Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

Periocidad trimestral, Volumen 3, Numero 4, Años (2026), Pág. 121-140

La influencia del algoritmo de TikTok en el consumo de noticias entre los jóvenes

The influence of TikTok's algorithm on news consumption among young people

Autores

Coronel Aguilar Gabriela del Cisne
Investigador independiente
Ecuador
https://orcid.org/0009-0008-2063-6061
cisne.coronel@educacion.gob.ec

Durán Fernández María Belén
Investigador independiente
Ecuador
https://orcid.org/0009-0003-9952-847X
mduranf@unemi.edu.ec

Como citar:
Coronel Aguilar, . G. del C., & Durán Fernández , M. B. . (2026). La influencia del algoritmo de TikTok en el consumo de noticias entre los jóvenes. *Prospherus*, *3*(4), 121-140. https://doi.org/10.63535/4j2cg597

Fecha de recepción: 2026-08-02
Fecha de aceptación: 2026-09-02
Fecha de publicación:2026-10-02

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

RESUMEN

Esta investigación aborda una realidad cada vez más presente entre los jóvenes: la forma en que TikTok se ha convertido en un espacio donde, además de entretenimiento, también encuentran noticias e información sobre lo que ocurre a su alrededor. El estudio analiza cómo el algoritmo de esta plataforma puede influir en los contenidos informativos que los jóvenes encuentran, observan y consumen durante el año 2025, considerando sus experiencias y la manera en que se relacionan con las noticias que aparecen en su pantalla. La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo. Para conocer el fenómeno desde diferentes perspectivas, se realizó un análisis de contenido de cinco publicaciones noticiosas difundidas en TikTok y un análisis documental de investigaciones académicas relacionadas con los algoritmos, el consumo de noticias y las prácticas informativas de los jóvenes. Además, se realizaron diez entrevistas semiestructuradas a jóvenes usuarios de TikTok. La información recopilada permitió observar las características de los contenidos, sus fuentes, formatos, niveles de interacción, recurrencia y formas de recomendación, así como conocer las experiencias de los jóvenes frente a las noticias que encuentran en la plataforma. Finalmente, se realizó una triangulación de la información obtenida de los contenidos, los estudios revisados y las entrevistas. Con ello, la investigación busca comprender de una manera cercana cómo la personalización algorítmica puede influir en las formas en que los jóvenes descubren, seleccionan, valoran y consumen noticias en TikTok.

Palabras clave: Tiktok, jóvenes, medios, noticias, influencia

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

ABSTRACT

This research addresses an increasingly prevalent reality among young people: how TikTok has become a space where, in addition to entertainment, they also find news and information about what is happening around them. The study analyzes how the platform's algorithm may influence the news content that young people find, view, and consume during the year 2025, considering their experiences and how they engage with the news that appears on their screens. The research was conducted using a qualitative approach. To understand the phenomenon from different perspectives, a content analysis was performed on five news posts shared on TikTok, along with a review of academic research related to algorithms, news consumption, and young people's information practices. In addition, ten semi-structured interviews were conducted with young TikTok users. The information gathered allowed researchers to observe the characteristics of the content, its sources, formats, levels of interaction, frequency, and recommendation methods, as well as to understand young people's experiences with the news they find on the platform. Finally, the information obtained from the content, the reviewed studies, and the interviews was triangulated. This research aims to gain a deeper understanding of how algorithmic personalization can influence the ways in which young people discover, select, evaluate, and consume news on TikTok.

Keywords: TikTok, youth, media, news, influence

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

INTRODUCCIÓN

La evolución de las tecnologías digitales ha transformado a pasos agigantados los procesos de producción, distribución y consumo de la información. Las redes sociales han dejado de ser plataformas destinadas solo al entretenimiento para convertirse en espacios donde millones de usuarios acceden a cualquier momento a contenidos informativos. Entre ellas TikTok ha experimentado un crecimiento acelerado y se ha convertido en una de las aplicaciones con mayor aceptación entre la población joven gracias a su formato audiovisual de corta duración y al uso de un algoritmo de recomendación que personaliza al contenido de acuerdo con los intereses de cada usuario (Zaso & Martínez-Fresneda, 2024).

