica que, al crear contenido, procura no exponer sus ideas, porque es contenido informativo y tiene que ser objetivo. A excepción de los casos en que el contenido sea únicamente de opinión, dejando espacio para que los usuarios generen sus propias ideas y opinen respecto a los temas expuestos.

El entrevistado explica que como docente y creador de contenido ha notado que en su mayoría los jóvenes consumen contenido que no les aporta conocimientos significativos en su educación. Esta plataforma es utilizada para entretenimiento y quienes crean contenido, escasamente lo hacen abordando temas que sean de relevancia para una formación adecuada.

La cuenta que utiliza el entrevistado es para difundir contenido de carácter informativo centrándose en temas de realidad nacional y política. Desde su postura indica que su audiencia es muy activa y participa constantemente en debates, pero con frecuencia se suele encontrar con comentarios fuera de criterio y no contextualizados a una correcta educación.

CONCLUSIONES

Los estudios examinados para este trabajo indican que la existencia de los filtros burbujas suele darse en los motores de búsqueda de las plataformas digitales, con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario. Sin embargo, no se considera que este fenómeno suele traer conflictos a futuro, tales como la difusión de noticias falsas, la promoción o viralización de contenido carente de valor educativo y crítico, así como también sesgos que impactan en la opinión pública.

Durante el ensayo realizado se evidencia el poco conocimiento que existe entre los entrevistados sobre los filtros burbujas, no obstante, los usuarios están consencientes de la segmentación de información que existe por parte de los algoritmos de TikTok.

Los estudiantes se ven inmersos en una burbuja que les muestra el contenido filtrado, sin estar totalmente consciente de ello, lo que tiende a reforzar sus creencias o intereses con el fin de que pasen mucho más tiempo en la plataforma y limitando su búsqueda a información más diversificada.

Esta segmentación de información puede llegar a impactar significativamente en el desarrollo de las capacidades de los jóvenes en cuanto a su alfabetización mediática. A partir de las entrevistas realizadas se considera una relación causa y efecto entre la personalización de las plataformas y la exposición que tienen los jóvenes a contenidos popularizados de acuerdo con sus gustos e intereses.

Así mismo las entrevistas realizadas a los creadores de contenidos, quienes son profesionales de la Comunicación, manifiestan que en varias ocasiones la simplificación que existe dependiendo de las búsquedas o interacciones previas, dejan de lado información compleja que requiere mucho análisis y reflexión. De igual forma, indican que es necesario desarrollar estrategias que motiven a los usuarios a investigar activamente e ir más allá de lo que se les muestra.

La relación causa o efecto observadas en esta investigación respaldan la hipótesis inicial: sobre como los algoritmos de TikTok crean un filtro que limita la alfabetización mediática de los jóvenes tomando como referencia a los estudiantes de la carrera de comunicación, por ser futuros profesionales que se enfrentaran a los desafíos de la digitalización.

Se sugiere la creación de estrategias pedagógicas para que los estudiantes sean conscientes de los filtros que se pueden formar en las redes sociales. Teniendo un entendimiento más claro del entorno digital y superando las posibles limitaciones que se puedan presentar para tomar decisiones informadas sobre su vida profesional y personal.

Referencias

- Artigas, W., & Casanova Romero, I. (2020). Influencia de las redes sociales académicas en la construcción de la identidad digital latinoamericana. *Anales de Documentación: Revista de Biblioteconomía y Documentación*, ISSN 1575-2437, ISSN-e 1697-7904, Vol. 23, No 2, 2020, Págs. 19-31, 23(2), 19–31.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7724117&info=resumen&idioma=SPA>
- Bajaña Tovar, F. (2021). Filtro burbuja: ¿Cuál es el costo de la personalización digital? *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 10(1), 29–52.
<https://doi.org/10.5354/0719-2584.2021.54042>
- Bruns, A. (2022). El Filtro Burbuja. *Revista Latinoamericana de Economía y Sociedad Digital, Número Especial 1*. <https://doi.org/10.53857/NDHQ9707>
- Bulger, M., & Davison, & P. (2018). The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1–21. www.jmle.org
- Chen, T. (2022). El uso de las redes sociales como herramientas de marketing y su impacto en la compra en línea entre los universitarios de la ciudad china de Nanjing, 2020. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2022(80), 388–400.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1740>
- Cortés, J. A., Barceló Ugarte, T., & Fuentes Cortina, G. (2023). El consumo audiovisual de los Millennials y la Generación Z: preferencia por los contenidos snackables. *Doxa Comunicación: Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, ISSN 1696-019X, No. 36, 2023, Págs. 303-320, 36, 303–320.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8738524&info=resumen&idioma=ENG>
- Cotta De Kelley. (2019). “Playing the Visibility Game: How Digital Influencers and Algorithms Negotiate Influence on Instagram.”
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444818815684>

