



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**LOS ALGORITMOS Y LAS BURBUJAS DE FILTRO EN
TIKTOK: UN ANÁLISIS DE CONTENIDO POLÍTICO DEL
CANTÓN LA LIBERTAD.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:**

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

**AVILA JARAMILLO TANYA MARIELISA
FIGUEROA GONZABAY GLENY DARLA**

TUTORA:

LIC. MARTHA YESENIA SUNTAXI ANDRADE, MGTR.

ESPECIALISTA:

LIC. GERZON ALFREDO COCHEA PANCHANA, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025-1



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**LOS ALGORITMOS Y LAS BURBUJAS DE FILTRO EN TIKTOK:
UN ANÁLISIS DE CONTENIDO POLÍTICO DEL CANTÓN LA
LIBERTAD.**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

AVILA JARAMILLO TANYA MARIELISA

FIGUEROA GONZABAY GLENY DARLA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**MEDIOS IMPRESOS, Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL DESARROLLO
SOCIAL**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025-1

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|------|
| DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD | I |
| DEDICATORIA | II |
| AGRADECIMIENTOS | III |
| CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC..... | IV |
| PROYECTO DE INVESTIGACIÓN | IV |
| RESUMEN | VI |
| ABSTRACT..... | VII |
| INTRODUCCIÓN | VIII |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.1 Antecedentes del problema de investigación. | 1 |
| 1.2 Formulación del problema de investigación. | 3 |
| 1.2.1 Preguntas de investigación | 3 |
| 1.3 Objetivos. | 3 |
| 1.3.1 Objetivo general. | 3 |
| 1.3.2 Objetivos específicos..... | 4 |
| 1.4 Justificación de la investigación..... | 4 |
| 1.5 Hipótesis..... | 6 |
| 1.6 Variables..... | 6 |
| 1.6.1 Los algoritmos | 6 |
| 1.6.2 Burbujas de filtro..... | 6 |
| 2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL | 7 |
| 2.1. Conocimiento actual..... | 7 |
| 2.1.1 Los algoritmos | 7 |
| 2.1.2 Burbujas de filtro | 7 |
| 2.2. Fundamentación teórica y Conceptual. | 8 |
| 2.2.1 Los algoritmos | 8 |
| 2.2.1.1 Sesgo algorítmico | 9 |
| 2.2.1.2 Personalización de contenido | 10 |
| 2.2.1.3 Transparencia algorítmica | 10 |
| 2.2.1.4 Autonomía informativa..... | 11 |
| 2.2.1.5 Convergencia Mediática | 12 |
| 2.2.2 Burbujas de filtro | 13 |
| 2.2.2.1 Cámaras de eco..... | 13 |
| 2.2.2.2 Interconexiones..... | 14 |

| | |
|---|----|
| 2.2.2.3 Engagement | 15 |
| 2.2.2.4 Segregación de información | 15 |
| 2.2.2.5 La polarización | 16 |
| 2.3. Marco Legal | 16 |
| 2.3.1 Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2001)..... | 17 |
| 2.3.2 Declaración Universal de Derechos Humanos ONU (2015)..... | 17 |
| 2.3.3 Constitución de la República del Ecuador, 2008..... | 17 |
| 2.3.4 Ley Orgánica de Comunicación (2024)..... | 18 |
| 3. MARCO METODOLÓGICO..... | 20 |
| 3.1 Enfoque de investigación | 20 |
| 3.2 Tipo de investigación | 20 |
| 3.3 Diseño de investigación | 21 |
| 3.4 Alcance de la investigación..... | 21 |
| 3.5 Operacionalización de variables..... | 22 |
| 3.6 Población, muestra y periodo de estudio..... | 23 |
| 3.6.1 Población | 23 |
| 3.6.2 Muestra | 23 |
| 3.6.3 Periodo de estudio | 24 |
| 3.7 Técnicas e instrumento de levantamiento de información..... | 24 |
| 3.7.1 Encuesta..... | 24 |
| 3.7.2 Entrevista..... | 25 |
| 4. ANÁLISIS DE RESULTADO | 26 |
| 4.1 Análisis cuantitativo: Encuestas..... | 26 |
| 4.2 Análisis cualitativo: Entrevistas | 33 |
| 5. DISCUSIÓN | 38 |
| 5.1 Discusión de resultados de la encuesta | 38 |
| 5.2 Discusión de resultados de la entrevista..... | 38 |
| 6. CONCLUSIONES | 40 |
| 7. RECOMENDACIONES..... | 41 |
| 8. REFERENCIAS..... | 42 |
| 9. ANEXOS | 47 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 ¿Con que frecuencia utiliza TikTok para informarse sobre noticias o temas políticos? | 27 |
| Tabla 2 ¿Cree usted que TikTok le sugiere videos sobre temas políticos de acuerdo a su edad, género y ubicación geográfica? | 28 |
| Tabla 3 ¿Cree usted que, al buscar información sobre un tema político, los siguientes días la plataforma enviará contenido similar?..... | 29 |
| Tabla 4 ¿Siente que TikTok le encierra en una burbuja y solo está expuesto a puntos de vista políticos similares a los suyos?..... | 30 |
| Tabla 5 ¿Ha cambiado de opinión luego de ver videos que TikTok le muestra como sugerencia en el ámbito político?..... | 31 |
| Tabla 6 ¿Cree que TikTok debe ser más transparente y regulado en cuanto a la selección y presentación de contenido político? | 32 |

ÍNDICE DE FIGURA

| | |
|---|----|
| Figura 1 Uso de la plataforma de TikTok..... | 27 |
| Figura 2 Sugerencia de videos. | 28 |
| Figura 3 Contenido similar. | 29 |
| Figura 4 Puntos de vista similares. | 30 |
| Figura 5 Cambio de opiniones. | 31 |
| Figura 6 Transparente y regulado. | 32 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| <i>Cuadro 1. Operacionalización de variables</i> | 22 |
| <i>Cuadro 2. Instrumento Entrevista</i> | 34 |

Declaratoria de Responsabilidad

Quién suscribe; **AVILA JARAMILLO TANYA MARIELISA** con C.I. **0927265991** y **FIGUEROA GONZABAY GLENY DARLA** con C.I. **2450007873**, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **LOS ALGORITMOS Y LAS BURBUJAS DE FILTRO EN TIKTOK: UN ANÁLISIS DE CONTENIDO POLÍTICO DEL CANTÓN LA LIBERTAD**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 24 junio 2025.

Atentamente,



Avila Jaramillo Tanya Marielisa
C.I. 0927265991



Figueroa Gonzabay Gleny Darla
C.I. 2450007873

DEDICATORIA

Gracias a Jehová por ser mi guía y mi fuerza en cada paso, con todo mi corazón dedico este trabajo a Elías y Emiliana, mi tesoro más valioso, mi motor, la razón que me impulsa día a día, deseo ser el ejemplo que los inspire a soñar en grande. A mi esposo por ser ese amor noble y paciente que me sostiene, por sus abrazos que calman tormentas, por sus palabras que me levantan, gracias por caminar a mi lado por creer en mí. Mis amados padres Hugo Roberto y Luz Marina, por su apoyo constante y amor inquebrantable, este peldaño es tanto suyo como mío. Mi hermano Roberto, cuya presencia silenciosa siempre me acompaña. A mi suegro, por su ayuda y consejos. A cada persona que me impulsó, gracias de corazón.

Avila Jaramillo Tanya Marielisa

Dedico este logro a Dios por ser mi guía en la vida, a mis amados padres Armijo y Clara por impulsarme a continuar con mis sueños. A mi abuelo Toribio, que partió de este mundo hace años, pero cuya fe en mí sigue siendo mi impulso, su amor y confianza me acompañan siempre. Mi hijo Dayson, mi motor y el corazón de cada una de mis luchas, porque cada paso que doy es por y para él. Mis hermanos Cinthia y Erick, mis cómplices de aventuras desde la infancia, por su apoyo inquebrantable. Mis sobrinos, Jireth, Karelyn, Scarlett y Teddy por transmitirme su amor y alegría, que este logro les inspire a obtener sus metas y anhelos. A mi cuñada, Jessica por portarse como una hermana y ser mi cómplice, a mi cuñado Enrique, por el apoyo brindado. A mi pareja, por su amor y comprensión durante este tiempo. Mis amigas Marielisa, Karen e Isabel, ha sido un privilegio conocerlas en esta etapa universitaria y compartir juntas nuestros logros.

Figueroa Gonzabay Gleny Darla

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a la vida por permitirme llegar hasta aquí, a cada persona que fue parte de este proceso. Mi familia, por su amor constante, mis niñas perrunas Luna y Tesla por ser esa compañía fiel y silenciosa en días difíciles. A mis docentes, gracias por cada enseñanza, por el tiempo dedicado, por su paciencia y por sembrar en mí la semilla del saber; gracias por mostrarme que la comunicación va más allá de las aulas y puede transformar realidades. De manera muy especial, a mi docente Lic. Maribel García, por acompañarme con compromiso y calidez, gracias por ver en mí un potencial que tal vez no lograba reconocer y a cada uno de ustedes que dejó una huella en mi formación, los llevo en mi corazón. Mis compañeras Darla, Isabel y Karen, gracias por su amistad sincera por el apoyo, por las risas compartidas y por caminar a mi lado en este recorrido. A todos, gracias por ser parte de este logro. Con cariño sincero.

Avila Jaramillo Tanya Marielisa

Mi agradecimiento se dirige a Dios y a la vez expongo gratitud total a la vida. Con profundo estima y amor agradezco a mi familia quienes han sido fieles creyentes en este logro. A mis docentes quienes nos impartieron sus conocimientos y enseñanzas durante la trayectoria universitaria. Reconozco el aprecio y respeto a la familia Avila, por el apoyo incondicional en este proceso y todas las personas quienes colaboraron y ayudaron en la realización de mis trabajos académicos. Gracias totales.

Figuroa Gonzabay Gleny Darla



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 18 de junio del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la Carrera de Comunicación, informo a usted que las estudiantes **Tanya Marielisa Avila Jaramillo**, con cédula de identidad No. **0927265991** y **Figuroa Gonzabay Gleny Darla**, con cédula de identidad No. **2450007873**, han cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, denominado **“Los algoritmos y las burbujas de filtro en TikTok: Un análisis de contenido político del cantón La Libertad”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el **Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) vigente que cita:**

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de las autoras, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Period. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr
Docente tutor/a
Trabajo Integración Curricular II
Correo Institucional: msuntaxi@upse.edu.ec

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado
digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.
DOCENTE GUÍA UIC DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN

Period. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr
DOCENTE TUTOR UIC DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN

Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.
DOCENTE ESPECIALISTA UIC DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Tanya Marielisa Avila Jaramillo
ESTUDIANTE

Gleny Darla Figueroa Gonzabay
ESTUDIANTE

Los algoritmos y las burbujas de filtro en TikTok: Un análisis de contenido político del cantón La Libertad.

Avila Jaramillo Tanya Marielisa

[Código Orcid \(1\) 0000-0003-0220-6072](#)

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

Figueroa Gonzabay Gleny Darla

[Código Orcid \(1\) 0009-0006-2372-5225](#)

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

Dentro del ambiente digital, cada vez más influenciado por los sistemas algorítmicos, el estudio analiza cómo este fenómeno favorece a la creación de burbujas de filtro en la plataforma de TikTok y cómo estas afectan la difusión, consumo y percepción del contenido político de la audiencia del cantón La Libertad. En el estudio se empleó una metodología con enfoque exploratorio y un diseño no experimental, recolectando datos cualitativos (entrevistas) y cuantitativos (encuesta). Las revelaciones muestran una tendencia acentuada hacia la exposición selectiva de los algoritmos de personalización, creando espacios cerrados o eco chamber para cada usuario, donde se promueve la polarización ideológica entre grupos con posturas distintas. También, se detectó un nivel reducido de sensibilidad en la segregación de información de acuerdo a las condiciones sociales y geográficas del usuario las cuales se basan en la automatización algorítmica, conllevando a la limitación de diversidad informativa y reforzando la burbuja de filtro, a su vez, comprendiendo cómo operan estos agentes sociotécnicos en el ciberespacio, de acuerdo al almacenamiento previo que facilita el usuario de manera involuntaria utilizada sin un previo consentimiento. Como conclusión, el estudio tiene la necesidad de fortalecer las habilidades críticas y competentes del usuario desde el campo académico conocer estrategias educativas que aseguren la información transparente y democrática en la plataforma. ecosistema informativo, revisión de literatura

Palabras Clave: Algoritmo, burbuja de filtro, TikTok, personalización de contenido, sesgo algorítmico, entorno digital.

Algorithms and filter bubbles on TikTok: An analysis of political content from the canton of La Libertad.

ABSTRACT

Within the digital environment, increasingly influenced by algorithmic systems, the study analyzes how this phenomenon favors the creation of filter bubbles on the TikTok platform and how these affect the dissemination, consumption and perception of political content by the audience of the canton of La Libertad. The study used a methodology with an exploratory approach and a non-experimental design, collecting qualitative (interviews) and quantitative (survey) data. The revelations show an accentuated tendency towards the selective exposure of personalization algorithms, creating closed spaces or echo chambers for each user, where ideological polarization is promoted between groups with different positions. Also, a reduced level of sensitivity was detected in the segregation of information according to the social and geographical conditions of the user, which are based on algorithmic automation, leading to the limitation of information diversity and reinforcing the filter bubble, in turn, understanding how these sociotechnical agents operate in cyberspace. according to the previous storage provided by the user involuntarily used without prior consent. In conclusion, the study has the need to strengthen the critical and competent skills of the user from the academic field to know educational strategies that ensure transparent and democratic information on the platform.

Keywords: *Algorithm, filter bubble, TikTok, content personalization, algorithmic bias, digital environmen*

INTRODUCCIÓN

Vivimos en una era, donde los algoritmos tienen un considerable dominio en la estructura del ambiente informativo, funcionan como intermediarios imperceptibles diseñados para ordenar, filtrar y estructurar la información, influyendo de manera directa ya que son sistemas opacos, nutriéndose de las búsquedas que coinciden con las preferencias del usuario y refuerzan sus creencias, por tanto, contribuyen a la creación de las burbujas de filtro que obstaculizan la exposición de puntos de vistas diferentes y forman la polarización ideológica.

En el contexto político, este fenómeno emergente toma relevancia, ya que los algoritmos utilizados en las plataformas digitales hacen que los usuarios no comprendan como se selecciona la información que consumen y esto disminuye las posibilidades de discusión democrática y merma el razonamiento crítico de las audiencias. Así, el mismo pensamiento libre no es fomentado en ecosistemas digitales, suelen consolidar en cada comunidad una narrativa predominante, generando círculos cerrados o cámaras de eco, en las que solo refuerzan los puntos de vista con los que ya están de acuerdo forjando alterar la visión del escenario político.

El desarrollo de la investigación se realizó de acuerdo a las siguientes fases:

Capítulo I: se presenta el planteamiento del problema de acuerdo al fenómeno de investigación fomentando interrogantes de similitud, se detalla el objetivo general y los objetivos específicos, implementando la justificación del estudio a desarrollar generando la hipótesis y previo conocimiento sobre las variables.

Capítulo II: se desarrolla el marco teórico y conceptual para respaldar el estudio sobre teorías en relación a los algoritmos y las burbujas de filtro en el auge de las plataformas digitales como TikTok, mediante una revisión exhaustiva de literatura o investigaciones realizadas en base a este fenómeno emergente.

Capítulo III: en el marco metodológico se detalla cómo se desarrolla la investigación, de acuerdo al enfoque y alcance de carácter exploratorio/descriptivo, incluyendo los métodos y técnicas utilizadas para recopilar datos relevantes que fomenten el análisis del estudio.

Capítulo IV: se presentan los hallazgos obtenidos con las respectivas discusiones de los resultados cualitativos y cuantitativos, por lo consecuente se ejecutan las conclusiones en fusión a los objetivos previamente planteados, finalizando con las recomendaciones propuestas al concluir la investigación.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema de investigación.

A nivel internacional, en países como Noruega y Brasil, se puede mencionar que los algoritmos han generado un creciente interés a nivel académico debido al impacto que ejercen sobre las audiencias digitales. Según García et al. (2023), menciona que los algoritmos se han transformado en actores claves de la vida a nivel cultural, social, político y económico. Se comportan con un cierto grado de confusión, de esta manera condicionan las decisiones sobre elecciones de los usuarios por medio de modelos matemáticos y estructuras de bases de datos que no son transparentes.

Esta confusión a nivel de algoritmos considera riesgos importantes, puesto que los usuarios en su mayoría no son conscientes en la manera en que sus interacciones están siendo movidas por mecanismos invisibles. Lancho y Azurmendi (2023) mencionan que analizar las bases de los algoritmos se ha convertido en una exigencia epistemológica, sus decisiones se generan de manera automática permiten moldear la esfera pública digital y además permiten limitar la variedad en la información (p. 451). De esta manera, la escasa transparencia en el funcionamiento puede provocar desvíos, sesgos, polarización y una disminución en el debate sobre la opinión democrática.