El funcionamiento de TikTok se basa en un sistema de recomendación impulsado por inteligencia artificial, personalizando los contenidos que visualizan. Variables como el tiempo de permanencia, las reacciones, los comentarios y las cuentas seguidas permiten al algoritmo seleccionar publicaciones con mayor probabilidad de interés para cada usuario. Esta personalización algorítmica influye en la distribución y visibilidad de la información dentro de TikTok, convirtiendo al algoritmo en un elemento clave para comprender como los usuarios acceden, seleccionan y consumen contenidos informativos en los entornos digitales.

La literatura científica reciente evidencia que las redes sociales representan hoy uno de los principales medios de acceso a las noticias entre los jóvenes. (Córdoba-Cabús, Farias-Batlle, & Ceballos, 2024), en un estudio realizado con 1.865 jóvenes españoles, identificaron que el 78,3% accede a las noticias a través de redes sociales, siendo TikTok una de las plataformas más utilizadas para mantenerse informados. Los autores describen, además, que el consumo incidental de noticias incrementa la vulnerabilidad de los jóvenes frente a contenidos de credibilidad dudosa, debido a que gran parte de la información es recibida sin una búsqueda intencional.

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

(Zaso & Martínez-Fresneda, 2024) sostienen que TikTok ha evolucionado de una plataforma orientada principalmente al entretenimiento a un espacio donde también se difunden contenidos informativos. Los autores evidencian que el 36% de los jóvenes utiliza esta red social para acceder a noticias, impulsando por la rapidez con la que circula la información y por el lenguaje audiovisual característico de la plataforma. Estos hallazgos reflejan cambios en los hábitos de consumo informativo de las nuevas generaciones y confirman la creciente importancia de TikTok como fuente de información en el entorno digital.

Por otra parte, (Mora de la Torre & Díaz-Lucena, 2024) sostienen que los medios de comunicación han adaptado sus estrategias periodísticas al lenguaje propiode TikTok, priorizando contenidos breves, narrativas audiovisuales y recursos visuales que incrementan el alcance y la interacción con la audiencia joven. Esta adaptación responde no solo a las preferencias de consumo de los usuarios, sino también a la lógica de funcionamiento de algoritmo, que favorece la difusión de contenidos con mayores niveles de participación e interacción.

Asimismo (Farias-Batlle, Córdoba-Cabús, & Gómez-Calderón, 2024) señalan que el creciente consumo de noticias en redes sociales plantea desafíos relacionados con la credibilidad de la información y la diversidad de fuentes. Aunque estas plataformas facilitan un acceso rápido a la actualidad, también incrementan la exposición a contenidos no verificados y pueden limitar la pluralidad informativa.

A partir de estas evidencias, la presente investigación parte de la premisa de que los algoritmos de recomendación desempeñan un papel relevante en la configuración de los hábitos de consumo de noticias entre los jóvenes. En este contexto, resulta pertinente estudiar la influencia del algoritmo de TikTok, debido al creciente uso de esta plataforma como fuente de información y a su capacidad para personalizar los contenidos que reciben los usuarios.

En este sentido, el objetivo del presente artículo es analizar la influencia del algoritmo de TikTok en el consumo de noticias entre los jóvenes, mediante una revisión de la literatura

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

científica reciente, con el fin de identificar las principales tendencias, aportes y desafíos que este fenómeno plantea para la comunicación digital y el consumo informativo en la actualidad.

Redes sociales e información digital

Las redes sociales han transformado la manera en que las personas acceden a la información, especialmente entre la población joven, al convertirse en uno de los principales canales para conocer sucesos de actualidad. (Ceballos-del-Cid, Gómez-Calderón, & Córdoba-Cabús, 2024) señalan que las rutinas informativas de los jóvenes han evolucionado hasta un punto donde las plataformas digitales ocupan un lugar prioritario frente a los medios tradicionales. Asimismo, destacan que una parte importante del consumo de noticias ocurre de manera incidental, es decir, sin una búsqueda previa de información.