- Hernández Osvaldo. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Hernández Sampieri, R., Feránadez Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. P. (2014). Metodología de la investigación. *Metodología de La Investigación*, 91.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008&info=resumen&idioma=SPA>
- Injante, R., & Mauricio, D. (2020). Método para recomendar factores de posicionamiento personalizados en el motor de búsqueda de Google. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(1), e253–e253.
<https://doi.org/10.3989/REDC.2020.1.1628>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news: Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. *Science*, 359(6380), 1094–1096.
<https://doi.org/10.1126/SCIENCE.AAO2998>
- López, J., Julca, F., Nivin, L., Allauca, W., Robles Trejo, L., & Robles, E. (2024). El filtro burbuja y el derecho a la información en la web. *Scielo*, 21.
<https://doi.org/10.21142>
- Nations, U. (1948). La Declaración Universal de los Derechos Humanos | Naciones Unidas. *Asamblea General de Las Naciones Unidas*. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- OEA. (1969). *Convención Americana sobre los derechos humanos*.
<https://www.oas.org/es/cidh/mandato/documentos-basicos/convencion-americana-derechos-humanos.pdf>
- Pariser Eli. (2017). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think* (Taurus, Ed.; Mercedes Vaquero Granados, Trans.).

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eeEBDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA40&dq=eli+pariser&ots=EvpgwkQB4A&sig=5RfAe1DCq_ZqflbQ3eoI4029Tg#v=onepage&q&f=false

Pulido, M. B., Soto, Á. D., Lozano, F. M., Quintero Peña, W., & Grancolombiano, P. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, 1(1), 123–148. <https://doi.org/10.51660/RIPIE.V1I1.29>

Rossi, A. (2018). ¿Burbujas de filtro? Hacia una fenomenología algorítmica. *In Mediaciones de La Comunicación*, ISSN 1510-5091, ISSN-e 1688-8626, Vol. 13, No. 1, 2018 (Ejemplar Dedicado a: *In Mediaciones de La Comunicación*), Págs. 263-281, 13(1), 263–281. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6698222&info=resumen&idioma=SPA>

Sunstein, C. (2017). *Divided democracy in the age of social media* (Princeton University Press, Ed.). <https://www.amazon.com/Republic-Divided-Democracy-Social-Media/dp/0691175519>

Valencia, G. (2021). *El filtro burbuja y su papel en la polarización de las posturas contrarias al feminismo. El caso de Facebook*. <http://hdl.handle.net/10016/33822>

Zimmer, F., Scheibe, K., & Stock, W. G. (2019, June). *Echo Chambers and Filter Bubbles of Fake News in Social Media. Man-made or produced by algorithms?* https://www.researchgate.net/publication/331071348_Echo_Chambers_and_Filter_Bubbles_of_Fake_News_in_Social_Media_Man-made_or_produced_by_algorithms

