



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO CLM

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

M.A. MINERVA CAMACHO JAVIER

Alumno: Iana Ely Juárez Almeida

CICLO AGOSTO- FEBRERO

¿Cómo las plataformas digitales moldean preferencias mediante inteligencia artificial?

La inteligencia artificial en plataformas digitales moldea preferencias al lograr personalizar y optimizar la experiencia de los usuarios mediante algoritmos avanzados que ya pueden analizar el comportamiento y sus interacciones.

Plataformas como Spotify utilizan estos sistemas para recomendar música basada en de escucha, repeticiones y omisiones, ya que cuando iniciamos sesión nos hacen una encuesta sobre nuestras preferencias y posterior a ello escuchamos música similar a lo que ponemos lo que facilita el descubrimiento, pero también genera una homogeneización del gusto musical, donde se favorecen artistas y géneros dependiendo el gusto. Este fenómeno implica una presión creativa sobre los artistas para adaptar sus producciones a las métricas del algoritmo, priorizando estructuras comerciales sobre la innovación.

Además, la opacidad de estos algoritmos plantea desafíos éticos y culturales, ya que los usuarios y artistas tienen poca visibilidad sobre cómo se toman las decisiones de promoción y visibilidad del contenido. La globalización algorítmica tiende a priorizar contenidos con éxito global, marginando las escenas locales y limitando la representación de voces independientes. Para contrarrestar esto, se proponen medidas como promover la transparencia algorítmica, diseñar contrarecomendaciones que fomenten la diversidad y apoyar a artistas emergentes y contenido local a través de cuotas mínimas en listas y recomendaciones.

En otro ámbito, plataformas digitales como Rafik, que usan IA para procesos legales, demuestran cómo esta tecnología automatiza tareas complejas, facilita la personalización y mejora la experiencia del usuario mediante automatización, optimización y accesibilidad escalable. Esto evidencia que la IA no solo moldea preferencias en contenido cultural, sino que también transforma la manera en que se accede y consume variedad de servicios digitales. En suma, la IA automatiza y personaliza la experiencia digital, moldeando preferencias de manera sutil, aunque con el reto de equilibrar tecnología y diversidad cultural para un futuro más justo y sostenible.

Referencias:

- SmartIB. (2025). Inteligencia artificial en las plataformas digitales: desafíos, reflexiones y caminos hacia un futuro sostenible. Recuperado de <https://smart-ib.coop/2025/01/24/inteligencia-artificial-en-las-plataformas-de-contenidos-digitales/>
- Wela. (2025). El impacto de la Inteligencia Artificial en las plataformas digitales: el caso de Rafik. Recuperado de <https://wela.mx/2025/04/23/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-las-plataformas-digitales-el-caso-de-rafik/>