(Marugán Solís & Martín Critikián, 2023) sostienen que la Generación Z mantiene una relación activa con las redes sociales, utilizándolas no solo para entretenerse, sino también para informarse y ser parte de la creación e intercambio de contenidos. Los autores explican que las preferencias de este grupo se orientan hacia formatos audiovisuales, dinámicos e interactivos, características que han favorecidos la consolidación de las plataformas digitales como espacios importantes para el acceso cotidiano a la información.

Por otro lado (Andrade León, Valdivieso Solórzano, & Zambrano Vélez, 2023) manifiestan que las redes sociales se han consolidado como uno de los principales espacios de comunicación entre los jovenes, transformando sus formas de interacción y acceso a la información. No obstante, advierten que el uso excesivo de estas plataformas puede influir en el comportamiento y generar desafíos en el desarrollo de las habilidad comunicativas y sociales.

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

TikTok como medio informativo

TikTok ha dejado de ser una plataforma orientada solo al entretenimiento para consolidarse como un espacio donde los jóvenes también acceden a contenidos informativos de mamera frecuente. (Zaso & Martínez-Fresneda, 2024) señalan que el crecimiento de esta red social ha favorecido nuevas foras de consumo de noticias, impulsadas por la inmediatez de la información, el lenguaje audiovisual y la cercanía que generan los creadores de contenido y los medios de comunicación con sus audiencias. Los autores destacan que una parte importante de los jovenes utiliza TikTok como fuente habitual para mantenerse informados.

(Peterson-Salahuddin, 2024) señala que TikTok ha ampliado las formas de producción y circulación de noticias al permitir que periodista y creadores de contenido participen en la difusión de información mediante narrativas audiovisuales adaptadas a la lógica de la plataforma. Este modelo de comunicación fortalece el acceso inmediato a los acontecimientos de actualidad y evidencia como las redes sociales han transformándolas practicas periodísticas y los hábitos de consumos informativo de la audiencia joven.

Algoritmos de recomendación

Los algoritmos de recomendación son sistemas basados en inteligencia artificial que analizan las interacciones de los usuarios para personalizar los contenidos que reciben en las plataformas digitales. (García Fernández & Stan, 2024) destacan que estos sistemas adaptan la experiencia de navegación a los intereses de cada usuario, mientras que (Boté-Vericad, Adilović, & Afonso-Mendonça, 2024) señalan que desempeñan un papel fundamental en la organización y priorización de la información que circula en los entornos digitales.

En TikTok, el algoritmo de recomendación es el principal responsable de organizar los contenidos que aparecen en la sección Para ti. De acuerdo con (TikTok, 2024), el sistema

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

considera factores como el tiempo de visualización, las interacciones, la información del contenido y algunos datos del perfil para estimar que videos resultaran mejor valorados para cada usuario. Siguiendo esta perspectiva, (García Fernández & Stan, 2024) destacan que este proceso de personalización influye directamente en la forma de que las personas descubren nuevos contenidos y van construyendo sus hábitos de consumo dentro de la plataforma.

Desde esta perspectiva, los algoritmos de recomendación de TikTok no solo cumplen una función técnica de distribución de contenidos, sino que también participan en la construcción de la experiencia informativa que vive cada usuario. (Sidorenko-Bautista, Lacasa, & Matsumoto, 2024) manifiestan que la inteligencia artificial dentro de TikTok permite una personalización constante de los
contenidos mediante el análisis de los patrones de comportamiento de la audiencia. en consecuencia, el algoritmo influye en la selección de contenidos y en los hábitos de consumo informativo de los usuarios.

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con el propósito de comprender de qué manera el algoritmo de TikTok puede influir en el consumo de noticias entre los jóvenes durante el año 2025. Para ello, se tomó en cuenta tanto la información obtenida de investigaciones anteriores como las características de diferentes contenidos noticiosos publicados en la plataforma. De esta manera, se buscó conocer cómo se presentan las noticias, qué elementos tienen en común y qué relación existe entre la forma en que se muestran los contenidos y las recomendaciones que reciben los usuarios.