Anexos

Anexo 1: Entrevista 1

Entrevista – Estudiante de la carrera de Comunicación	
Entrevistado:	George Reyes
Perfil:	Estudiante de la Carrera de Comunicación Universidad Estatal Península de Santa Elena Desenvuelto en el manejo de redes sociales, con participación en programas informativos de redes sociales.
Edad:	25 años
<p>Pregunta 1: <i>¿Con qué frecuencia utilizas TikTok (tiempo pasas en la aplicación diariamente) y qué tipo de contenido sueles consumir (Educativo, entretenimiento, noticias, político)?</i></p> <p>Respuesta 1: Dependiendo del día normalmente cuando entro a esta plataforma estoy alrededor de 2 horas, e ingreso una o dos veces por día, además el tipo de contenido que visualizo es variado desde entretenimiento, a veces temas político e informativo.</p> <p>Pregunta 2: <i>¿Piensas que el algoritmo de TikTok influye en la creación de tendencias de opinión, reforzando intereses personales?</i></p> <p>Respuesta 2: Si creo que refuerza mis intereses porque los videos que me aparecen son contenidos relacionados a mis búsquedas lo que llama mucho mi atención.</p> <p>Pregunta 3: <i>¿Cree que el algoritmo de TikTok promueve contenido informativo, educativo o favorece contenido de entretenimiento que puede impactar la capacidad crítica de los usuarios?</i></p> <p>Respuesta 3: Creo que a todos nos sucede que en ocasiones estamos buscando determinado contenido e inmediatamente nuestro “fyp” muestra contenido similar y si realizamos la búsqueda de otro tema este va a cambiar, en muchas ocasiones he escuchado que las personas dicen “TikTok se pone muy personal” precisamente porque lo que nos muestra está relacionado a nosotros desde nuestra situación social, hasta emocional.</p> <p>Pregunta 4: <i>¿Crees que el filtro burbuja puede influir en tu capacidad para analizar y producir contenido crítico?</i></p> <p>Respuesta 4: No creo que limite mi punto de vista o mi capacidad de análisis. sin embargo, si considero que se debe investigar bien el contenido que consumimos dentro de la red social ya que en ocasiones existe mucha información falsa.</p> <p>Pregunta 5: <i>¿Cómo influye TikTok en la formación de la opinión pública, especialmente en jóvenes?</i></p>	

Respuesta 5: Como joven puedo indicar que en ocasiones nos dejamos llevar por el contenido en tendencia, sin embargo, también buscamos informarnos sobre realidad nacional, debatiendo constantemente en redes sociales sobre nuestras posturas, pensamientos e ideales.

Pregunta 5: *¿Qué recomienda para que los futuros comunicadores puedan contrarrestar los efectos del filtro burbuja y fomentar una opinión pública más informada y crítica?*

Respuesta 5: La verdad desconocía el tema de los filtros burbujas, pero creo que como profesionales debemos siempre estar en constante evolución e investigar cada uno de los hechos que puedan presentarse en nuestro campo laboral.

No considero que afecté mi desarrollo profesional, pues mi visión de los hechos debe ir más allá de lo que me puedan mostrar las redes sociales o algoritmos, pero para ellos es necesario como ya lo mencioné anteriormente investigar de lo contrario caeríamos fácilmente en las tendencias dejándonos llevar por la opinión pública.

Anexo 2: Entrevista 2

Entrevista – Profesional de la Comunicación	
Entrevistado:	Fabian Tumbaco
Perfil:	Licenciado en Comunicación Graduado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena Periodista, presentador, animador con experiencia en el manejo de redes sociales
Edad:	24 años
<p><i>Pregunta 1: Desde su experiencia profesional, ¿Piensas que el algoritmo de TikTok influye en la creación de tendencias de opinión, reforzando intereses personales?</i></p> <p><i>Respuesta 1:</i> Creo que puedo decir que TikTok a mi parecer no es una herramienta de alto alcance para el desarrollo crítico y la opinión pública, porque quienes conocen y marcan estrategias en la difusión del contenido en esta plataforma es el público juvenil, quienes tienen mayores conocimientos sobre el uso de las TIC.</p> <p>Para mí el público joven no se involucra mucho en adquirir nuevos conocimientos en TikTok, pues lo utilizan más para entretenimiento, sin embargo, no descarto que haya un porcentaje de usuarios que evalúan los contenidos de forma más crítica.</p> <p><i>Pregunta 2: ¿Cree que el algoritmo de TikTok promueve contenido informativo, educativo o favorece contenido de entretenimiento que puede impactar la capacidad crítica de los usuarios?</i></p> <p><i>Respuesta 2:</i> A mi forma de ver fusionar conocimientos con el entretenimiento es dinámico y divertido para los jóvenes logrando llegar a ellos, sin embargo, creo que los criterios pueden ser un poco sesgados porque Tik Tok te muestra videos según tus búsquedas y de esta forma conectas con la audiencia, por ejemplo, en temas políticos Tik Tok se va a parcializar hacia tu inclinación mostrando contenido que el algoritmo sabe que quieres ver.</p> <p><i>Pregunta 3: ¿Crees que el filtro burbuja puede influir en tu capacidad para analizar y producir contenido crítico?</i></p> <p><i>Respuesta 3:</i> Si, por ello podemos utilizar estrategias para hacer relevante un tema en específico haciendo el enganche en los primeros segundos del contenido que van a captar la atención de tu audiencia</p> <p>Tomemos como ejemplo el tema político si nuestro público es de derecha comencemos hablando a favor de la derecha y para enganchar a los dos públicos podemos dar un giro hacia el pensamiento crítico de la izquierda, captando la atención de los dos grupos, aunque esto puede ser un poco controversial, haciendo que la audiencia genere debates sobre esto.</p>	

Pregunta 4: ¿Cómo influye TikTok en la formación de la opinión pública, especialmente en jóvenes?