De esta forma se puede mencionar que a nivel de Europa y latinoamérica existen algunos estudios que se ha realizado recientemente en donde se aborda sobre el tema de las burbujas de filtro, que son generadas por algoritmos en donde se recomienda que se limite la exposición a diversos contenidos. Soria y Gil-Torres (2023) mencionan que las burbujas se desarrollan dentro de un entorno digital único para cada usuario, de esta manera se reduce la pluralidad de la información y se refuerza solo las creencias. Por otro lado, Bruns (2022) menciona que las burbujas de filtro encierran a los usuarios, complicando la participación crítica en entornos de democracia, a pesar de que aparentan abrirse a una globalización del contenido (p. 5). Todos estos estudios permiten emitir una alerta sobre los efectos que se tiene sobre la personalización algorítmica en la capacidad de criticar de los ciudadanos y en la calidad del debate público.

A nivel nacional, se puede mencionar que en Ecuador existen estudios desarrollados sobre algoritmos y los efectos que tienen sobre lo social, político y cultural que se encuentran en etapa inicial. Defensoría del pueblo (2024) expresa que en el país no se cuenta con un marco normativo que sea explícito para la regulación de la transparencia en algoritmos ni

datos automatizados que condicionan el acceso a la información (p. 26). De esta manera se puede considerar que esta carencia representa una brecha relevante para garantizar la existencia de entornos digitales que sean justos, inclusivos y apegados a la democracia.

De la misma manera, al realizar el análisis sobre burbujas de filtros a nivel ecuatoriano también se encuentra en etapa inicial. Sin embargo, a pesar que se reconoce que los algoritmos influyen en los contenidos a los que acceden los usuarios, aún no se han desarrollado investigaciones que realicen una profundización sobre como estas burbujas afecten sobre la opinión de la ciudadanía. Bruns (2022) afirma que los filtros de contenido ajustan los mensajes que recibe cada usuario de acuerdo a los intereses, lo cual puede robustecer visiones que están sesgadas con la realidad (p. 14). Este escenario resulta de manera particular importante en el ámbito de la política, en donde la exposición a información parcial puede repercutir sobre la formación de criterios de la ciudadanía.

Por otro lado, en los últimos años la red social TikTok ha generado relevancia al convertirse en una plataforma para la participación política, especialmente entre los jóvenes. De tal manera, Suntaxi Andrade et al. (2025) menciona en su análisis sobre las estrategias de posicionamiento de marca política en TikTok durante la segunda vuelta en el proceso electoral en Ecuador, se puede evidenciar el papel que juegan las interacciones y métricas que, están explícitas por los algoritmos de recomendación (p. 167). De tal manera, que al identificar esta relación se genera la necesidad de analizar el vínculo que existe entre la personalización del contenido, la percepción de la ciudadanía sobre política y las plataformas digitales.

A nivel local, en el cantón La Libertad aún no se han realizados estudios sobre los efectos que tienen los algoritmos y las burbujas de filtro, a pesar de la relevancia que tienen en la actualidad. En la literatura a nivel local se ha evidenciado que existen estudios en donde se analizan fenómenos relacionados, cómo el uso de la red social TikTok en las campañas en época electoral y los desafíos de la ciudadanía frente a los contenidos digitales. Gonzabay y Orrala (2025) se refieren a los retos que enfrentan los ciudadanos para identificar contenidos originales en un entorno cada vez más automatizado (p. 23). De esta manera se puede evidenciar la necesidad de impulsar una ciudadanía digital que sea crítica comprendiendo como funcionan las plataformas.

Asi mismo, Vasquez (2025) realizó un análisis de cómo los algoritmos en la red social TikTok personalizan el contenido relacionado a la política entre los estudiantes de la

universidad, en donde se generan burbujas de filtro que ayudan a reforzar las creencias existentes y ponen un límite a la pluralidad de la información (p. 4). En este estudio se sugiere que los mecanismos tienen un impacto significativo en la conformación de la opinión de los ciudadanos jóvenes en el cantón.

Por último, Ramírez (2023) en su estudio sobre el uso de la red social TikTok durante la campaña presidencial en el año 2021 realizado con jóvenes del barrio General Enrique Gallo del cantón La Libertad, pudiendo determinar que a pesar que la plataforma se utilizó de manera muy amplia, el contenido relacionado con la política era escaso de profundidad en donde se dio prioridad al infoentretenimiento sobre el análisis crítico.

Finalmente, con la presente investigación se pretende contribuir al análisis profundo del impacto de la personalización de algoritmos y su influencia en la percepción de la opinión política en las audiencias de la localidad.

1.2 Formulación del problema de investigación.

A continuación, el autor se plantea las siguientes interrogantes.

- ¿De qué manera los algoritmos en la plataforma de TikTok influyen en la creación de burbujas de filtro y en la percepción del contenido político difundido entre los usuarios en el cantón La Libertad?

1.2.1 Preguntas de investigación

- ¿Cómo opera la personalización algorítmica de TikTok en la distribución de contenido político para los usuarios del cantón La Libertad?

- ¿De qué manera los algoritmos de TikTok influyen en la creación de burbujas de filtro sobre el contenido que consumen los usuarios?

- ¿Qué efectos produce la opacidad de algoritmos en TikTok sobre la percepción y toma de decisiones en el aspecto político de los usuarios en el cantón La Libertad?

1.3 Objetivos.

1.3.1 Objetivo general.

- Determinar cómo los algoritmos de TikTok influyen en la creación de burbujas filtro y en la difusión, consumo y percepción del contenido político en el cantón La Libertad.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Analizar cómo funciona la personalización algorítmica de TikTok en la distribución del contenido político según los gustos de los usuarios del cantón La Libertad.
- Examinar cómo la personalización en TikTok influye a la creación de burbujas de filtro del contenido político del cantón La Libertad.
- Evaluar el nivel de opacidad de los algoritmos en TikTok y su relación en la percepción del contenido político y en la toma de decisiones de la audiencia en el cantón La Libertad.

1.4 Justificación de la investigación.

Actualmente, los algoritmos juegan un papel importante en el modo en que las audiencias tienen acceso, consumen e interpretan la información en plataformas digitales. Este fenómeno se intensifica con el crecimiento que se ha tenido en relación al acceso del internet y el uso frecuente de las redes sociales en Ecuador. De acuerdo a los datos extraídos del informe de Digital 2024 de DataReportal indica que el 83.6% de la población ecuatoriana tiene acceso a internet, el 69.2% es usuario activo en las redes sociales, de aquello el 82% utiliza TikTok independientemente de la edad. La plataforma TikTok que inicialmente fue orientada al entretenimiento se ha convertido en un espacio clave para la circulación de contenidos en el aspecto social, cultural y político.

Estos actores invisibles funcionan como un sistema de filtro en el que automáticamente escoge el contenido de preferencia y el comportamiento previo al usuario. Sin embargo, con el auge de las plataformas emergentes como TikTok, han logrado tener mayor impacto, los algoritmos favorecen la personalización, pero también limita al desarrollo de diferentes puntos de vista, creando las burbujas de filtro. Este fenómeno influye directamente a la calidad del debate público y político, fomentando ecosistemas de información cerrada, por lo consecuente, obstaculiza el diálogo constructivo e intensifica la polarización y la desinformación.

En el cantón La Libertad, que forma parte de la provincia de Santa Elena y que cuenta con una población de 95.942 habitantes, zona urbana predominantemente joven y conectada, en donde el uso de la red social TikTok ha desplazado parte de los medios tradicionales que se consideran como fuente de información. En este territorio que está caracterizado por una composición política diversa y un creciente interés de la ciudadanía en procesos electorales y en temas sociales, de esta manera se constituye en un entorno adecuado para el análisis de

cómo la lógica del algoritmo de las plataformas digitales incide en la percepción del contenido político.

De esta manera se puede mencionar que en el cantón La Libertad el panorama político se encuentra caracterizado por una ideología muy diversa y está marcada por una diversidad de fuerzas políticas. En la actualidad, se puede indicar que la Municipalidad del cantón se encuentra liderada por Francisco Tamariz, quién fue electo para el período 2023 – 2027 y estaba adherido al partido UNETE 100, en un medio donde tiene que compartir con otros partidos políticos como Partido Social Cristiano (PSC), Partido Unidad Popular (UP), Movimiento Político Peninsular Creyendo en Nuestra Gente (MPSG), Movimiento Revolución Ciudadana (RC5) Avanza, ADN, Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik y Construye. Esta diversidad permite una ciudadanía políticamente activa y que está expuesta a distintos discursos que se emiten en medios tradicionales, así como medios digitales.

Se debe considerar que el acceso a internet se ha incrementado en el cantón La Libertad junto al uso creciente de las redes sociales, por lo que es importante analizar cómo los algoritmos pueden contribuir en la formación de burbujas de filtro que de alguna manera repercuten sobre la percepción del contenido político, de manera especial cuando la opinión del público se ve influenciada por el consumo digital más que con el debate en temas políticos.

La plataforma de TikTok, en el ámbito social se ha convertido en una fuente principal de información, la inmediatez del contenido en temas sociales, políticos o culturales, logra obtener mayor concurrencia de jóvenes y adultos del cantón La Libertad, siendo esta una zona urbana donde la penetración de este fenómeno es mayor en los usuarios de Santa Elena, incluso sustituyendo a los medios tradicionales.

Por lo tanto, la investigación es pertinente al realizar una revisión de literatura y extraer perspectivas teóricas y críticas para posibles estrategias que promuevan la alfabetización digital y el uso consciente de la información. De la misma manera, se obtendrá una postura reflexiva e imparcial con el contenido, evitando sesgos sociales o políticos.

Además, el presente estudio contribuirá con información valiosa en el campo comunicacional, al comprender la operacionalización de los algoritmos y la influencia que tienen al crear las burbujas de filtros.

1.5 Hipótesis

Dentro del entorno digital las perspectivas informativas se restringen por la creación de burbujas de filtro, a su vez agudizan la polarización social/política, impactando en los usuarios del cantón La Libertad, la habilidad o pensamiento crítico en toma de decisiones.

1.6 Variables

1.6.1 Los algoritmos

Los algoritmos se basan en datos y patrones matemáticos, a su vez son etapas de formas de comunicación, toma de información y habilidades para conectarse. En resumen, son fundamentales en nuestra vida diaria. Como menciona Sued (2022):

Los algoritmos son artefactos técnicos diseminados en las diversas esferas de la vida. Se encuentran en los sistemas financieros bancarios, de seguridad social y salud, los jurídicos, de seguridad y políticas, los sistemas universitarios de solicitud y admisión, así como en las plataformas y redes (pág. 44).

Como se puede inferir, este proceso de cambio y transformación digital, actualmente y en un futuro inmediato todos estos merecen un estudio especializado.

1.6.2 Burbujas de filtro.

Las burbujas de filtro, surgen como fenómeno emergente de los sistemas de entorno digital, también han impactado cómo los usuarios acceden a la información. De hecho, el diseño de algoritmos para plataformas genera un sistema cerrado en el que únicamente se muestran contenidos de acuerdo con las creencias previas, limitando la exposición a información contrapuesta. En consonancia, tal como define Bruns (2022):

Tanto las implicaciones de la ‘burbuja de filtro’ como de la polarización política evidente en las elecciones, son fenómenos a largo plazo que apenas comienzan a ser menospreciados en términos de sus costos a largo plazo para la sociedad contemporánea y futura (pág. 11).

Esta definición distingue cómo, más allá del impacto en los patrones de información consumida, las burbujas de filtro también tienen consecuencias en la sociedad actual, particularmente en entornos políticos. Al restringir la información, tales entornos informativos contribuyen con la polarización, lo que afecta la toma de decisiones y la configuración de la sociedad. Por otro lado, las burbujas de filtro y las cámaras de eco son un fenómeno culminante de la era digital, en su mayor parte generado por algoritmos para personalizar el contenido en detrimento del conocimiento acerca de la sociabilidad humana.

Sin embargo, Bruns (2022) al afirmar que “cuando compartimos noticias y otro contenido desde nuestras cuentas de medios sociales, este contenido no siempre proviene de fuentes que alineen estratégicamente con lo que pensamos o nuestras inclinaciones”. Esto implica que el fenómeno de las burbujas de filtro y las cámaras de eco no asegura la plena conformidad ideológica entre el contenido consumido y compartido.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

2.1.1 Los algoritmos

Los algoritmos han sido vitales en la era de la inteligencia artificial. Estos complejos sistemas de reglas y cálculos, diseñados para resolver problemas o llevar a cabo tareas específicas, están presentes en prácticamente todos los aspectos de nuestra vida. Según Flasiński (2023) “a pesar que los algoritmos tienen raíces matemáticas, estos procedimientos están presentes en las investigaciones sobre el tema de la matemática, medios de comunicación y comunicación” (pág. 6). Estos sistemas se encuentran en casi todos los aspectos de la vida cotidiana, tanto así que la comunicación siente la transformación de datos modelos y todo se vincula entre sí.

El algoritmo en esta nueva era tecnológica ha superado la función de ser comandos orgánicos, transformándose en los hilos imperceptibles que estructuran a las sociedades, con decisiones significativas desde que contenido utilizar o consumir en redes sociales. Como señala Winques (2024) el Mapeo de las Mediciones Algorítmicas (MMA) es de carácter exploratorio para futuras investigaciones dentro del enfoque analítico en entornos digitales, como sociales donde no solo se mantiene un punto cerrado y perspectivas diversas (pág. 102). Por esta razón la omnipresencia de los algoritmos en nuestra sociedad sugiere que estamos viviendo una verdadera transformación digital. Estos sistemas, diseñados con una capacidad de procesamiento de datos inigualable, es un fenómeno emergente para el estudio crítico y comprensible del análisis que tienen los algoritmos en el ámbito cultural, social y político de la comunidad virtual.

2.1.2 Burbujas de filtro

Las burbujas de filtro, como fenómeno emergente en los entornos digitales, están transformando la forma en que los usuarios acceden y consumen información. A través de los algoritmos de las plataformas, se crea un entorno cerrado donde solo se presentan contenidos que refuerzan creencias previas, limitando el acceso a una diversidad de perspectivas.

En correspondencia con Alonso & Torres (2023) “las consecuencias de la teoría de la "burbuja de filtros", así como la polarización política presente en las elecciones, son un fenómeno finalmente investigado para analizar sus costes en la sociedad presente y futura” (pág. 21). Esta definición resalta cómo las burbujas de filtro no solo afectan la forma en que consumimos información, sino que también tienen implicaciones profundas para la sociedad, especialmente en contextos políticos. Al limitar el acceso a diversas perspectivas, estos entornos informativos fragmentados contribuyen a la polarización, lo que puede influir negativamente en la toma de decisiones y en la cohesión social.

Asimismo, las burbujas de filtro y cámaras de eco se han consolidado como un fenómeno central en la era digital, modelado principalmente por los algoritmos que personalizan el contenido en plataformas que van en contra de lo que sabemos sobre cómo funciona la sociabilidad humana. Por otro lado, Guallar y Martínez (2023), “El contenido que comparten los usuarios en las redes sociales no siempre están relacionados con nuestras convicciones o en sintonía” (pág. 4) . Los autores mencionan que a pesar que el contenido que se consume en el entorno digital no mantiene un lineamiento ideológico por las burbujas de filtro y las cámaras de eco no se mantiene una garantía transparente en los ambientes digitales.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1 Los algoritmos

Los algoritmos han sido vitales en la era de la inteligencia artificial. Flores (2018) establece que “algoritmos como su sonido da la señal de una acción realizada por el proceso. El que se convierte en flujo de trabajo que está sujeto a órdenes o características conocidas (parametrizadas) que el creador óseo (del algoritmo) antedicho configure” (pág. 269). En otras palabras, son fórmulas matemáticas que arrojan un resultado y, dependiendo de ciertas instrucciones, se pueden obtener varios resultados. Dado que los algoritmos son vitales en casi todo lo que hacemos, lamentablemente, la comunicación no será una excepción.

Los algoritmos juegan un papel esencial en la disposición y personalización del contenido que el usuario consume en la red. Son ecuaciones que permiten procesar grandes cantidades de datos en tiempo real. La problemática radica que los algoritmos direccionan a un modelo de conducta del usuario que ignora las complejidades y matices propias de la naturaleza humana, provocando vacíos en el sistema, lo que cuestiona la eficacia de la

metodología empleada para analizar la preferencia de los cibernautas. Según Lemos & Pastor (2020) afirman:

La experiencia que tienen los consumidores digitales con los algoritmos no es creada únicamente por el usuario, sino se crean en interacción automática con un grupo de acciones algorítmicas, que facilitan moldear y aprender la práctica que se lleva a cabo (pág. 136).

Abordar la experiencia algorítmica de esta forma implica asociarla a un enfoque exploratorio que podría considerarse la esencia de la algoritmia.