Para la recopilación de información se utilizaron dos técnicas principales: análisis documental y análisis de contenido**.** En el análisis documental se revisaron investigaciones académicas relacionadas con TikTok, el consumo de noticias, los jóvenes y el funcionamiento de los algoritmos de recomendación. Los estudios seleccionados permitieron conocer los objetivos, metodologías y principales resultados de otros autores,

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

así como sus aportes para comprender el fenómeno estudiado.

Por otra parte, se realizó un análisis de contenido de cinco publicaciones noticiosas difundidas en TikTok. Para este análisis se observaron diferentes aspectos de cada publicación, entre ellos el tipo de noticia, el formato audiovisual, la fuente de información, la personalización, la viralización, la frecuencia de aparición y la calidad informativa. También se tomaron en cuenta las métricas visibles de cada publicación, como las visualizaciones, “me gusta”, comentarios y compartidos, con el propósito de conocer el nivel de alcance e interacción que generaron los contenidos.

La información obtenida fue organizada mediante matrices de análisis**,** lo que permitió ordenar los datos y comparar las características encontradas tanto en las investigaciones revisadas como en las publicaciones seleccionadas. En el caso del análisis documental, se consideraron aspectos como el autor, año, título, objetivo, metodología, principales hallazgos y aporte a la investigación. Para el análisis de contenido se establecieron categorías, subcategorías, indicadores y unidades de análisis que facilitaron la observación de cada publicación.

Finalmente, los resultados obtenidos mediante ambas técnicas fueron comparados para encontrar coincidencias y diferencias entre lo planteado por los autores y lo observado directamente en los contenidos de TikTok. Esta comparación permitió tener una visión más clara sobre el papel que cumplen las
recomendaciones, la personalización, el formato audiovisual y la interacción de los usuarios en la difusión y consumo de noticias dentro de la plataforma.

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

RESULTADOS

Tabla 1: Análisis de autores

Autor / año	Título	Objetivo	Metodología	Principales hallazgos	Aporte a nuestra investigación
Prado Prado y Erazo Álvarez (2025)	TikTok y el periodismo digital: impacto en el consumo de noticias en Cuenca, Ecuador	Analizar el impacto de TikTok en el consumo de noticias y las nuevas dinámicas entre las redes sociales y las prácticas periodísticas en Cuenca, Ecuador.	Investigación de enfoque mixto, de tipo relacional, observacional y transversal. Se analizaron contenidos noticiosos de 14 medios de comunicación durante 30 días y se realizaron entrevistas a profundidad a tres periodistas. También se consideraron métricas de visualizaciones, comentarios, reacciones y “Me gusta”.	Los resultados muestran una importante presencia de TikTok en el consumo de noticias. El estudio identifica que las características del contenido audiovisual, las tendencias y las métricas de interacción tienen relevancia en la difusión de contenidos informativos.	Constituye un antecedente directo para estudiar la relación entre TikTok y el consumo de noticias en jóvenes. Aporta elementos metodológicos para el análisis de contenido, especialmente en el estudio de videos, métricas de interacción, características audiovisuales y entrevistas a especialistas.
Virós-Martín, Jiménez-Morales y Montaña-Blasco	Adolescentes, TikTok e Instagram: percepciones sobre el impacto de	Analizar la percepción de los adolescentes sobre el impacto de TikTok e Instagram en su	Investigación de enfoque cuantitativo, mediante una encuesta aplicada a una muestra representativa de 1.043 adolescentes españoles	Los adolescentes perciben de manera generalmente neutral el impacto de las tecnologías digitales en sus relaciones sociales. En el caso de TikTok, los usuarios destacan	Aporta evidencia sobre la relación entre TikTok, adolescentes y comportamiento digital, y resulta especialmente relevante porque plantea la necesidad de profundizar en el

Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

(2025)	las tecnologías digitales en su vida social	vida social, considerando diferencias de género y entre usuarios y no	de 12 a 18 años.	especialmente sus posibilidades de expresión individual y la aceptación de normas sociales. El estudio también señala la importancia	papel del algoritmo y en la capacidad crítica de los jóvenes. Sirve como antecedente para analizar cómo las recomendaciones