Respuesta 4: Podría decir que en ciertas ocasiones es utilizado como un recurso y muchas personas dicen “Lo vi en Tik Tok” lo cual podría ser beneficioso porque te estas informando y educando en temas útiles para ti, pero aún se tiene que evaluar el punto de vista de los jóvenes y las tendencias que genera esta red social.

Pregunta 5: ¿Qué recomienda para que los futuros comunicadores puedan contrarrestar los efectos del filtro burbuja y fomentar una opinión pública más informada y crítica?

Respuesta 4: Como comunicadores debemos siempre estar a la vanguardia y estar pendiente de lo que sucede a nuestro entorno, utilizando todos los recursos necesarios para captar la atención de la audiencia, desde el lenguaje verbal y no verbal, el comportamiento, entre otros, con estrategias dinámicas que vincule y enganchen a las personas en los primeros segundos, con criterios de fácil comprensión que enganchen a la realidad para que los jóvenes se interesen por temas de interés público.

Anexo 3: Entrevista 3

Entrevista – Creador de contenido profesional de la Comunicación	
Entrevistado:	Jefferson Salinas
Perfil:	Director de medio digital “La Dura” Creador de contenido en Tik Tok Estudiante de la maestría de comunicación con amplia experiencia en redes sociales.
Edad:	33 años
<p><i>Pregunta 1: Como creador de contenido ¿Piensas que el algoritmo de TikTok influye en la creación de tendencias de opinión, reforzando intereses personales?</i></p> <p><i>Respuesta 1:</i> Sí, porque la plataforma recomienda todos temas controversiales y si el contenido que se ha creado es un tema que se encuentra viralizado en redes, lo recomendará.</p> <p><i>Pregunta 2: ¿Cree que el algoritmo de TikTok promueve contenido informativo, educativo o favorece contenido de entretenimiento que puede impactar la capacidad crítica de los usuarios?</i></p> <p><i>Respuesta 2:</i> Me inclino porque recomienda contenido entretenido, sea educativo o informativo, lamentablemente así el contenido no tenga un aporte positivo va a ser recomendado por la plataforma. Esto no es muy beneficioso para los usuarios, ya que los expone a consumir contenido carente de valor, y puede resultar siendo una mala influencia en sus ideas.</p> <p><i>Pregunta 3 ¿Crees que el filtro burbuja puede influir en tu capacidad para analizar y producir contenido crítico?</i></p> <p><i>Respuesta 3:</i> Si, por eso cuando creo contenido, intento no exponer mis ideas, ya que es contenido informativo. A menos que este sea meramente de opinión; si no es así, dejo siempre el espacio para que los usuarios generen sus propias ideas y opinen respecto a los temas expuestos.</p> <p><i>Pregunta 4: ¿Cómo influye TikTok en la formación de la opinión pública, especialmente en jóvenes?</i></p> <p><i>Respuesta 4:</i> También soy docente, y he notado que los jóvenes consumen en su mayoría contenido que no les aporta conocimientos significativos. Esta plataforma los jóvenes la usan solo para entretenimiento, y lamentablemente la mayoría que crea contenido entretenido para los jóvenes, pocas veces lo hace con temas que sean de relevancia para su buena formación.</p> <p><i>Pregunta 5: ¿Qué recomienda para que los futuros comunicadores puedan contrarrestar los efectos del filtro burbuja y fomentar una opinión pública más informada y crítica?</i></p> <p><i>Respuesta 5:</i> Como mi plataforma de trata sobre realidad nacional y política, mi audiencia es muy activa, creo conveniente que estar debatiendo y cuestionando las ideas que puede llevarte a conocer varias perspectivas de los hechos, aunque por lo general se leen comentarios fuera de criterio y sin un contexto educativo, los usuarios</p>	

deben estar constantemente buscando información de fuentes diversas para ampliar su visión del mundo.