2.2.1.1 Sesgo algorítmico

El sesgo algorítmico se ha convertido en un asunto importante en el estudio de los sistemas digitales, son un fenómeno emergente de carácter exploratorio especialmente debido al aumento de reconocimiento que los algoritmos no son herramientas objetivas. En vez de funcionar de forma neutral o de manera orgánica, actúan en base a datos utilizados o preexistentes del usuario (cookies), lo que conlleva a efectos sesgados en toma de decisiones automatizadas. De acuerdo a Simon et. al (2020) mencionan:

Antes, que el debate sobre el sesgo algorítmico y sus repercusiones tomara relevancia, fueron pioneros en abordar este tema, argumentando que los sistemas informáticos pueden mostrar sesgos si discriminan de manera sistemática e injusta a ciertos individuos o grupos, favoreciendo a otros, [impidiendo] que obtengan beneficios o [asignando] resultados no deseados a determinadas personas o grupos por razones irracionales o inapropiadas (pág. 6).

Cabe enfatizar que los sistemas tecnológicos al ser creados por personas pueden incluir errores que perjudiquen a grupos determinados. Así, se expone la urgencia de examinar y rectificar los perjuicios del sesgo, para asegurar y evitar consecuencias adversas en el usuario.

En el entorno digital, el sesgo algorítmico tiene gran relevancia de cómo distribuyen, reciben e interpreta contenido el usuario, generando estereotipos reforzados que conllevan a perspectiva similares. De acuerdo con Faleiro (2021):

El sesgo algorítmico fragmenta a la audiencia y crea una irrealidad de aquello que no cumpla con el patrón, idealizando el ámbito interpretativo de lo predominante, este sesgo a menudo se presenta en las plataformas digitales como entretenimiento al usuario mediante sets de datos discriminatorios (pág. 126).

De esta manera, se genera una realidad distorsionada, es decir, aquella que no se alinea con el patrón, idealizando el ámbito interpretativo de lo predominante, estando emergente en plataformas digitales.

2.2.1.2 Personalización de contenido

La personalización de contenido un fenómeno que no solo redefine el consumo de información, sino que a su vez abre oportunidades para innovar en el ámbito multidisciplinario y fomentar espacio de intercambio de conocimiento o información. Reconociendo que la esta personalización de contenidos digitales infiere significativamente en la forma que los usuarios interactúan en las plataformas digitales. Según las autoras Frías y Rey (2008) “uno de los objetivos esenciales de la personalización de contenido consiste en ofrecer soluciones exactas y personalizadas mediante un servicio interactivo que facilite establecer una comunicación directa para las búsquedas de cada usuario” (pág. 437). Por lo tanto, la personalización busca optimizar la relación entre el usuario y el servicio, dando prioridad a respuestas específicas que fortalezcan la correlación directa y cumplan con las necesidades personales.

Las plataformas digitales tienen la habilidad de adaptar y transformar el contenido del usuario de acuerdo a las necesidades preexistentes, convirtiéndose en un recurso fundamental que fomenta la conexión y acceso a contenido relevante. Así lo indica Gendler (2019) “las mismas son de software libre o código abierto, controlando así el contenido que llega al usuario. Pero preservando los datos e incluso personalizando su experiencia y no personalizada por ellos” (pág. 313). Esto evidencia cómo los enfoques en la distribución de información han fracasado en adaptarse a las características de los usuarios, siendo necesario implementar estrategias personalizadas, logrando experiencia más inclusiva y significativa en los entornos digitales.

2.2.1.3 Transparencia algorítmica

La transparencia algorítmica ha emergido cobrando relevancia en el campo de la comunicación, ya que no solo deciden que datos recibe, sino también la manera en que comprende e interpreta el usuario dicha información. La falta de transparencia influye en la toma de decisiones dando paso a la opacidad algorítmica. Según Pauner (2023) “la transparencia en los algoritmos implica la claridad en la información relacionada con su operación, con el propósito de facilitar el seguimiento, validación o intervención por parte del usuario interesado” (pág. 123). Así, la transparencia algorítmica busca que los algoritmos no

sean (cajas negras), sino permitir al usuario su fácil comprensión y revisión, fomentando una mayor responsabilidad en el entorno digital.

En funcionamiento de la transparencia algorítmica en las plataformas digitales es opaca para los cibernautas, debido que empresas globales del ciberespacio limitan el acceso público. Según Benítez (2019) “la garantía de la transparencia algorítmica no es total, debido a que los algoritmos se consideran como propiedad intelectual de las empresas desarrolladoras por ende los datos guardan privacidad y confidencialidad en los entornos digitales” (pág. 1316). De esta manera, estos sistemas automatizados procuran preservar la reputación corporativa manteniendo oculta la arquitectura algorítmica. A su vez restringe la participación y limita el análisis crítico del usuario en la plataforma.

2.2.1.4 Autonomía informativa

La autonomía o autodeterminación informativa, se basa en los datos personales del usuario y el derecho propio e individual que ejerce en la difusión, aunque el termino proviene del ámbito jurídico su aplicación es pertinente en el entorno digital. Como menciona Azurmendi (2014) “la autodeterminación informativa es una prerrogativa individual de acuerdo a la publicación del usuario y a los datos personales, aunque es un derecho a la privacidad, hace hincapié a los valores y a la dignidad humana” (pág. 9). Es por ello, la conservación de la autonomía informativa del usuario actualmente es vulnerada indirectamente por los algoritmos comprometiendo la diversidad informativa.

Cabe mencionar que, aunque la autonomía informativa es referente a datos del usuario que proporciona de manera libre y voluntaria, decidiendo cómo y con quién compartir información en el entorno digital, este entra en el paradigma contemporáneo en las plataformas digitales en que algunos expertos denominan heteronomía informativa, es decir, la información que proporciona el usuario es utilizada o compartida por terceros sin un previo consentimiento. Según Mónica (2021):

El usuario al acceder al entorno digital y sus aplicaciones, de acuerdo a la programación informática, los datos análogos son recopilados y vinculados con los datos digitales, entonces se puede determinar que el sujeto digital, es un sujeto informativo en el que se forma de acuerdo a su identidad y la recolección de datos del mismo usuario (pág. 120).

Entonces se puede evidenciar que la autonomía informativa del usuario es vulnerada en las plataformas digitales, los usuarios son un sujeto informativo que proporcionan dato y

por lo consecuente estos se convierten en datos digitales dando paso a la heteronomía informativa.

2.2.1.5 Convergencia Mediática

En el entorno digital, la convergencia mediática o de medios se muestra como un fenómeno que propaga diversos contenidos al mismo tiempo en múltiples plataformas, lo que en épocas pasadas eran separados, actualmente se integran a la misma red comúnmente en internet. Según Jenkins (2016) menciona:

La convergencia es un proceso corporativo de arriba hacia abajo o viceversa, el proceso corporativo es coexistente con la convergencia popular es decir, los usuarios forman parte de este proceso a través de la interacción participativa a su vez las empresas expanden el flujo informativo en múltiples plataformas y canales de difusión (pág. 28)

De este modo, los contenidos se distribuyen al usuario de manera estructurada y personaliza bajo la influencia de los algoritmos, condicionando la visibilidad del contenido político y este llegue al usuario de manera directa haciendo uso de las plataformas digitales, en este caso TikTok es una plataforma de convergencia corporativa, a su vez permite al usuario crear y difundir información determinando esta interacción como convergencia popular.

Las narrativas de discurso político en TikTok no se limitan se construyen de acuerdo a trends de humor e interacción de los creadores de contenido, sea de manera orgánica o influenciada favoreciendo a partidos políticos. Como indica Gonzabay (2025), “la comunicación política de figuras publicas como Noboa han sabido aprovechar TikTok de manera innovadora, mediante apoyo de influencers y narrativas emocionales logrando captar la atención de la audiencia” (pág. 16). Así, se evidencia que actualmente existe un cambio en el manejo publicitario a su vez la reconfiguración del mensaje político.

Por lo consiguiente el fenómeno de la convergencia mediática es un proceso complejo destacando la unión entre los intereses económicos, tecnológicos y culturales, determinando nuevas formas de consumo y producción de contenidos en la web. De acuerdo a Rigo (2016) “la originalidad de la convergencia mediática no se debe exclusivamente por las demandas de los consumidores, se basa a estrategias empresariales impulsadas para maximizar sus ganancias” (pág. 2). De esta manera, se deduce que las empresas mantienen un estrecho vínculo con las plataformas digitales y las herramientas algorítmicas, manteniendo un punto

clave para optimizar la circulación de los contenidos y direccionar a un comportamiento del usuario.

2.2.2 Burbujas de filtro

En la era digital actual, el acceso a la información está cada vez más influenciado por algoritmos que ajustan el contenido de acuerdo las búsquedas del usuario. La personalización de contenido toma un papel relevante y surgen inquietudes del impacto que conlleva a la contribución de burbujas de filtro y cómo las mismas enredan a los usuarios en contextos que fortalecen sus convicciones. Según Rossi (2018) “desde una perspectiva crítica exponer a la burbuja y su capacidad heurística, con la intención de comprender sus aristas y el impacto en la forma tecnológicas de vida de los usuarios” (pág. 263). Así, sugiere que los algoritmos son factores clave en la creación de burbujas de filtro, lo que contribuye a la polarización política, social e ideológica, y la preocupante situación en el control, la privacidad y venta de datos, sin embargo, esto está ligado a cuestiones de configuración de los sistemas tecnológicos.

El fenómeno que ha emergido desde la navegación en internet donde se registra y almacena los datos del usuario en los navegadores web, se conoce como burbujas de filtro, donde actúa la ejecución algorítmica de cada plataforma. De acuerdo López et. al (2024) “esta información que proporcionan los cibernautas en la web de forma voluntaria es detectados por algoritmos que registran sus datos digitales para luego proporcionar contenido que se ajústate a cada usuario” (pág. 3). La afirmación destaca esta nueva realidad, se torna imprescindible de manera que cada individuo experimenta un entorno digital único, este escenario presenta una serie de riesgos para sociedades y para las comunidades, lo que limitar la exposición a diversas perspectivas.

2.2.2.1 Cámaras de eco

En la actualidad dentro del ciberespacio donde ideas diferentes apenas tienen cabida. Este fenómeno da paso a las cámaras de eco donde ideas y opiniones afines se amplían, pero si son contrarias se diluye. De acuerdo a Cánovas (2023) “en los últimos años el término echo chamber o cámara de eco, ha cobrado relevancia y es vinculado al sesgo de confirmación en entornos digitales mediante la selección de información que afirme nuestras ideas y elimine aquella que nos cuestione” (pág. 1). Así, esta afirmación hace hincapié que el usuario está inmerso en entornos digitales donde cierta información fluye de manera regular, además se

considera tiende a quedar atrapado y aislado de mantener un dialogo abierto siendo un elemento fundamental para la democracia.

En este escenario la construcción de visiones del mundo ya no depende únicamente de nuestras perspectivas sino del entorno digital, así notamos que las cámaras de eco han influido significativamente en la manera en que las personas consumen información. Según el autor Bordonaba (2020) “los riegos de las cámaras de eco pueden reflejarse en sociedades al fragmentar la opinión delimitando que no se escucha a personas que piensen de manera distinta” (pág. 256) . Esto sugiere que, en tales panoramas social y político la información disponible en la web contribuye a la polarización social.

2.2.2.2 Interconexiones

La interconexión, como sistema complejo de significados y normas que estructuran las interacciones digitales, ha sido objeto de estudio desde diversas disciplinas de las ciencias sociales. La comunicación se presenta como un eje fundamental, ya que analiza tanto la emisión como la recepción de las audiencias, vinculándolos con el poder simbólico que configura los procesos automatizados. Según el autor Rizo & Romeo (2006), “es imposible no comunicar; cada interacción, cada acción, cada práctica sociocultural es significada por otros, es incluso entendido como intencional por otro, es decir, está siendo interpretada por los sujetos como un mensaje enunciado por alguien y para alguien” (pág. 3). Así, destaca que la comunicación es inevitable ya que indica relación, interpretación y sentido compartido esto ocurre dentro de las plataformas digitales, siempre estamos transmitiendo algo a los otros.

En la actualidad, los educadores virtuales a menudo son vistos como expertos tecnólogos cuya principal misión es formar a los usuarios como operadores técnicos en el uso de herramientas o plataformas digitales. Se refleja en muchos programas de alfabetización digital, tanto para adultos como en algunos planes escolares, donde la incorporación de los recursos digitales se realiza sin una reflexión crítica o emancipadora sobre el impacto que estos tienen en los procesos educativos. Como señala Barbas (2012):

En el mundo anglosajón cuando se habla de alfabetización informática y digital se refiere a una destreza instrumental y mecánica, es decir, conocer las herramientas sin considerar los profundos cambios que conlleva la introducción de una tecnología en un determinado ámbito (pág. 163).

Se deduce que la alfabetización digital es restringida mediante las técnicas y la utilización de herramientas, los impactos tecnológicos producen entornos sociales, culturales, políticos y educativos, entonces la tecnología es considerada como un simple instrumento omitiendo las transformaciones que produce en el entorno social.

2.2.2.3 Engagement

En las últimas décadas se ha implementado el análisis del grado de interacción que tiene el usuario mediante el proceso de engagement o también conocido como una serie de compromisos, interacción o involucración, siendo pieza clave para el desarrollo del estudio conforme a las redes sociales. De acuerdo a Ballesteros (2018):

Los términos de engagement y la participación activa del usuario son pilares fundamentales para detallar las interacciones, sin embargo, la compañía Comscore es quién proporciona los datos de la audiencia y a la vez posibilitan en análisis para la industria del marketing y de los medios (pág. 98).

Entonces se puede inferir que el engagement es participe en crear métricas esenciales y útiles en las plataformas digitales como en TikTok, mediante el uso activo y continuo, está acción ejercida por el usuario alimenta al sistema de recomendación priorizando los intereses del consumidor que conlleva a patrones cerrados y contribuyen a las burbujas de filtro.

La implicación del engagement en las redes sociales aporta beneficios mediante la difusión de mensajes y la comunicación digital. Para conocer las métricas del beneficio se desarrolla una evaluación individual de las variables como: me gusta, compartir y comentar. Según Vergareche (2019):

A pesar de que las redes sociales tienen un objetivo y publico concreto, tienen un mismo fin, consiste en conectar con el usuario mediante contenidos que generen interés, relación o actividad mediante el uso de microblogging y nanoblogging herramientas precisas y rápidas en las redes para mantener conectados a la audiencia (págs. 13,14).

De este modo, las redes sociales evalúan los indicadores del engagement existe un método concreto que se emite al usuario potencia la experiencia mediante la personalización y la diversidad informativa.

2.2.2.4 Segregación de información

La segregación digital consiste en las desigualdades del uso y acceso a las tecnologías, sin embargo, este fenómeno mantiene un estrecho vínculo con la segregación socio-espacial enfocado en la limitación del acceso digital de acuerdo a las condiciones sociales y geográficas, esta brecha contribuye a la excusión y a dinámicas de desigualdad en el entorno digital. Según los autores Hernández & Bermúdez (2023), “la presencia o ausencia

de la segregación digital marca un punto de partida en la exclusión de información” (pág. 100). Los autores sostienen, el acceso a las plataformas digitales es desigual en el consumo de contenidos, aun cuando el usuario tiene accesibilidad a internet, el algoritmo tiene la habilidad de actuar como filtro y por lo consecuente personaliza la experiencia del usuario reforzando sus visiones homogéneas.

En el ciberespacio las redes sociales forman parte de la difusión informativa, las plataformas analizan que contenido se emite al usuario de acuerdo a su perfil de búsquedas, este proceso orienta a la segregación de información. Como indica Vasquez (2025) “la burbuja de filtro sucede cuando los algoritmos seleccionan el contenido del usuario de acuerdo a sus búsquedas anteriores, aquello genera los sesgos cognitivos reforzando sus intereses” (pág. 13). A partir de esto se entiende que la segregación de información se basa en la automatización algorítmica que recopilan datos del usuario, conllevando a la limitación de diversidad informativa y refuerza la burbuja de filtro.

2.2.2.5 La polarización

En la actualidad la polarización es un fenómeno progresivo, afecta a democracias contemporáneas. En los continentes de América y Europa donde el aumento de divisiones ideológicas debilita la estabilidad democrática. Teniendo en cuenta el auge de las plataformas digitales sumado la proliferación de información, se crean las burbujas de filtro que limitan el diálogo y el consenso. La fragmentación que crea la polarización se manifiesta en diversos ámbitos como afirma Monteiro & Narvaja (2022) “este fenómeno se intenta preservar para conocer interpretaciones y posturas de la realidad” (pág. 54). El proceso de polarización es una lucha constante entre grupos enfrentados ideológicamente, al intentar imponer sus visiones de la realidad, se logra percibir una sociedad fragmentada.

Bajo este contexto, este fenómeno refleja divisiones marcadas de actores políticos o grupos de presión, los cuales, con el afán de controlar, hacen uso del entorno virtual con sesgos de información o fake new, a su vez deriva a enfrentamientos ideológicos.