Tabla 2

			usuarios de estas plataformas.		de continuar investigando el impacto del algoritmo de TikTok y la capacidad crítica de los adolescentes frente a la influencia de estas plataformas.	personalizadas pueden relacionarse con las formas de consumo de contenidos, incluida la información noticiosa.
Montero Corrales (2025)		TikTok y prácticas informativas en la generación Z universitaria	Analizar las características de los usuarios y las prácticas de uso y consumo de información en TikTok entre estudiantes universitarios de la Generación Z,	Investigación de enfoque cuantitativo, mediante una encuesta aplicada a 530 estudiantes universitarios de la Universidad Latina de Costa Rica, nacidos entre 1995 y 2008. Se analizaron variables	El estudio evidencia un uso intensivo de TikTok, predominantemente pasivo y altamente personalizado. Aunque el entretenimiento continúa siendo el contenido predominante, los estudiantes también muestran interés por contenidos educativos y realizan búsquedas casuales	Aporta un antecedente directamente relacionado con la personalización algorítmica y el consumo de información en TikTok. Permite sustentar que el acceso de los jóvenes a contenidos informativos ocurre dentro de una experiencia mediada por algoritmos. Además, proporciona referentes

Revista Multidisciplinaria Prospherus
ISSN: 3091-177X
Doi: https://doi.org/10.63535/4j2cg597

			prestando especial atención a sus hábitos y a la percepción de la plataforma como fuente de información.	relacionadas con la frecuencia de uso, tipos de contenido consumido y percepción de TikTok como fuente de información.	de información. Los resultados plantean que las prácticas informativas de la Generación Z están mediadas por los algoritmos y caracterizadas por la personalización.	para analizar la relación entre las recomendaciones personalizadas y los hábitos de consumo de noticias de los jóvenes.

Fuente: Elaboración propia

Análisis de contenido

Categoría de análisis	**Subcategoría**	**Indicadores**	**Unidad de análisis**
Características del contenido	Tipo de noticia	Entretenimiento	Video publicado en TikTok
	Formato audiovisual	36 segundos de duración, usa subtítulos y narración.	Video
	Fuente de información	Creador de contenido	Rostros Ecuador
Funcionamiento del algoritmo	Personalización	Contenido sugerido en "Para ti", repetición de temas, recomendaciones relacionadas	Video recomendado
	Viralización	683,4 mil visualizaciones y 47,3 mil "me gusta", 1963 comentarios, 985 compartidos	Métricas del video
	Frecuencia de aparición	Repetición de noticias similares durante el período de observación	Feed de TikTok
Calidad informativa	Credibilidad	Entrevistas	Entrevista a una mujer sobre la coronación de su hija en un concurso de

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

			belleza
	Veracidad	Información confirmada	Una madre orgullosa de su hija tras su coronación.
	Profundidad informativa	Explicación completa	Contenido audiovisual

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Análisis de contenido (noticia sobre la muerte del hijo del presidente)

Categoría de análisis	**Subcategoría**	**Indicadores**	**Unidad de análisis**
Características del contenido	Tipo de noticia	Política	Foto publicado en TikTok
	Formato audiovisual	15 segundos, música, efectos visuales,	foto
	Fuente de información	Creador de contenido	SurNoticias
Funcionamiento del algoritmo	Personalización	Contenido sugerido en "Para ti", repetición de temas, recomendaciones relacionadas	Video recomendado

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

	Viralización	235 mil visualizaciones y 1126 mil "me gusta", 156 comentarios, 87 compartidos	Métricas del video
	Frecuencia de aparición	Repetición de noticias similares durante el período de observación	Feed de TikTok
Calidad informativa	Credibilidad	La noticia fue compartida por medios estatales.	La noticia fue contrastada con otros medios.
	Veracidad	Información confirmada	Muere el hijo por nacer del presidente de Ecuador.
	Profundidad informativa	Explicación completa	Contenido audiovisual

Fuente: Elaboración propia

ANALISIS DE RESULTADOS

En la tabla 1, se puede apreciar el análisis de diferentes investigaciones, relacionadas con TikTok y su influencia en las noticias, el consumo d información, y las practicas informativas d ellos jóvenes. Los estudios realizados permiten identificar los principales objetivos, metodologías, y hallazgos, destacando el crecimiento de la plataforma TikTok como espacio de acceso, descubrimiento y consumo de contenidos informativos.