Según el autor Monteiro (2022) “la polarización en redes crea una fisura entre participantes con distintas posturas ideológicas o políticas, generando tensiones en los usuarios” (pág. 3). Las posturas ideológicas es un fenómeno que impacta los procesos políticos que manifiestan las divisiones internas que obstaculizan la estabilidad social.

2.3. Marco Legal

El presente estudio cuenta con el propósito de analizar cómo los algoritmos contribuyen a la creación de burbujas de filtro en la plataforma de TIK TOK, la investigación

aportara datos relevantes en el área de la comunicación. Los artículos citados están estrechamente vinculados con el estudio.

2.3.1 Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2001)

Dentro del marco, en el artículo 12 - La función de la UNESCO, literal 9 resalta la importancia de fomentar la alfabetización digital como eje clave para enfrentar estos retos de cómo la audiencia accede al contenido político y genera las burbujas de filtro que limitan estas perspectivas.

9. Fomentar la “alfabetización digital” y acrecentar el dominio de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, que deben considerarse al mismo tiempo disciplinas de enseñanza e instrumentos pedagógicos capaces de reforzar la eficacia de los servicios educativos. (Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2001)

2.3.2 Declaración Universal de Derechos Humanos ONU (2015)

En referencia del artículo 19 emitido por la ONU en marca que el tema tratado podría incumplir este derecho universal al derecho a opinar y expresarse de manera libre dentro de la democracia y acceso a la información. Estos deben ser revisados o regulados para no vulnerar este derecho y así los individuos no queden encerrados en burbujas de filtro y condicionar la opinión pública.

Art. 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 opiniones, y de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (Naciones Unidas , 2015)

2.3.3 Constitución de la República del Ecuador, 2008

En este marco, en la sección III, Comunicación e Información los artículos 16 y 18 indican lo siguiente:

Art.16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tiene derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igual de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión pública, privada y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
5. Integrar los espacios de participación previos en la Construcción en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (Constitución de la República del Ecuador 2008 [Const], 2008)

Resulta pertinente considerar lo que establece la Constitución del Ecuador respecto a derechos fundamentales. Por lo tanto, dentro de Ecuador el uso del algoritmo y la contribución a la creación de burbujas de filtro en el entorno digital, influye directamente en el consumo de información política, a su vez no es regulada como tal.

2.3.4 Ley Orgánica de Comunicación (2024)

En la Ley Orgánica de la Comunicación, en TÍTULO I, disposiciones preliminares y definiciones, en los artículos 1,5 y 8. Menciona lo siguiente:

Art. 1.- Esta ley tiene por objetivo desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador.

Además, el objeto de esta ley comprenderá la desconcentración de frecuencias, protección de derechos a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación.

La presente Ley será aplicable a toda persona natural o jurídica que se encuentre o actúe en el territorio ecuatoriano en el ejercicio de los derechos a la comunicación.

Art. 5.- Medios de comunicación social. - Para efectos de esta Ley, se consideran medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que ejercen la difusión masiva de contenidos comunicacionales, a través de medios impresos, radio, televisión y audio o video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Para el efecto, no se considerarán medios de comunicación al espectro radioeléctrico, ya que las mismas son concesionadas por el Estado.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

Además, en el TÍTULO II, principios y derechos, CAPÍTULO I, principios, en el artículo 16 menciona lo siguiente:

Art. 16.- Principio de transparencia. – Los medios de comunicación social difundirán su políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

También, en el CAPÍTULO II, derechos a la comunicación, Sección I Derechos de la libertad, indica lo siguiente:

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. – Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.

La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente. (Ley Orgánica de Comunicación, 2024)

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de investigación

En el presente estudio se empleó el enfoque mixto, Vega et al. (2014) indican que “el enfoque mixto es la unión de lo cualitativo y cuantitativo, ambos son empleados para establecer mayor nivel de integración durante el proceso de investigación” (pág. 527). Aunque su manejo puede ser complejo, aplicarlo es relevante dado que aporta hallazgos significativos y válida datos generando ventajas en el estudio.

3.2 Tipo de investigación

El enfoque del presente estudio, se basó en dos tipos de investigación, se basó en estudio de tipo exploratorio y descriptivo: es de tipo exploratoria porque se hace una identificación profunda, indagando cómo el uso de los algoritmos de personalización influye en la creación de burbujas de filtro en TikTok en usuarios del cantón La Libertad. Sampieri et al. (2014) sostienen que “el estudio exploratorio es para descubrir temas pocos estudiados o novedosos” (pág. 91). Mientras que es de tipo descriptiva puesto que se realiza levantamiento de información que será sometido a análisis con el objetivo de identificar las características del fenómeno emergente. Es por ello que este trabajo buscó establecer una base para el entendimiento de las acciones de la algoritmia de manera simplificada. Este método debería ayudar a identificar los conceptos claves, el problema emergente y las variables potencialmente relevantes para investigaciones futuras.

Es importante destacar que este enfoque se desarrolló para desglosar las acciones fenomenológicas, a la contribución de polarización política que limita la exposición del usuario a información equilibrada y deteriora el conocimiento de los usuarios acerca de ciertos aspectos sociales, políticos y culturales.

Además, en este marco se espera fomentar la alfabetización mediática con revisión de literatura, establecer las actitudes éticas y de redacción para impulsar un debate más informado y crítico las plataformas digitales de la audiencia del cantón La Libertad.

3.3 Diseño de investigación

La presente investigación se enmarca dentro del diseño no experimental, ya que el objetivo principal fue analizar el fenómeno del algoritmo en TikTok. Según Cabezas et al. (2018) mencionan que “las variables de estudio no se manipulan de manera intencional al contrario buscan observar cómo se comportan en su contexto natural” (pág. 79). Esto nos permitió comprender como funcionan los sistemas de segmentación de audiencias y como contribuyen a las burbujas de filtro.

3.4 Alcance de la investigación

Dentro del entorno digital, los algoritmos funcionan como filtros automatizados y no de manera orgánica, los mismos que modifican los patrones de consumo informativo político que reciben los usuarios.

Por tal razón se estableció un alcance exploratorio para familiarizarse con estos fenómenos desconocidos, permitiendo obtener información clave para realizar investigaciones más completas en el contexto particular de las plataformas digitales y su impacto en la sociedad.

Exponiendo problemas emergentes o relevantes para dar prioridad a futuros estudios que comprenda estudiar y favorecer a una epistemología clara.

3.5 Operacionalización de variables

Cuadro 1. Operacionalización de variables

| Variable(s) | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Preguntas | Técnica de levantamiento de información |
|---|--|--|--|--|---|
| Variable independiente: Los algoritmos | Según Flasiński (2023) “A pesar que los algoritmos tienen raíces matemáticas, estos procedimientos están presentes en las investigaciones sobre el tema de la matemática, medios de comunicación y comunicación” (pág. 6). | 1.Sesgo algorítmico 2.Personalización de contenido 3.Transparencia algorítmica 4.Autonomía informativa 5.Convergencia mediática. | 1. Contenidos automatizados 2. Interacción usuario-servicio. 3. Existencia de políticas 4. Operación algorítmica. 5. Integración multiplataforma | 1. ¿Con qué frecuencia utiliza TIK TOK para informarse sobre noticias o temas políticos? 2. ¿Crees usted que TIK TOK le sugiere videos sobre temas políticos de acuerdo con su edad, género y ubicación geográfica? 3. ¿Cree usted qué al buscar información sobre un tema político, los siguientes días la plataforma le enviará contenido similar? 4. ¿Ha cambiado de opinión luego de ver videos que TIK TOK le muestra como sugerencia en el ámbito político? 5. ¿Cree que TIK TOK debe ser más transparente y regulado en cuanto a la selección y presentación de contenido político? | ENCUESTA ENTREVISTA |
| Variable dependiente: Burbujas de filtro | En correspondencia con Soria Alonso & Gil-Torres (2023) “Las consecuencias de la teoría de la "burbuja de filtros", así como la polarización política presente en las elecciones, son un fenómeno finalmente investigado para analizar sus costes en la sociedad presente y futura” (pág. 21). | 1. Cámaras de eco 2. Interconexiones 3. Engagement 3. Segregación de información 4. Hashtags 5. Polarización | 1. Creencias 2. Vinculación con seguidores 3. Reacciones/participación activa 4. Fuentes del usuario 5. Interacción del usuario 6. Postura entre grupos | 1. ¿Siente que TIK TOK le encierra en una burbuja y solo está expuesto a puntos de vista político similares a los suyos? | ENCUESTA ENTREVISTA |

Elaborado por: Avila Jaramillo Tanya Marielisa y Figueroa Gonzabay Gleny Darla

3.6 Población, muestra y periodo de estudio

3.6.1 Población

Es crucial especificar y delimitar de manera precisa la población de estudio, ya que esto validará los resultados logrados en la investigación. La población describe al conjunto global de personas, colectivos, sucesos o elementos que tienen características compartidas y de los cuales se busca recopilar información.

Según Martín (2004) “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan en una serie de especificaciones” (pág. 1). Por consiguiente, este concepto es crucial, ya que permite enfocar los esfuerzos de recopilación de datos hacia aquellos sujetos o elementos que realmente aportaron a la comprensión del fenómeno estudiado.

La población de estudio está compuesta por los usuarios activos de TikTok en la provincia de Santa Elena, un grupo representativo de la audiencia digital local que interactúa constantemente con el contenido político, informativo y participa en el debate digital dentro de este entorno.

Los usuarios que se consideraron tuvieron la diversidad en varias características demográficas, como edad, sexo y comportamiento en la plataforma, sin embargo, en este caso, se centra en creadores de contenido político, usuarios residentes en el cantón La Libertad y los seguidores activos. Estas características permitieron una comprensión más completa del funcionamiento de los algoritmos que personalizan el contenido y al alimentar los patrones de personalización derivan o contribuyen a las burbujas de filtro.

3.6.2 Muestra

Mientras tanto para llevar a cabo esta investigación, se debe seleccionar la muestra. La muestra es un subconjunto representativo de una población más grande que garantiza la interpretación adecuada y válida de los resultados permitiendo a los autores analizar los hallazgos al grupo seleccionado. Según Casal & Mateu (2003) “el investigador es quien determina el grupo representativo de manera subjetiva, de modo que no se puede cuantificar la muestra representativa” (pág. 5). Por lo tanto, este tipo de muestreo se empleó por ser un estudio de carácter exploratorio ya que es complejo el acceso total a un listado de usuarios dentro de la plataforma. Este método permite identificar tenencias o apego por parte del usuario por la personalización del contenido que con lleva a las burbujas de filtro.

Entonces, para llevar a cabo la investigación, la población de 95.942 habitantes del cantón la Libertad, se aplicó la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z_a^2 p * q}$$

n= tamaño de la muestra

N= 95.942 (tamaño de la población)

Z= 1.96 (nivel de confianza del 95%)

p= 0.5 (probabilidad que ocurra el evento)

q= 0.5 (probabilidad que no ocurra)

e= 0.05 (error de estimación máximo aceptado)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 95.942}{(0.05)^2(95.942 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 383$$

Se selecciona 383 usuarios que utilizan la plataforma de TikTok con el intervalo de 18 a 65 años.

3.6.3 Periodo de estudio

El periodo de estudio de la investigación comprendió entre los meses de mayo a junio del 2025. Durante este periodo se llevó a cabo la planificación metodológica y aplicación de instrumentos de recolección de datos donde se aplicaron las encuestas y entrevistas sobre los usuarios del cantón La Libertad en TikTok. La selección de este intervalo de los meses mencionados son clave: coincidieron con el periodo de elecciones presidenciales anticipadas en el Ecuador, lo que generó un incremento en la red de circulación de contenido político y así observar con claridad como los algoritmos priorizan el contenido y se forman las burbujas de filtro.

3.7 Técnicas e instrumento de levantamiento de información

En la investigación se utilizaron técnicas de encuesta y entrevista, ambos instrumentos recolectaron datos cualitativos y cuantitativos para el caso de estudio, de esta manera se validó la hipótesis propuesta.

3.7.1 Encuesta

La encuesta es una de las herramientas más utilizadas para estudiar el campo de investigación científica en cualquier ámbito social, cultural y político, contribuyendo con los investigadores en obtener datos de los usuarios de la plataforma. De acuerdo a Vidal (2009), “la encuesta estructurada no varía en cuanto al mismo cuestionario, los investigadores buscan

analizar las variables de estudio. Es decir que la información se mantiene de manera estructurada” (pág. 51). De esta manera, se recolecta data directa, la cual es suministrada por el investigador que a su vez obtiene información amplia a través de la audiencia.

Por lo tanto, se logró identificar la frecuencia con que los usuarios de TikTok reciben el direccionamiento de contenido en base a sus características personales y cómo éstas a través de los algoritmos de personalización contribuyen a las burbujas de filtro. Además, entender que el usuario debe tener el raciocinio suficiente para buscar alternativas y recibir información equitativa e igualitaria sin vulnerar el derecho a la diversificación informativa en diferentes campos dentro del entorno digital. También, promover temas como la alfabetización digital, a la vez dar hincapié a proyectos futuros que los regularice, aunque se entiende que el espacio cibernético es comunidad virtual (un mini estado).

3.7.2 Entrevista

El instrumento de entrevista se aplicó para obtener información oral y personalizada entre el investigador y el experto en las variables estudiadas, permitiendo comprender las opiniones y perspectivas de manera clara y detallada. Folgueiras (2016) “la entrevista estructurada permite recopilar información que el investigador necesita, basándose en que la entrevista sea fija y secuencial, rigiéndose a un guion preestablecido a priori” (pág. 3). Por tanto, la entrevista estructurada se aplicó a dos expertos en conocimientos de comunicación política, quienes compartieron sus criterios desde la práctica y el conocimiento profesional. Así, se obtuvieron informaciones cualitativas, las cuales permitieron profundizar el tema de investigación con las variables de estudio, logrando captar posturas críticas y argumentativas para el análisis del fenómeno emergente.

4. ANÁLISIS DE RESULTADO

A continuación, se mostrará el análisis de los resultados obtenidos en la investigación.

La encuesta direccionada a 383 usuarios siendo el tamaño de la muestra, sin embargo, se logró aplicar con éxito a un total de 222 usuarios activos de la plataforma TikTok, de manera demográfica en el cantón La Libertad, con el objetivo de analizar cómo los algoritmos de personalización contribuyen a la creación de burbujas de filtro en el entorno digital TikTok y de qué manera influyen en el análisis del contenido político. Esta investigación de carácter exploratorio busca ahondar la manera que los usuarios son encasillados en burbujas de filtro de acuerdo a las tendencias, percepciones y patrones relevantes sobre la conducta de la audiencia frente al contenido algorítmico.

4.1 Análisis cuantitativo: Encuestas

El análisis de encuesta cuantitativo brindó una interpretación más organizada de los datos recabados de los usuarios del cantón La Libertad de la plataforma TikTok. Así, la perspectiva de las frecuencias de respuestas en relación con las variables de estudio se realizó en 6 preguntas; las cuales iniciaron desde un enfoque contextual, el análisis de la variable independiente, el funcionamiento de los algoritmos de personalización dentro de la influencia de contenido que recibe el usuario, así mismo la preocupación de ser necesaria una regulatoria o transparencia algorítmica.

A su vez, medir la variable dependiente dentro de la burbuja de filtro directamente desde el encierro ideológico/político, medir el conocimiento y conciencia del usuario dentro de la plataforma TikTok.

Para la frecuencia de respuestas, se empleó la escala de Likert con el siguiente modelo: 1) Siempre, 2) La mayoría de las veces si, 3) Algunas veces si, algunas veces no, 4) La mayoría de veces no, 5) Nunca, esta encuesta se llevó a cabo con la herramienta de Google Forms, con el objetivo de proporcionar una presentación más comprensible.

1. ¿Con que frecuencia utiliza TikTok para informarse sobre noticias o temas políticos?

Tabla 1

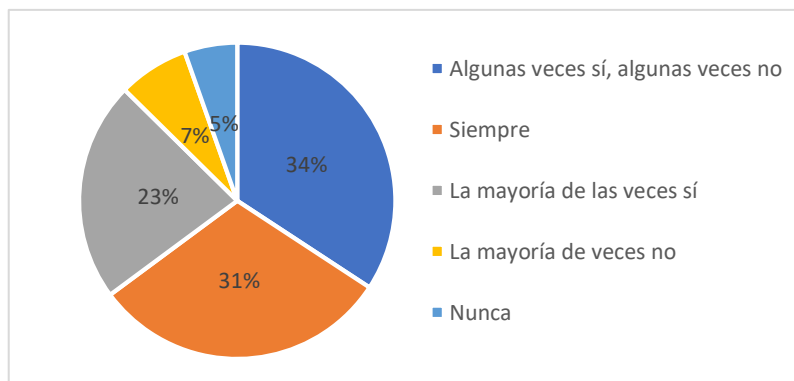
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Algunas veces sí, algunas veces no | 76 | 34% |
| Siempre | 68 | 31% |
| La mayoría de las veces sí | 50 | 23% |
| La mayoría de veces no | 16 | 7% |
| Nunca | 12 | 5% |
| Total | 222 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del cantón La Libertad

Elaborado por: Avila Tanya y Figueroa Gleny

Fecha: junio 2025

Figura 1 Uso de la plataforma de TikTok.



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Avila Tanya y Figueroa Gleny

Fecha: junio 2025

Análisis de resultados: Los datos recabados muestran que la plataforma TikTok es un referente importante en el consumo de contenido político entre los usuarios de esta encuesta. Donde el 88% de la muestra, aseguró usar la aplicación para conocer noticias o asuntos políticos, ya sea de manera frecuente o regular. Especialmente el 31% sostiene que siempre utiliza TikTok con este fin, mientras el 23% lo hace la mayoría de veces. Esto señala que TikTok no solo cuenta con un papel de ocio, a su vez se ha convertido en un medio significativo para la difusión de información política.

En contraposición el 12% de encuestados indica no utilizar o usar muy poco TikTok con fin informativo. Lo que indica una minoría mantiene reserva ante el contenido político en la plataforma. Esta tendencia se vincula estrechamente con la plataforma como una fuente no fiable, conllevando a sesgos de información que requiere una investigación más detallada.

2. ¿Cree usted que TikTok le sugiere videos sobre temas políticos de acuerdo a su edad, género y ubicación geográfica?

Tabla 2

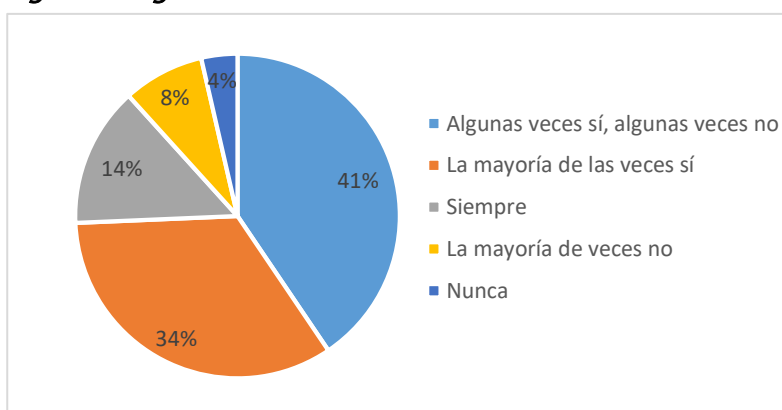
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|------------|
| Algunas veces sí, algunas veces no | 90 | 41% |
| La mayoría de las veces sí | 75 | 34% |
| Siempre | 31 | 14% |
| La mayoría de veces no | 18 | 8% |
| Nunca | 8 | 4% |
| Total | 222 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del cantón La Libertad

Elaborado por: Avila Tanya y Figueroa Gleny

Fecha: junio 2025

Figura 2 Sugerencia de videos.



Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del cantón La Libertad

Elaborado por: Avila Tanya y Figueroa Gleny

Fecha: junio 2025

Análisis de resultados: Los datos recabados exponen que el 89% de la muestra, consideran que TikTok muestra contenido político basados en perfil del usuario (edad, genero, ubicación) al menos de cierta medida.

Destacando que un 34% sostiene que esto ocurre la mayoría de veces y el 14% siempre, lo que apoya la teoría de que TikTok fortalece algunas perspectivas políticas basadas en la función del cibernauta dejando segmentada la información del mismo.

Por otro lado, solo el 12% de los participantes opina que no ocurre o no perciben este fenómeno. Podemos deducir que la plataforma si emplea los actores de segmentación que produce una experiencia de consumo de contenidos altamente personalizada.

3. ¿Cree usted que, al buscar información sobre un tema político, los siguientes días la plataforma enviará contenido similar?

Tabla 3

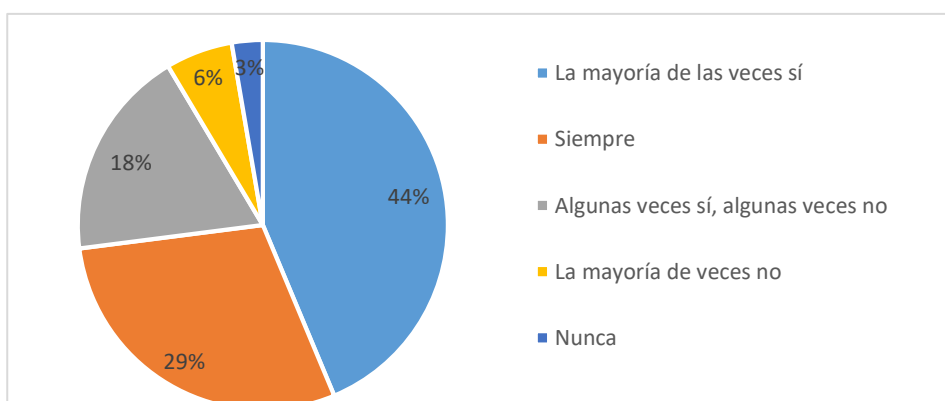
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|-------------|
| La mayoría de las veces sí | 97 | 44% |
| Siempre | 65 | 29% |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 41 | 18% |
| La mayoría de veces no | 13 | 6% |
| Nunca | 6 | 3% |
| Total | 222 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Figura 3 Contenido similar.



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Análisis de resultados: Los datos indican el 91%, la gran mayoría de los encuestados distinguen que TikTok les presenta contenido político relacionado tras búsquedas de un tema vinculado. De este conjunto el 44% indica que sucede la mayoría de veces y el 29% señala que siempre sucede, indicando que el algoritmo de la plataforma se nutre del comportamiento del usuario, manteniéndolo dentro del contenido relacionado.

Solo un 9% opina que esto no ocurre o es ocasional, lo que sugiere que la opinión predominante es que TikTok si monitorea y ajusta el contenido de acuerdo a los motores de búsqueda.

Esto se vincula de forma directa con el fenómeno de las burbujas de filtro donde el usuario se ve expuesto a contenido similares, disminuyendo la capacidad de consumir diversidad de información, aumentando la probabilidad de polarización.

4. ¿Siente que TikTok le encierra en una burbuja y solo está expuesto a puntos de vista políticos similares a los suyos?

Tabla 4

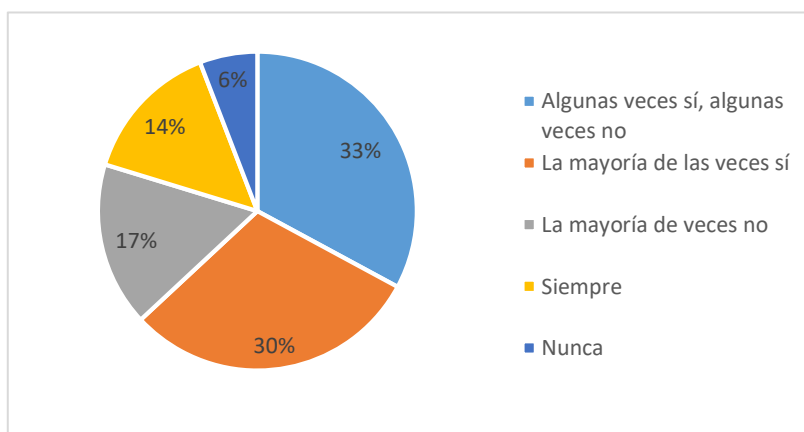
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Algunas veces sí, algunas veces no | 73 | 33% |
| La mayoría de las veces sí | 67 | 30% |
| La mayoría de veces no | 37 | 17% |
| Siempre | 32 | 14% |
| Nunca | 13 | 6% |
| Total | 222 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Figura 4 Puntos de vista similares.



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Análisis de resultados: Los resultados indican que el 77% de los encuestados si consideran que TikTok los mantiene en una “burbuja informativa o de filtro” presentando contenido que principalmente concuerde con sus posturas políticas o creencias propias. Este conglomerado abarca un 14% quienes lo sienten siempre, un 30% la mayoría de veces y un 33% de forma regular.

Evidenciando reconocer por parte de los usuarios, la falta de variedad ideológica en el contenido que obtienen, rasgos característicos de la personalización de contenido.

Por lo tanto, únicamente el 23% de los participantes opina que ocurre a menudo o nunca, dejando en evidencia que solo una minoría del conglomerado percibe mayor diversidad. El estudio respalda la presencia de burbujas de filtro en TikTok facilitando la comprensión de como la personalización algorítmica influye en la polarización ideológica y restringe el acceso de puntos de vista diversos.

5. ¿Ha cambiado de opinión luego de ver videos que TikTok le muestra como sugerencia en el ámbito político?

Tabla 5

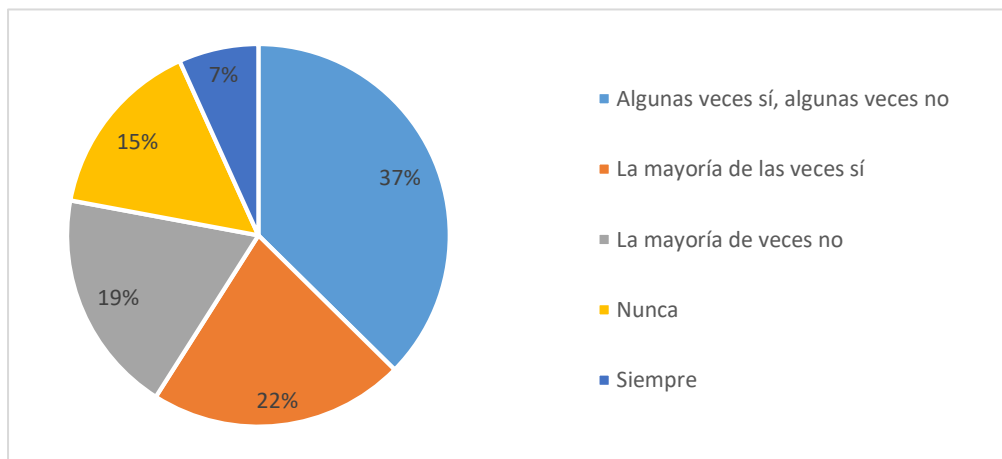
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Algunas veces sí, algunas veces no | 83 | 37% |
| La mayoría de las veces sí | 48 | 22% |
| La mayoría de veces no | 42 | 19% |
| Nunca | 34 | 15% |
| Siempre | 15 | 7% |
| Total | 222 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Figura 5. Cambio de opiniones.



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Análisis de resultados: Es importante destacar que un 60% de los encuestados sostienen a ver cuestionado y rectificado su postura política al menos una vez tras ver videos propuesto por actores políticos en el entorno digital TikTok. Dentro de este grupo el 22% dice que si la mayoría de veces, mientras el 7% afirma cambiar siempre de postura ideológica.

Demostrando el efecto del algoritmo en las convicciones políticas del usuario. Sin embargo, en 34%, expresa que pocas veces o nunca ha modificado su punto de vista, podemos indicar que este grupo, el contenido no ejerce mayor impacto en su posición política.

Dejando en evidencia que se logra demostrar como los algoritmos no solo automatizan contenido en la plataforma sino tiene la capacidad de influir en la percepción activa de opinión o pensamiento crítico de manera significativa en las audiencias, haciendo énfasis en cambios conductuales o cognitivos, toma de decisiones o conductas electorales.

6. ¿Cree que TikTok debe ser más transparente y regulado en cuanto a la selección y presentación de contenido político?

Tabla 6

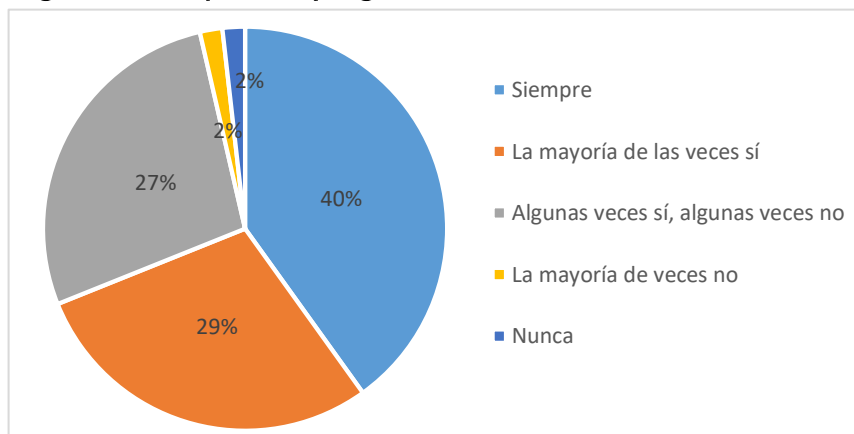
| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|------------|
| Siempre | 89 | 40% |
| La mayoría de las veces sí | 64 | 29% |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 61 | 28% |
| La mayoría de veces no | 4 | 2% |
| Nunca | 4 | 2% |
| Total | 222 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Figura 6 Transparente y regulado.



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Tanya Avila y Darla Figueroa

Fecha: junio 2025

Análisis de resultados: Los hallazgos a esta interrogante evidencian un consenso similar entre los encuestados, referente sobre la importancia de que TikTok sea más transparente y regulado de la forma que muestra contenido político. El 97% de los usuarios sostiene que debería existir cierta regulación o al menos cierta medida, mientras el 40% opina que esto debe suceder siempre y un 29% la mayoría de veces.

Solo un 4% de la muestra considera innecesaria dicha normativa, fortaleciendo la inquietud generalizada del estudio, de cómo estos algoritmos pueden afectar sin control claro en la diversidad del discurso político.

4.2 Análisis cualitativo: Entrevistas

A continuación, se mostrará el análisis cualitativo de acuerdo a las entrevistas realizadas a tres especialistas que tienen conocimiento y perspectivas diversas de acuerdo a las trayectorias académicas y profesionales vinculados con el campo del periodismo, derecho y comunicación digital, permitiendo enriquecer el conocimiento y comprensión sobre el fenómeno explorado.

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guías de preguntas sobre los algoritmos y las burbujas de filtro en TikTok.

Objetivo: Comprender cómo los algoritmos de TikTok generan las burbujas de filtro, a la vez indagar y analizar cómo el sesgo algorítmico influye en la objetividad informativa e impacta al contenido político y limita la diversidad de contenido para el usuario.

Entrevistado: Palacios Quinto Roberto Nahin.

Cargo: Docente de la carrera de Gestión Empresarial y Desarrollo – Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Entrevistada: Murga Tenempaguai Julia Martha.

Cargo: Periodista y docente en Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Facultad de Humanidades.

Entrevistado: Guadarrama Torres Jorge Jair.

Cargo: Investigador Internacional Independiente.

Entrevistadoras: Avila Jaramillo Tanya Marielisa y Figueroa Gonzabay Gleny Darla.