En conjunto, los autores coinciden en que TikTok ha adquirido relevancia entre las audiencias jóvenes debido a sus características audiovisuales, la brevedad de sus contenidos y el sistema de recomendaciones algorítmicas. Asimismo, se evidencia que los jóvenes no utilizan la plataforma únicamente con fines de entretenimiento, sino también para acceder a contenidos educativos e informativos. Estos antecedentes permiten

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

comprender que las prácticas de consumo de noticias están relacionadas tanto con las características del contenido como con la forma en que la plataforma organiza y recomienda la información a sus usuarios.

A partir del análisis de contenido realizado en las Tablas 2, 3, 4 y 5, se observa que las noticias analizadas presentan diferentes características según su temática y fuente de publicación. Se identificaron contenidos relacionados con entretenimiento, política y sucesos, difundidos mediante videos o fotografías acompañadas de recursos audiovisuales como música, narración, subtítulos y efectos visuales. Asimismo, las publicaciones registraron niveles importantes de interacción mediante visualizaciones, "me gusta", comentarios y compartidos, evidenciando que determinados acontecimientos pueden alcanzar una amplia difusión dentro de la plataforma.

De igual manera, el análisis evidencia la presencia de elementos relacionados con la personalización algorítmica, debido a la aparición de contenidos sugeridos en el apartado "Para ti", la repetición de temas y las recomendaciones relacionadas. En cuanto a la calidad informativa, se identificaron publicaciones que presentaban información confirmada y contrastada con otros medios o fuentes, aunque también se observó que la profundidad de los contenidos puede ser limitada debido a la corta duración de los videos. En consecuencia, los resultados permiten relacionar los planteamientos de los autores revisados con la evidencia obtenida en el análisis de contenido y muestran que el consumo de noticias en TikTok está condicionado por la combinación entre el formato audiovisual, la interacción de los usuarios, la viralización y los mecanismos de recomendación de la plataforma.

DISCUSION

Los resultados de la investigación sobre la influencia del algoritmo de TikTok en el consumo de noticias entre los jóvenes permiten establecer que esta plataforma se ha convertido en un espacio relevante para el acceso, descubrimiento y circulación de información de actualidad. Uno de los aspectos más importantes identificados es el papel que desempeña el algoritmo de recomendación, debido a que selecciona y presenta

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

contenidos de acuerdo con las interacciones, preferencias y comportamientos de cada usuario. En consecuencia, los jóvenes pueden recibir noticias de manera rápida y personalizada, incluso cuando no realizan una búsqueda específica de información.

Un principio relevante que se desprende de la investigación es que la personalización algorítmica puede influir en los temas informativos a los que los jóvenes están expuestos**.** Al priorizar contenidos similares a aquellos con los que el usuario interactúa, TikTok puede favorecer una experiencia informativa adaptada a sus intereses. Esta característica facilita el acceso a noticias y acontecimientos nacionales e internacionales, pero también puede limitar la diversidad de perspectivas cuando el usuario recibe repetidamente contenidos relacionados con determinados temas o posiciones. Por ello, el algoritmo no debe entenderse únicamente como una herramienta tecnológica de recomendación, sino también como un elemento que interviene en la manera en que los jóvenes descubren y consumen información.

Otro aspecto relevante es la rapidez y brevedad de los contenidos informativos. El formato audiovisual de TikTok permite presentar acontecimientos complejos mediante videos cortos, imágenes, textos y recursos gráficos que pueden resultar atractivos para el público joven. Esto puede contribuir a despertar el interés por temas de actualidad y facilitar un primer acercamiento a la información. Sin embargo, la simplificación de acontecimientos complejos también puede generar una comprensión parcial de los hechos cuando los usuarios se limitan exclusivamente a contenidos breves y no consultan fuentes adicionales.