Cuadro 2. Instrumento Entrevista

| Variables | Pregunta | Respuesta única representativa | Observaciones/triangulación | Análisis teórico |
|----------------|---|---|---|--|
| Los algoritmos | ¿Considera usted que el sesgo algorítmico presente en TikTok influye en la segmentación de audiencia? | La plataforma de TikTok está diseñado para mostrar recomendaciones al usuario mediante patrones específicos y segmenta al usuario a través del sesgo de acuerdo a sus intereses. La segmentación refuerza las creencias preexistentes y contribuye a fenómenos de posverdad y por lo consecuente afecta la integridad del Big Data. | Los expertos coinciden en la interpretación que los algoritmos de TikTok tienen una influencia directa en la segmentación y condicionan los contenidos informativos del usuario. | Actualmente el Big Data, el marching learning en conjunto con los algoritmos potencian la capacidad de manipulación a los usuarios de acuerdo al uso de las plataformas digitales, el algoritmo actúa, triangula y valora a través de los datos del usuario, haciendo que este genere mensajes o información que se requiere (Colina, 2023, pág. 8). |
| | ¿Qué opinión tiene sobre la personalización de contenido político que crea el algoritmo en TikTok? | La personalización de contenido tiene un riesgo de encasillar al usuario a una sola postura política limitando al usuario generar otras perspectivas en base a la realidad, la personalización tiene patrones orgánicos mediante interacciones naturales del usuario y no orgánicos generado por las estrategias pagadas. | Se destaca que la personalización que ejerce el algoritmo tienen diversas perspectivas una de ellas es encasillar al usuario sobre una información permite a que se forme, pero a la vez tiene otra parte adversa, al ser encasillados el usuario tiene el riesgo de enfrentar al | La personalización inteligente satisface de manera individual las búsquedas de los usuarios de acuerdo a las demandas de ocio, información y entretenimiento digital, sin embargo, el usuario corre el riesgo de mantenerse a una postura parcial y segada con la escasez de objetividad |

| | | | | |
|---------------------------|---|--|---|---|
| | | | sesgo algorítmico y a la polarización informativa. | informativa (Esteban & Escoda, 2021, pág. 3). |
| | ¿Considera usted que la regulación algorítmica en TikTok debería abordar la evaluación de contenido para garantizar una distribución más equitativa y objetiva? | La implementación de regularización del algoritmo es un campo amplio y complejo, en el entorno digital las empresas privadas multinacionales operan como estados virtuales y es complejo que el gobierno las regularice, pero es de carácter urgente que se genere la alfabetización mediática desde el ámbito académico mediante guías que direccionen al usuario a ser más críticos con las búsquedas en la web. | Los entrevistados coinciden que en el entorno digital al aplicar la regularización algorítmica es de carácter complejo, pero proponen alternativas de implementación que pueden ser desarrolladas en el ámbito académico para obtener una sociedad democrática y crítica. | Los algoritmos juegan un papel fundamental en la vitalización de contenidos priorizando las interacciones del usuario, en el entorno digital existe información engañosa y sesgada, sin embargo, es importante que para contrarrestar estas irregularidades vigentes exista una colaboración entre los gobiernos y plataformas digitales para desarrollar programas de alfabetización y transformar a la sociedad en un público que prevalezca la verdad (Niño, 2024, pág. 20). |
| Burbujas de filtro | | La segmentación algorítmica en la plataforma de TikTok mantiene una contribución directa con las burbujas de filtro, estas tienen la habilidad de | Se explica que en el ciberespacio informativo influyen los bots y trolls, actores que toman relevancia en las burbujas de filtro | La polarización es un caso real en EE.UU. considerando que los afectados son los adultos mayores quienes menos usan internet. Entonces la |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | <p>¿En qué medida esta segmentación contribuye a la creación de burbujas de filtro que limitan la diversidad informativa y fomenta la polarización política en los usuarios?</p> | <p>mostrar contenido similar al usuario, limita perspectivas adversas y alimenta a la polarización, las burbujas mantienen al usuario en un entorno cerrado a la realidad, los bots y trolls son actores encargados alimentar las burbujas programadas para reforzar o manipular las posturas ideológicas.</p> | <p>encaminado a la limitación diversa de contenidos para los usuarios.</p> | <p>polarización no se enfoca exclusivamente a que se ejerza por los algoritmos, sino que se alinea a la edad y hábitos del usuario para mantenerse informado (Guallar & Martínez-Cañadas, 2023, pág. 2).</p> |
| | <p>¿Considera usted que el nivel de engagement, medido a través de reacciones como like, comentarios y compartidos influye en la creación y fortalecimiento de las burbujas de filtro?</p> | <p>A través del engagement se construyen y fortalecen las burbujas, la interacción del usuario se mide de acuerdo a los likes, comentarios, compartidos y tiempo de permanencia en un contenido, una vez ejecutado la sistematización los siguientes días la plataforma mostrará contenido semejante.</p> | <p>Destacan que el engagement es un factor clave que alimenta a las burbujas de filtro de acuerdo a las preferencias de los usuarios.</p> | <p>La plataforma de TikTok en el ámbito político es usada como una herramienta de persuasión, busca influir como los usuarios perciben a los candidatos, se aplica el análisis del engagement en los videos emitidos con el claro objetivo de convencer y captar la atención del usuario (Tinjacá , Sierra , & Gonzáles, 2024, pág. 12).</p> |

Fuente: Entrevistas aplicadas a especialistas sobre el tema de investigación: los algoritmos y burbujas de filtro.

Elaborado por: Avila Jaramillo Tanya Mariela y Figueroa Gonzabay Gleny Darla

Los expertos señalan que los algoritmos en TikTok identifican los patrones de búsquedas y comportamientos del usuario para segmentar el contenido que se emite. De acuerdo a los datos que recopila el big data se ejerce la personalización algorítmica, la personalización es efectiva en base a la búsqueda de los usuarios, pero tiene riesgos en solo mostrar información parcial, el proceso de derivación tiene un tratamiento orgánico (interacción natural) o también no orgánico (estrategias pagadas).

La regulación de los algoritmos en las redes sociales representa un reto significativo, los expertos afirman que son un campo complejo debido a la constante evolución del sistema, se adaptan y modifican el flujo del contenido en la plataforma de TikTok. Sin embargo, para posibles soluciones se destaca que la alfabetización digital es de suma importancia empezando desde el ámbito académico, a la vez, es necesario promover la colaboración de los gobiernos y las plataformas para desarrollar programas de educación digital que permitan la veracidad informativa. A los algoritmos se suma el rol que ejercen los bots y trolls, quienes son agentes que programan y manipulan los contenidos dirigidos al refuerzo de posturas ideológicas y polarización del usuario.

5. DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados de la encuesta

Al analizar los resultados de la encuesta realizada se puede evidenciar que la red social TikTok juega un papel significativo como fuente de información para los usuarios del cantón La Libertad. Se destaca que el 88% de los encuestados indicaron que utilizan la red social TikTok como medio alterno sobre la opinión pública. De esta manera se puede ratificar la transición que existe en la plataforma de un espacio dedicado exclusivamente a lo recreativo a una con peso en el aspecto comunicacional en lo político.

De la misma manera, el 91% de los encuestados afirmaron que luego de buscar un tema político la red social TikTok les enseña contenido similar. De esta manera este comportamiento muestra la existencia de algoritmos de personalización que refuerzan las preferencias que se generan de manera individual. De tal forma que el 77% de los encuestados piensan que la red social TikTok los mantiene en una burbuja de información, en donde les muestra el contenido que coincida con lo que ellos creen, de esta forma se refuerza el sesgo de confirmación y se disminuye la exposición a perspectivas diversas.

Respecto a la transparencia y a la regulación, se puede mencionar que el 97% de los encuestados expresa que debería existir un control mas riguroso de cómo se selecciona y presenta el contenido público en la red social TikTok, en donde se refuerza con este dato la preocupación que existe sobre la opacidad algorítmica y el impacto que se genera en la pluralidad informativa.

5.2 Discusión de resultados de la entrevista

Las entrevistas realizadas a expertos en diversos campos vinculados en la comunicación digital indican, que los algoritmos en la plataforma de TikTok cuentan con el diseño de personalizar el contenido según las interacciones e intereses del usuario, lo que crea y alimenta a las burbujas de filtro.

Así mismo, los expertos entrevistados mencionan una visión crítica y la misma que complementa el análisis cuantitativo. De los resultados se puede mencionar que según los expertos existe una coincidencia en que los algoritmos de la red social TikTok incide de manera directa en la segmentación de la audiencia, en donde se establece una personalización del contenido según los intereses de cada individuo. Cabe indicar que

esta segmentación, aunque se considera eficiente para el usuario, representa riesgos en la disminución de la diversidad informativa, favoreciendo a la formación de burbujas de filtro.

Además, se abordó otro punto respecto a la dificultad para regular los algoritmos, debido a su naturaleza privada de las plataformas y a la rapidez con que evolucionan los sistemas. De esta forma, los expertos expresaron de manera coincidente que se necesita de manera urgente incentivar la alfabetización digital desde el ámbito académico, de tal manera que se pueda empoderar al usuario identificando sesgos, manipulando la información y posverdad.

6. CONCLUSIONES

- El presente trabajo de investigación pone en evidencia que la red social TikTok funciona mediante un sistema de personalización algorítmica que es muy sensible al comportamiento del usuario, en donde se condiciona la distribución del contenido político. En el cantón La Libertad, se establece que esta dinámica ha generado una plataforma en donde el contenido no se ofrece de manera neutral, sino que se ajusta a los intereses de las ideas previas que tiene cada usuario, en donde se consolida la red como una fuente primaria de información política en diversos grupos de edad.
- Se concluye que la personalización algorítmica de la red social TikTok no solo distribuye el contenido de manera preferente, sino que también refuerza patrones de consumo según la ideología de los usuarios, creando burbujas de filtro que aíslan a los usuarios de las opiniones contrarias. En el cantón La Libertad, estas burbujas afecta a la pluralidad informativa e incentivan una percepción parcial de los contenidos con temas políticos, de manera especial en los jóvenes.
- En el trabajo de investigación se evidencia un alto nivel de opacidad en el funcionamiento de la red social TikTok en donde la mayor parte de los usuarios desconoce como se organiza el contenido que reciben, dejándolos más vulnerables a la manipulación de la información y a la desinformación. La escasa transparencia incide de manera directa en cómo se construyen las percepciones políticas y las decisiones de los ciudadanos, debilitando la deliberación democrática local.

7. RECOMENDACIONES

- En base a las conclusiones presentadas se recomienda desarrollar campañas de alfabetización digital, para que se promueva desde las instituciones de educación y organizaciones sociales establecidas en el cantón, la enseñanza a los ciudadanos de cómo reconocer el funcionamiento de los algoritmos y cómo estos afectan al consumo de la información, permitiendo variar las fuentes y así mismo evitar la sobre exposición a un contenido sesgado.
- Se recomienda implementar estrategias desde las autoridades locales y centros de educación superior que se fomente el pensamiento crítico y la exposición en diferentes puntos de vista. Así mismo, la incorporación en los contenidos curriculares que estén relacionados con el análisis crítico de las redes sociales y el efecto que estas tienen sobre la opinión pública.
- Se recomienda promover reformas legales que exijan incrementar la transparencia en los algoritmos en las plataformas digitales. De la misma manera, se recomienda desarrollo de observatorios ciudadanos que ayuden a monitorear el comportamiento de las plataformas, de manera especial en épocas electorales en donde permite proteger la integridad del debate público.

REFERENCIAS

(s.f.).

Barbas Coslado, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación* , 157-175.

Alonso, S., & Torres, A. (2023). La burbuja de filtros en España. Una comprobación empírica en Facebook e Instagram. *Observatorio*, 17(1), 19-37.
doi:10.15847/obsOBS17120232075

Arizabaleta Dominguez, S. L., & Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.

Azurmendi, A. (2014). *Derecho de autodeterminación informativa y el Derecho al Olvido: La Generación "Google" del Derecho a la vida privada*. Obtenido de Universidad de Navarra: <https://hdl.handle.net/10171/36435>

Ballesteros Heredia, C. A. (2018). El índice de engagement en redes sociales, una medición emergente en la Comunicación académica y organizacional. *Editorial Razón y palabra*, 96-124.

Benítez Eyzaguirre, L. (2019). Ética y transparencia para la detección de sesgos algorítmicos de géneros. *Estudios sobre el mensaje periodístico* , 1307-1320.

Bordonaba Plou, D. (2020). OS PELIGROS DE LAS CÁMARAS DE ECO. NOTA CRÍTICA DE #REPUBLIC: DIVIDED DEMOCRACY IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA. *ÉNDOXA*, 249–260 .
doi:<https://doi.org/10.5944/endoxa.45.2020.22850>

Bruns, A. (2022). El Filtro Burbuja. *Revista Latinoamericana de Economía y Sociedad Digital*, 18. doi:10.53857/NDHQ9707

Cabezas Mejía , D., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaría, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* . Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

CÁNOVAS, S. (2023). *Numinis Revista de Filosofía*.
doi:<https://www.numinisrevista.com/2023/05/camaras-de-eco.html>

Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Epidem. Met. Prev*, 3-7.

Colina, C. (2023). Manipulación algorítmica y sesgo psicosocial en redes sociales. *Temas de Comunicación*(46), 6-26.

Constitución de la República del Ecuador [Const]´+{ñ. (s.f.).

Constitución de la República del Ecuador 2008 [Const]. (2008). *Artículo 16*. Obtenido de <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/constitucion-republica-ecuador>

del Pueblo, E. D. (2024). *Algoritmos públicos y transparencia algorítmica en Ecuador 2024*. Obtenido de <https://repositorio.dpe.gob.ec/handle/39000/3659>

- Esteban, L. M., & Escoda, A. (2021). Democracia y digitalización: implicaciones éticas de la IA en la personalización de contenidos a través de interfaces de voz. *Recerca: revista de pensament i analisi*, 2(26), 1-24. doi:<https://doi.org/10.6035/recerca.4666>
- Faliero, J. C. (2021). Limitar la dependencia algorítmica. Impactos de la inteligencia artificial y sesgos algorítmicos. *Nueva Sociedad*, 120-129.
- Fernando González Luna, Dolores Gutiérrez Rico. (2015). *Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior*. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.
- Flasiński, K. (2023). Metodología en la era de los algoritmos. *Communication & Methods*, 5(1), 5-8. doi:<https://doi.org/10.35951/v5i1.192>
- Flores Vivar, J. (2018). Algoritmos, aplicaciones y Big data, nuevos paradigmas en el proceso de comunicación y de enseñanza-aprendizaje del periodismo de datos. *Revista de Comunicación*, 17(2), 268-291. doi:<http://dx.doi.org/10.26441/RC17.2-2018-A12>.
- Folgueiras Bertomeu, P. (2016). La entrevista. *Tepósit Digital de la Universitat de Barcelona*, 1-11.
- Frías-Castillo, A., & Rey-Martín, C. (2008). “Los servicios personalizados de información de actualidad: estudio de usuarios del periódico Avui.cat”. *El profesional de la información*, 437-442. doi:10.3145/epi.2008.jul.11
- Friedman y Nissenbaum . (2022). El sesgo algorítmico y el enfoque del diseño sensible al valor. . *Revista Latinoamericana de Economía Y Sociedad Digital*. doi: 10.53857/TZVN9229
- García Orosa, B., Canavilhas, J., & Vázquez Herrero, J. (2023). Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura. *Comunicar*, XXXI(74), 9-21. doi:<https://doi.org/10.3916/C74-2023-01>
- Gendler, M. A. (2019). Personalización algorítmica y apropiación social de tecnologías. Desafíos y problemáticas. *Repositorio Institucional CONICET Digital*, 299-317.
- Gonzabay , J. R., & Orrala, J. D. (10 de Enero de 2025). *Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2025*. Obtenido de La desinformación en la plataforma Tik Tok y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12489>
- Gonzabay, K. X. (27 de Marzo de 2025). *Contenido informativo y la persuasión del mensaje de los influencers en Tik Tok*. Obtenido de Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2025: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/13433>

- Guallar, J., & Martínez-Cañadas, E. (2023). Filtros burbuja y gestión personal de los algoritmos. *Anuario ThinkEPI*, 17, 1-5.
doi:<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a10>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández Duarte, F. D., & Bermúdez Garnica, E. C. (2023). Segregación digital en Bogotá: una revisión a la infraestructura de las TIC para el acceso a internet. *Revista Ciudades, Estados y Política*, 95-112.
- Hernández-Sampieri, R & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., & Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. *Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión*. 9(5), 49-64. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Herrera-Ortiz, J. P.-A.-V.-M. (2024). LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN: RECORRIDO Y PERSPECTIVAS. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 278-296.
doi:<http://www.doi.org/10.36390/telos261.18>
- Incheon. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos*. República de Corea: UNESCO.
- Janet Camilo. (2020). *Plan Nacional de igualdad y equidad de género*. República Dominicana: PLANEG III.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. La Cultura de la convergencia en los medios de comunicación . *PAIDÓS*, 1-34.
- Julca, L. (2024). El filtro burbuja y el derecho a la información en la web. *Desde el Sur*, 45. doi:10.21142/DES-1601-2024-0017
- La buruja de filtros en España. Una comprobación empírica en Facebook e Instagram. (s.f.).
- Lancho Bances, C., & Azurmendi, A. (31 de 07 de 2023). Gobernanza algorítmica en la opinión pública: un estudio metodológico sobre la percepción de los refugiados. *Miguel Hernández Communication Journal*, 14(2)(19 (230)), 449 - 469.
doi:10.21134/mhjournal.v14i.1986
- Lemos, A., & Pastor, L. (2020). Experiência algorítmica: ação e prática de dado na plataforma Instagram. *Contracampo, Niterói*, 132-146.

- Ley Orgánica de Comunicación. (27 de Junio de 2024). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Ley%20de%20Comunicaci%C3%B3n%20actualizada.pdf>
- LLAMAS, J. M. (2022). ENFOQUES REGULATORIOS PARA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA). *Revista chilena de derecho*, 31-62. doi:<https://dx.doi.org/10.7764/r.493.2>
- López Julca, R., Julca Guerrero, F., Nivin Vargas, L., Allauca Castillo, W., Robles Trejo, L., & Robles Blacido, E. (2024). El filtro burbuja y el derecho a la información en la web. *Desde el Sur*, 1–21.
- Martín, J. R. (2004). Población de estudio y muestreo en la investigación epidemiológica. *Nure investigación*(10).
- Monge Vera, M. M. (2024). Personalización del proceso de aprendizaje mediante inteligencia . . *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* , 772 – 785. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2076>
- Monica Fernandes, E. (2021). El problema de la heteroformación de la identidad digital: fundamentos del principio de autodeterminación informativa. *Revista Confluências. Niterói: Universidade Federal Fluminense*, 118-143.
- Monteiro , R., & Narvaja , H. V. (2022). La polarización en las redes sociales: actores,. *TEMAS Y PROBLEMAS*, 52-62.
- Monteiro, R. (2022). La Polarización en el Facebook. *Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM*, 1-17.
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Naciones Unidas . (2015). *Declaración Universal de Derechos Humanos*.
- Niño, M. (2024). Estrategias Efectivas en Programas de Alfabetización Mediática contra la Desinformación Digital . *Journal of Digital Media & Interaction*, 7(17), 19-36. doi: 10.34624/jdmi.v7i17.38014
- Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad y Cultural* . Obtenido de <https://www.unesco.org/es/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>
- Pauner Chulvi, C. (2023). Transparencia algorítmica en los medios de comunicación y las plataformas digitales. *Revista Española de la Transparencia*, 107-136.
- Pauner Chulvi, C. (2023). Transparencia algorítmica en los medios de comunicación y las plataformas digitales. *Revista Española De La Transparencia*, 107-136. doi:<https://doi.org/10.51915/ret.308>

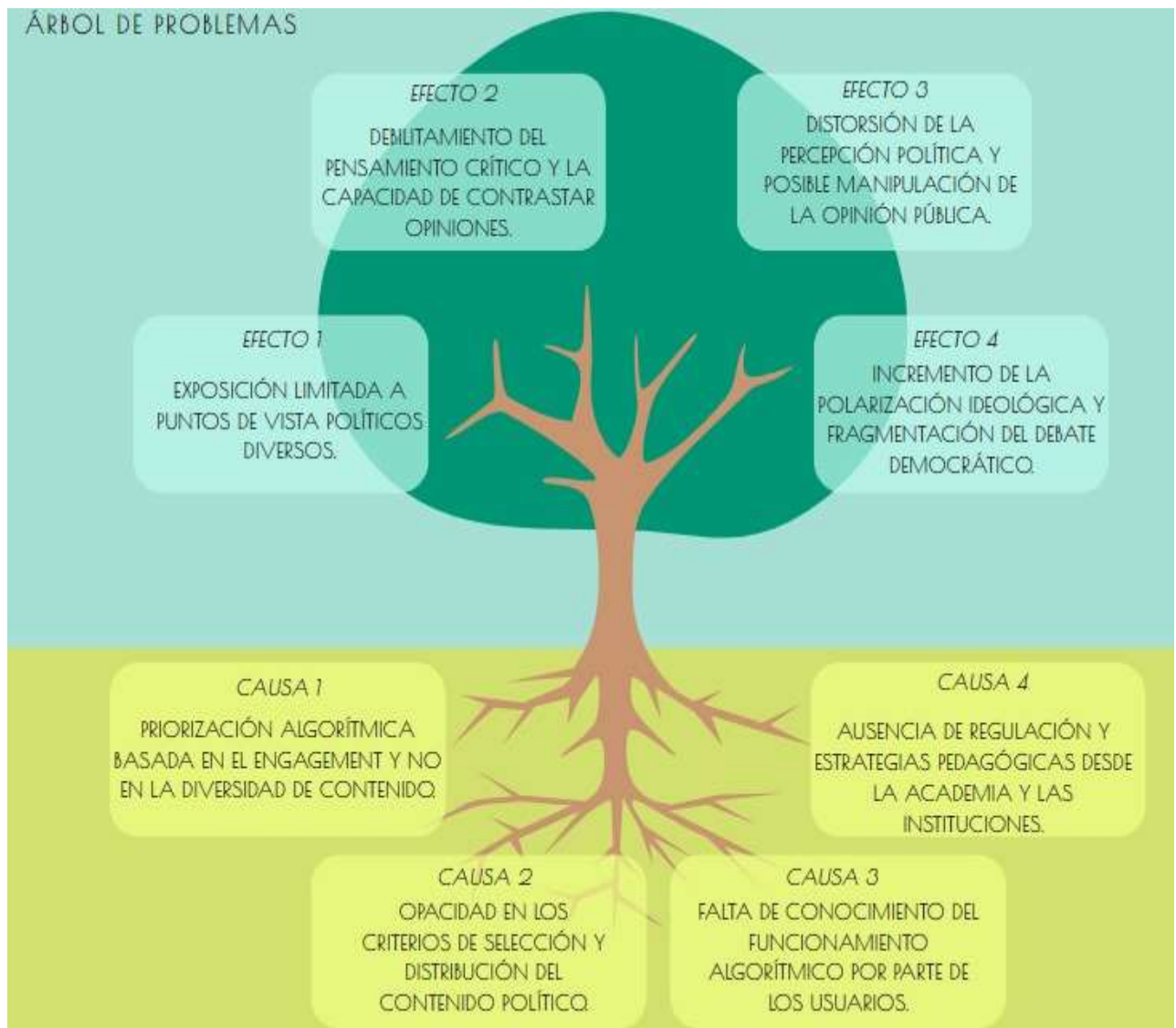
- Quezada, M. C. (2021). Desarrollo de instrumentos de evaluación: pautas de observación. 4.
- Ramírez , M. I. (19 de Julio de 2023). *Comunicación política y la influencia en la opinión pública de la comunidad de TikTok*. Obtenido de Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena:
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9793>
- Rigo, M. N. (2016). Convergencia mediática: nuevas formas de pensar a los medios de comunicación . *Creative Commons*, 1-6.
- Rivero Pino R. (2021). *Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa*. Santa Elena.
- Rivero Pino, Ramón. (2021). *Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Rizo, M., & Romeo, V. (2006). Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales. *E-Compas*, 1-19. doi:<https://doi.org/10.30962/ec.85>
- Rossi, A. (2018). ¿Burbujas de filtro? Hacia una fenomenología algorítmica. *INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN*, 263-281.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, DF: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sánchez Acevedo, M. E. (2023). Regulación de algoritmos y sistemas de IA para la . *Via Inveniendi Et Iudicandi*, 73-104. .
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Simon, J., Wong , P.-H., & Rieder, G. (2022). El sesgo algorítmico y el enfoque del diseño sensible al valor. *Revista Latinoamericana de Economía y Sociedad Digital*, 1-18.
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Suárez, M. O. (2011). *Cálculo del tamaño de la muestra*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte:
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/765>
- Sued, G. E. (2022). Culturas algorítmicas: conceptos y métodos para su estudio social. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*(246), 43-73.
doi:<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.246.78422>

- Suntaxi Andrade, M., Bernabé Borbor, S. P., & Molina Benavides, L. (2025). Habilidades y estrategias para el posicionamiento de marca en la plataforma TikTok durante la segunda vuelta electoral en Ecuador. *Ñawi*, 9(1). doi:<https://doi.org/10.37785/nw.v9n1.a10>
- Tinjacá , J., Sierra , H., & Gonzáles, C. (2024). Emociones políticas y narrativas prototípicas: TikTok en las campañas políticas, estudio de caso. *Revista Latina de Comunicación Social*(82), 1-28. doi:<https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2234>
- Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. doi:<http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Túñez López, M. ((2021).). Tendencias e impacto de la inteligencia artificial en comunicación: cobotización, gig economy, co-creación y gobernanza. *Fonseca, Journal of Communication*, . doi:<https://doi.org/10.14201/fjc-v22-25766>
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Vasquez Malave, D. G. (27 de Marzo de 2025). *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*. Obtenido de Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/13430>
- Vega-Malagón, G., Ávila-Morales , J., Vega-Malagón, A., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A., & E. Leo-Amador, G. (Mayo de 2014). PARADIGMAS EN LA INVESTIGACIÓN. ENFOQUE CUANTITATIVO Y CUALITATIVO. *European Scientific Journal*, 523-528.
- Vergareche Rubio, S. (abril de 2019). *Retorica y engagement en redes* . Obtenido de Repositorio comillas: <http://hdl.handle.net/11531/27290>
- Vidal Díaz, D. (2009). Eficacia de las encuestas por Internet:. *Universidad Pública de Navarra (España)*, 50-79.
- Winques, K. (2024). Mapa de las Mediaciones Algorítmicas: Pistas para entrever los usos sociales de las tecnologías digitales. *Revista Latinoamericana de Comunicación*(15), 87-104.

ANEXOS

Anexo 1

Árbol del problema



Anexo 2

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario – Escala de Likert

Tema: Los algoritmos y las burbujas de filtro en TikTok: análisis de contenido político en el cantón La Libertad.

Objetivo General: Analizar las percepciones que tienen los usuarios del cantón La Libertad sobre el efecto de los algoritmos en la creación de burbujas de filtro en la plataforma TikTok, e identificar cómo afectan en la polarización política.

Escala: Siempre (1), la mayoría de las veces sí (2), algunas veces sí, algunas veces no (3), la mayoría de veces no (4), nunca (5)

| Variable independiente: Los algoritmos | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ¿Con qué frecuencia utiliza TikTok para informarse sobre noticias o temas políticos? | | | | | |
| 2 | ¿Crees usted que TikTok le sugiere videos sobre temas políticos de acuerdo con su edad, género y ubicación geográfica? | | | | | |
| 3 | ¿Cree usted que al buscar información sobre un tema político, los siguientes días la plataforma le enviará contenido similar? | | | | | |
| 4 | ¿Ha cambiado de opinión luego de ver videos que TikTok le muestra como sugerencia en el ámbito político? | | | | | |
| 5 | ¿Cree que TikTok debe ser más transparente y regulado en cuanto a la selección y presentación de contenido político? | | | | | |
| Variable dependiente: Burbujas de filtro | | | | | | |
| 1 | ¿Siente que TikTok le encierra en una burbuja y solo está expuesto a puntos de vista político similares a los suyos? | | | | | |



Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade, Mgtr.

Juez Experto

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

| | |
|----------------|--|
| TÍTULO: | Los algoritmos y las burbujas de filtro en TikTok: Un análisis de contenido político del cantón La Libertad. |
| AUTOR: | Avila Jaramillo Tanya Marielisa y Figueroa Gonzabay Gleny Darla |

| VARIABLE | DIMENSIÓN | INDICADOR | ITEMS | OPCIÓN DE RESPUESTA | | | | | | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | | OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN |
|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|--|---------------------|----------------------------|------------------------------------|------------------------|-------|----------------------|-------------------------|-----------------------|----|-------------------|----|-----------------------------|----|--|-------------------------------|
| | | | | Siempre | La mayoría de las veces sí | Algunas veces sí, algunas veces no | La mayoría de veces no | Nunca | Relación entre: | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | VARIABLE Y DIMENSIÓN | | DIMENSIÓN E INDICADOR | | INDICADOR E ITEMS | | ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA | | | |
| | | | | | | | | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | | |
| Independiente: Los algoritmos | Sesgo algorítmico | Contenido automatizado | ¿Crees usted que TikTok le sugiere videos sobre temas políticos de acuerdo con su edad, género y ubicación geográfica? | | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| | Personalización de contenido | Interacción usuario-servicio | ¿Con qué frecuencia utiliza TikTok para informarse sobre noticias o temas políticos? | | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| | Transparencia algorítmica | Existencia de políticas | ¿Cree que TikTok debe ser más transparente y regulado en cuanto a la selección y presentación | | | | | | X | | X | | X | | X | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|------------------------|-----------------------------|---|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|--|
| | | de contenido político? | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Autonomía informativa | Operación algorítmica | ¿Ha cambiado de opinión luego de ver videos que TikTok le muestra como sugerencia en el ámbito político? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| | Convergencia mediática | Integración multiplataforma | ¿Cree usted qué al buscar información sobre un tema político, los siguientes días la plataforma le enviará contenido similar? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| Variable dependiente | Cámara de eco | Creencias | ¿Siente que TikTok le encierra en una burbuja y solo está expuesto a puntos de vista político similares a los suyos? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| | Interconexiones | Vinculación con seguidores | ¿Cree usted qué al buscar información sobre un tema político, los siguientes días la plataforma le enviará contenido similar? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|---------------------------------|---|--|--|--|--|--|--|---|--|---|--|--|---|--|---|--|
| Engagement | Reacciones/participación activa | ¿Cree usted que al buscar información sobre un tema político, los siguientes días la plataforma le enviará contenido similar? | | | | | | | X | | X | | | X | | X | |
| Segregación de información | Fuentes del usuario | ¿Con qué frecuencia utiliza TikTok para informarse sobre noticias o temas políticos? | | | | | | | X | | X | | | X | | X | |
| Polarización | Postura entre grupos | ¿Siente que TikTok le encierra en una burbuja y solo está expuesto a puntos de vista político similares a los suyos? | | | | | | | X | | X | | | X | | X | |

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade, Mgtr.

Juez Experto

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO


Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

| Indicadores | Criterios | Deficiente | | | | Regular | | | | Buena | | | | Muy Buena | | | | Excelente | | | | OBSERVACIONES |
|------------------------|--|------------|----|----|----|---------|----|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 - 20 | | | | 21 - 40 | | | | 41 - 60 | | | | 61 - 80 | | | | 81 - 100 | | | | |
| ASPECTOS DE VALIDACIÓN | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 1. Claridad | Esta formulado con un lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Objetividad | Expresa conductas observables | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Actualidad | Adecuado al enfoque teórico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Organización | Organización lógica entre sus ítems | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Suficiencia | Comprende los aspectos necesarios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. Intencionalidad | Valorar las dimensiones del tema | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 7. Consistencia | Basado en aspectos teóricos-científicos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. Coherencia | Relación en variables e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. Metodología | Adecuada y responde a la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación:

| | |
|---|--|
| Promedio | 100 * 9/9*= 100 |
| Juez experto | Period. Martha Suintaxi Andrade, Mgtr |
| C.I | 0915060677 |
| E-mail | msuintaxi@upse.edu.ec |
|  FIRMA | |

La Libertad 19 de mayo del 2025

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

| DATOS DEL ESTUDIANTE | | |
|--|--|---------------------|
| Apellidos y nombres: Avila Jaramillo Tanya Marielisa Figueroa Gonzabay Gleny Darla | | |
| TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN | | |
| Los algoritmos y las burbujas de filtro en TikTok: Un análisis de contenido político del cantón La Libertad. | | |
| DATOS DEL INSTRUMENTO | | |
| Nombre Del Instrumento: | Cuestionario | |
| Objetivo: | Analizar las percepciones que tienen los usuarios del cantón La Libertad sobre el efecto de los algoritmos en la creación de burbujas de filtro en la plataforma TikTok, e identificar cómo afectan en la polarización política. | |
| Dirigido a: | Usuarios del cantón La Libertad | |
| JUEZ EXPERTO | | |
| Apellidos y nombres: | Martha Yesenia Sntaxi Andrade | |
| Documento de identidad: | 0915060677 | |
| Grado académico: | Periodista Profesional | |
| Especialidad: | Mención Cultura | |
| Experiencia profesional (años): | 14 años | |
| JUICIO DE APLICABILIDAD | | |
| Aplicable | Aplicable después de Corregir | No aplicable |
| | X | |
| Sugerencia: | | |

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lcda. Martha Yesenia Sntaxi Andrade, Mgtr.