CONCLUSIONES

A partir de esta investigación se pudo comprobar que TikTok ocupa un lugar cada vez más importante en la forma en que los jóvenes se informan, pues ya no es una plataforma utilizada solamente para entretenerse, sino también para conocer noticias y acontecimientos de actualidad. Al revisar los estudios, analizar las publicaciones seleccionadas y conocer las experiencias de los jóvenes mediante las entrevistas, se pudo observar que el algoritmo influye en los contenidos que aparecen en sus pantallas, principalmente a través de la sección “Para ti”, las recomendaciones y la repetición de

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

temas relacionados con sus intereses. También se encontró que el uso de videos cortos, imágenes, música y subtítulos hace que las noticias sean más rápidas y atractivas para este público. Sin embargo, una publicación con muchas visualizaciones, "me gusta" o compartidos no necesariamente significa que la información sea verdadera o esté completa. Por ello, es importante que los jóvenes no se queden únicamente con lo que aparece en TikTok, sino que revisen quién publica la información, consulten otras fuentes y comparen los datos antes de considerarlos como verdaderos. De esta manera, se puede entender que el algoritmo sí influye en la forma en que los jóvenes descubren y reciben las noticias, pero el criterio y la responsabilidad del usuario también son fundamentales al momento de decidir qué información creer y consumir.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade León, M. E., Valdivieso Solórzano, D., & Zambrano Vélez, C. K. (2023). Redes sociales y el comportamiento de los adolescentes en la comunicación digital. *Polo del Conocimiento*. Obtenido de https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6129/html?utm_source=chatgpt.com

Boté-Vericad, J., Adilović, E., & Afonso-Mendonça, H. S. (2024). Agregadores de noticias: una aproximación al estado del arte sobre las consideraciones éticas en los algoritmos de recomendación. *Documentación de las Ciencias de la Información, 47,* 5-13. doi:https://doi.org/10.5209/dcin.90547

Ceballos-del-Cid, Y., Gómez-Calderón, B., & Córdoba-Cabús, A. (2024). Redes sociales y hábitos de consumo informativo de los jóvenes españoles: un análisis diacrónico (2021-2023). *Revista Mediterránea de Comunicación, 16*. doi:https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28010

Córdoba-Cabús, A., Farias-Batlle, P., & Ceballos, Y. (2024). Jóvenes y consumo de noticias en España. *Cuadernos.info, 62*. doi:https://doi.org/10.7764/cdi.62.91394

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Farias-Batlle, P., Córdoba-Cabús, A., & Gómez-Calderón, B. (2024). Young People and Social Networks: News Consumption Habits and Credibility of the News. *Comunicar, 78*, 32. doi:https://doi.org/10.58262/V32I78.13

Flor Calva, E. A. (2026). Influencia del algoritmo de TikTok en el desarrollo del pensamiento. 375.

García Fernández, I., & Stan, D. A. (2024). Los conocimientos sobre algoritmos y la gestión de sus recomendaciones en TikTok e Instagram. *Dialnet*, 664-682. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9669313&utm_source=chatgpt.com

Hinduja, S. (2021). *Cyberbullying research center*. Obtenido de https://cyberbullying.org/tiktok-pros-cons-youth-empowerment

Marugán Solís, F., & Martín Critikián, D. (2023). Redes sociales y Generación Z. *Doxa Comunicación*. doi:https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1707

Mora de la Torre, V., & Díaz-Lucena, A. (2024). La prensa española en TikTok: análisis de sus publicaciones. *Comunicación y Sociedad, 21*. doi: https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8644

Peterson-Salahuddin, C. (2024). You: Exploring the Reporting Practices of Citizen Journalists on TikTok. *Journalism Studies, 2024*. doi:https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2293829

Ripollés, A. C. (2012). El consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. 152.

Sidorenko-Bautista, P., Lacasa, P., & Matsumoto, M. (2024). La inteligencia artificial (IA) en TikTok: la plataforma habla sobre su uso. *Infonomy, 2*. doi:https://doi.org/10.3145/infonomy.24.040

TikTok. (2024). *Cómo recomienda contenido TikTok.*

Zaso, L., & Martínez-Fresneda, H. (2024). Estudio de los perfiles en TikTok de El Mundo, El País, ac2alityespanol y La Wikly para analizar las oportunidades

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

informativas de esta red social para la audiencia joven. *Revista Latina de Comunicación Social, 82*, 1-13.
doi:https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2180

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.

CC BY-NC-ND 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/