Juez Experto

Anexo 4

Resultados de entrevistados

Entrevistado 1

| Apellidos y nombres | | Palacios Quinto Roberto Nahin | |
|---------------------|---|--|--|
| Cargo | | Docente de la carrera de Gestión Empresarial y Desarrollo - Universidad Estatal Península de Santa Elena | |
| Especialidad | | Magister en Constitucionalismo Contemporáneo y Gobernanza Local/Magister en Derecho | |
| Entrevistador | | Avila Jaramillo Tanya Marielisa y Figueroa Gonzabay Gleny Darla | |
| Fecha | | Junio 2025 | |
| Variable | Pregunta | Respuesta | Observación del investigador |
| Los algoritmos | ¿Considera usted que el sesgo algorítmico presente en TikTok influye en la segmentación de audiencia? | “Necesariamente los algoritmos no repercuten en las decisiones o limitan los criterios en diversas opiniones políticas, sin embargo, no es menos cierto que los usuarios no están en la capacidad suficiente para poder saber lo que necesita, que puede tener en la web o qué buscar y se dejan llevar por el barómetro que tienen las plataformas digitales, encaminando al usuario a tendencias y genera un juicio de opinión con una postura sesgada vulnerando el derecho a la diversificación de información”. | Explica la función que tienen los algoritmos y reconoce que este fenómeno puede condicionar en las decisiones del usuario. |
| | ¿Qué opinión tiene sobre la personalización de contenido político que crea el algoritmo en TikTok? | “Me gusta la manera que el algoritmo encasilla al usuario porque ayuda a que se forme, antes no teníamos aquello. Entonces cuando tenemos un direccionamiento en redes, permite al electorado tener una convicción plena de sus intereses | Manifiesta la visión dual que cumple el algoritmo en la personalización en el que consiste en informar al usuario, pero |

| | | | |
|--------------------|---|--|---|
| | | obteniendo un criterio mejor formado. Pero considero que debemos desarrollar hasta qué punto podemos dejarnos llevar por el mar de ideas que nos da TikTok”. | también encasillar sus decisiones políticas. |
| | ¿Considera usted que la regulación algorítmica en TikTok debería abordar la evaluación de contenido para garantizar una distribución más equitativa y objetiva? | “El espacio cibernético donde trabajan las redes sociales son comunidades virtuales de personas, entonces son las empresas que venden el servicio y nosotros somos la comunidad virtual, es como un mini estado virtual y no se puede regular porque no le pertenece a nadie, es de todos y todas, es por aquello que debe existir información equitativa. La regulación en Ecuador es escasa o prácticamente no hay, pero se debe tomar en consideración y regularse mediante un proyecto de Ley urgente a la Asamblea Nacional con la finalidad que se proyecten bajo estas perspectivas, considerando que la información no es equitativa, pero al regularse es probable que el usuario obtenga raciocinio suficiente para buscar alternativas a sus búsquedas tradicionales cambiando el sesgo de internet”. | Plantea la necesidad de implementar la regulación, aunque reconoce que por tratarse de una plataforma digital es complejo su aplicabilidad. |
| Burbujas de filtro | ¿En qué medida esta segmentación contribuye a la creación de burbujas de | “La segmentación de información contribuye en las burbujas de filtro al proporcionar al usuario contenido similar o repetitivo, esta situación imposibilita la posibilidad de tener ideas | Explica que la segmentación y la exposición reiterativa del contenido es estar inmerso en |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | <p>filtro que limitan la diversidad informativa y fomenta la polarización política en los usuarios?</p> | <p>diferentes y claro aumenta la polarización”</p> | <p>una burbuja de filtro limitando la diversidad informativa.</p> |
| | <p>¿Considera usted que el nivel de engagement, medido a través de reacciones como like, comentarios y compartidos influye en la creación y fortalecimiento de las burbujas de filtro?</p> | <p>“Existen grandes poderíos económicos, mientras más likes, comparta o comente temas relacionados a un perfil político, lastimosamente se estará bombardeado de contenido similar por el cual se mantendrá alineado a ese perfil obteniendo resultados esperados o no esperados, pero nosotros tenemos el poder de cambiar nuestras búsquedas y por ende el contenido cambia”.</p> | <p>Especifica que la interacción del usuario hacia un contenido genera una intensificación en las burbujas de filtros a través del algoritmo.</p> |

Entrevistado 2

| Apellidos y nombres | | Murga Tenempaguai Julia Martha | |
|---------------------|---|--|--|
| Cargo | | Periodista y docente en Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Facultad de Humanidades | |
| Especialidad | | Periodista Profesional Mención Cultura/ Licenciada en Comunicación Social/ Magister en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional | |
| Entrevistador | | Avila Jaramillo Tanya Marielisa y Figueroa Gonzabay Gleny Darla | |
| Fecha | | Junio 2025 | |
| Variable | Pregunta | Respuesta | Observación del investigador |
| Los algoritmos | ¿Considera usted que el sesgo algorítmico presente en TikTok influye en la segmentación de audiencia? | “Si, por supuesto de hecho, el algoritmo de TikTok esta generado y creado específicamente para eso, la plataforma es multinacional China. El algoritmo no está ya predeterminado, se entrena porque es un marching learning, y que finalmente el usuario lo está entrenando, al decir que el usuario lo entrena sonaría bien porque es el usuario que entra con sus intereses, pero resulta que es interesante como lo está entrenando, pero con un método que si esta predefinido, es una situación súper interesante, que justamente la comunicación digital las está permitiendo y no solamente TikTok, sino otras redes sociales. En TikTok es una de las más precisas en objetivo de poder generar sesgo algorítmico dentro de la medida de lo que es segmentación como | Afirma la influencia del algoritmo en la segmentación de información en la plataforma de TikTok, a la vez destaca que el marchine learning es direccionada por los algoritmos. |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | | tal el sesgo presente en la plataforma”. | |
| | ¿Qué opinión tiene sobre la personalización de contenido político que crea el algoritmo en TikTok? | “Primero se está regalando la información porque el algoritmo en su segundo plano está revisando cuales son las informaciones de interés, cuánto tiempo se queda en un video, sobre qué tema, cuanto es la edad a determinado contenido y desde otro punto nos está cegando, solo vemos contenidos similares y no diferentes realidades. Es un fenómeno que está emergiendo a tal punto que la navegación a internet donde registramos nuestros datos y los navegadores lo almacenan en la web, hace que todo se recopile creando las burbujas y es lógicamente donde el algoritmo actúa de primeras instancias”. | Destaca que en la plataforma de TikTok se genera un patrón y este depende de los intereses del usuario enfocando solo una parte de la realidad. |
| | ¿Considera usted que la regulación algorítmica en TikTok debería abordar la evaluación de contenido para garantizar una distribución más equitativa y objetiva? | “Aunque el algoritmo no se puede regular como tal, mis recomendaciones generar una guía de pronto de recomendaciones y capacitar y hacer que el usuario se vuelva más maduro al momento de usar este tipo de herramientas. Desde la academia se debe educar, crear guías y decirle a las personas mira controla tú mismo porque la evaluación no va a venir desde la plataforma, el gobierno y llega pues demoraría mucho que se aplique algún tipo de regulación, porque mientras se crea una ley | Explica que regular al algoritmo toma un lapso de tiempo desde el gobierno, sin embargo, recomienda posibles soluciones desde su perspectiva. |

| | | | |
|--------------------|---|--|---|
| | | demoraría años y años y este fenómeno continua recogiendo y recolectando datos, entonces las personas deben estar preparadas de manera más crítica por una información, entonces una de las recomendaciones es disparar y distraer o confundir a la plataforma”. | |
| Burbujas de filtro | ¿En qué medida esta segmentación contribuye a la creación de burbujas de filtro que limitan la diversidad informativa y fomenta la polarización política en los usuarios? | “Obviamente las burbujas de filtro son las que limitan la diversidad de información o fomentan en este caso la polarización política en los usuarios. El algoritmo está diseñado para crear justamente las burbujas, manteniendo al usuario concentrado en un tipo de contenido determinado, estas plataformas recolectan los datos personales”. | Menciona que los algoritmos crean las manteniendo al usuario en criterios semejantes, a la vez expone la preocupación de que los datos a futuro sean explotados con fines de lucros económicos. |
| | ¿Considera usted que el nivel de engagement, medido a través de reacciones como like, comentarios y compartidos influye en la creación y fortalecimiento de las burbujas de filtro? | “El algoritmo está creando un patrón de mi como usuario de todo tipo de contenido. El tiempo de consumo en la plataforma y la interacción que se realiza dentro de ella. En el entorno digital, los usuarios almacenan información a través de la web, estas refuerzan los patrones y consolidan las burbujas”. | Afirma que el engagement es parte del monitoreo de los algoritmos para determinar que información emitir al usuario. |

Entrevistado 3

| Apellidos y nombres | | Guadarrama Torres Jorge Jair | |
|---------------------|---|---|---|
| Cargo | | Investigador Internacional Independiente | |
| Especialidad | | Licenciado en Ciencias de la Comunicación/ Maestro en alta Dirección de Gobiernos y Políticas Públicas | |
| Entrevistador | | Avila Jaramillo Tanya Marielisa y Figueroa Gonzabay Gleny Darla | |
| Fecha | | Junio 2025 | |
| Variable | Pregunta | Respuesta | Observación del investigador |
| Los algoritmos | ¿Considera usted que el sesgo algorítmico presente en TikTok influye en la segmentación de audiencia? | Últimamente la plataforma de TikTok tiene más relevancia que otras plataformas entonces sí, pero se debe analizar lo siguiente: si el algoritmo es obligado es una fake news y no es obligada a ser falsa, al principio es algo bueno, pero luego se vuelve falso, entonces el indicador va afectar dependiendo a como gira o se mueve la noticia. Entonces si se requiere que TikTok afecte al Big Data solo se trata de una cuestión cualitativa. El usuario tiene la habilidad de cambiar el algoritmo del escroleo, lastimosamente desde que se abre la plataforma me da opciones a elegir sea deportes, cocina y entre otros, es ahí donde aumenta la fórmula de la post-verdad. | Se afirma que TikTok influye en la segmentación a la vez esto se da al integrar elementos de posverdad. Las noticias suelen tener carácter real y luego transformarse logrando afectar al Big Data. |
| | ¿Qué opinión tiene sobre la personalización de contenido político que crea el | La personalización puede ser desde el campo orgánico desde un hashtag, esta temática se vuelve llamativo, al pagar estas instancias se vuelve no orgánico. En el ámbito político el algoritmo | Menciona que la personalización algorítmica se manifiesta en dos ámbitos: |

| | | | |
|--------------------|---|--|--|
| | algoritmo en TikTok? | me vende dos caras atacar o favorecer a un candidato. | orgánicas y no orgánicas. |
| | ¿Considera usted que la regulación algorítmica en TikTok debería abordar la evaluación de contenido para garantizar una distribución más equitativa y objetiva? | Para regularizar el algoritmo no estas peleando con el gobierno y ni con el ciudadano, se está peleando con la empresa creadora. Se debería analizar estas situaciones que se debe legislar, se debe trabajar en las instituciones de forma interna en provincias o cantones pequeños para así analizar las pruebas y error. | Manifiesta que la regularización algorítmica es amplia y difícil ejecutarla, a la vez pone en consideración el análisis de los contenidos. |
| Burbujas de filtro | ¿En qué medida esta segmentación contribuye a la creación de burbujas de filtro que limitan la diversidad informativa y fomenta la polarización política en los usuarios? | El troll, hater o el bots, están beneficiando específicamente a quien, aquella acción no es orgánica. | Explica que los bots o trolls distorsionan la información |
| | ¿Considera usted que el nivel de engagement, medido a través de reacciones como like, comentarios y compartidos influye en la | La interacción influye en la intencionalidad de acuerdo a los comentarios. Los usuarios no leen porque no se enfocan a la cuestión de conocimientos, actualmente acuden a la inteligencia artificial por preguntas y respuestas básicas. | Vincula el engagement con la intencionalidad del contenido, las interacciones determinan lo que muestra y no el algoritmo. |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | creación y fortalecimiento de las burbujas de filtro? | | |
|--|---|--|--|

Anexo 5

ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN I:

Tema: Presentación de tutorías y Revisión y sugerencia

Tiempo: 11:45–12:45

Modalidad: Presencial – Grupal

Total, De Estudiantes: 5



ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN II:

Tema: Planteamiento del problema

Tiempo: 16:20-16:50

Modalidad: Virtual/individual

Total, De Estudiantes: 2

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Antecedentes del problema de investigación.

El algoritmo de recomendación de contenido, en países como Noruega y Brasil, el fenómeno del algoritmo ha sido estudiado por el considerable impacto de la influencia que tienen en las audiencias de contenidos digitales, dado que este mecanismo moldea desde la forma en que se consume la información, la personalización del contenido, entre otros. Según García et al. (2023) afirma:

Los algoritmos se han transformado en protagonistas claves en ámbitos culturales, sociales, políticos y económicos. Persuaden en la toma de decisiones guiadas de los usuarios en entornos digitales, sus modelos matemáticos y de base de datos que funcionan con cierto grado de opacidad (pág. 10).

El autor señala, que estos, no solo son tomados como instrumentos tecnológicos, a su vez

ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN III:

Tema: Marco Teórico y Conceptual

Tiempo: 10:05-10:35

Modalidad: Presencial/ individual

Total, De Estudiantes: 2



ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN IV:

Tema: Marco Metodológico

Tiempo: 11:46-12:16

Modalidad: Presencial/ individual

Total, De Estudiantes: 2



ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN VII:

Tema: Discusión

Tiempo: 14:19-14:53

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 2



ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN VIII:

Tema: Conclusiones y Recomendaciones

Tiempo: 10:00-11:00

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 2



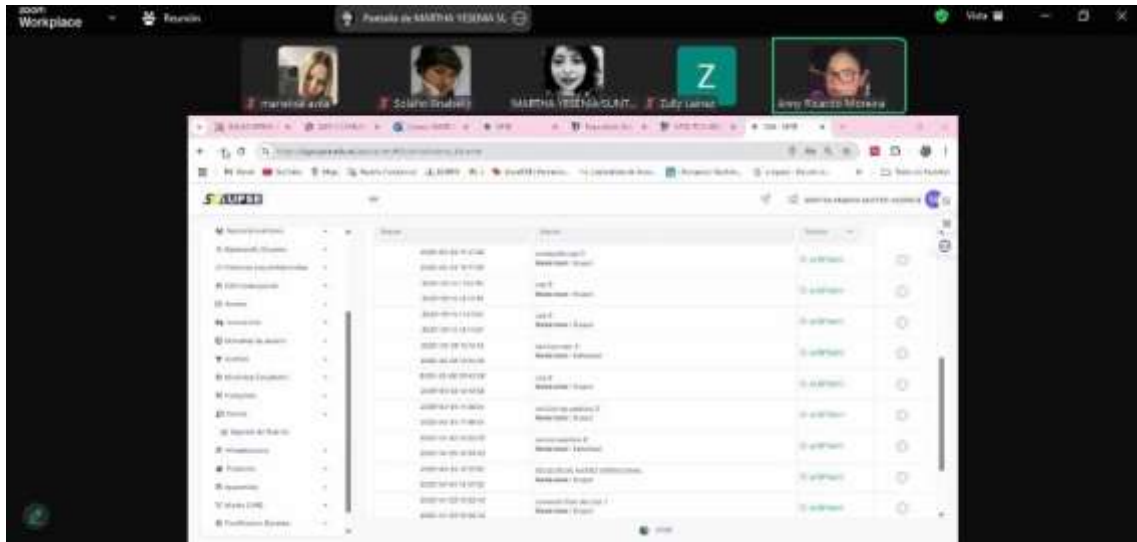
ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN IX:

Tema: Resumen e Introducción

Tiempo: 17:20-18:49

Modalidad: Virtual

Total, De Estudiantes: 2



ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN X:

Tema: Referencias Anexos

Tiempo: 09:01- 09:30

Modalidad: Presencial/ grupal

Total, De Estudiantes: 4



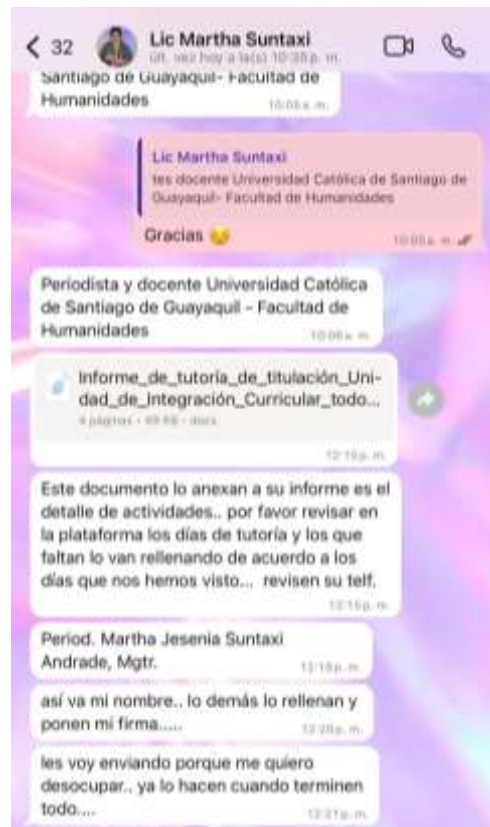
ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN XI:

Tema: Corrección general

Tiempo: 16:26-23:20

Modalidad: Virtual/individual

Total, De Estudiantes: 2



ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN XII:

Tema: Corrección general

Tiempo: 09:50-10:05

Modalidad: Virtual/individual

Total, De Estudiantes: 2



Anexo 6

APORTE DE ENTREVISTADOS:

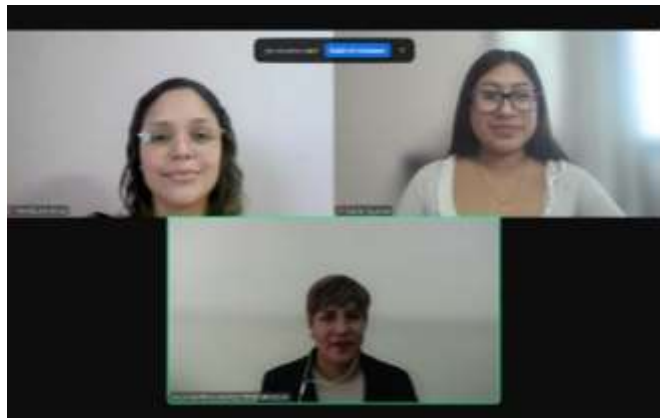
Apellidos y nombres: Palacios Quinto Roberto Nahin

Cargo: Magister en Constitucionalismo Contemporáneo y Gobernanza Local/Magister en Derecho



Apellidos y nombres: Murga Tenempaguai Julia Martha

Cargo: Periodista Profesional Mención Cultura/ Licenciada en Comunicación Social/ Magister en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional



Apellidos y nombres: Guadarrama Torres Jorge Jair

Cargo: Licenciado en Ciencias de la Comunicación/ Maestro en alta Dirección de Gobiernos y Políticas Públicas

