

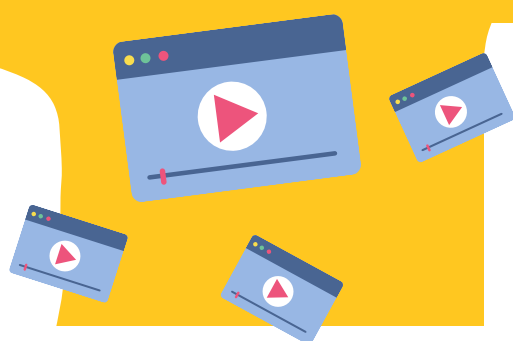
# MIEDO (IN)FUNDADO AL ALGORITMO: LAS RECOMENDACIONES DE YOUTUBE Y LA POLARIZACIÓN

Dr. Javier García-Marín y Dr. Ignacio-Jesús Serrano-Contreras

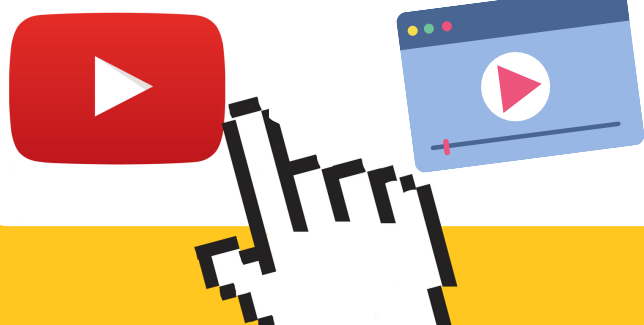
<https://doi.org/10.3916/C74-2023-05>

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han instaurado una nueva forma de comunicarse y entender las relaciones sociales.



Los algoritmos se han construido y desarrollado bajo el paraguas de un amplio abanico de conjeturas y diferentes posiciones al respecto de su capacidad para dirigir y orquestar la opinión pública.



## METODOLOGÍA

El presente trabajo aborda, desde los procesos de **ingeniería inversa** y de **minado semántico**, el análisis del sistema de recomendación de YouTube.

### Hipótesis:

**H1:** Los vídeos recomendados por YouTube serán cada vez más extremos o polarizados.

**H2:** Los comentarios a los vídeos recomendados por YouTube estarán igualmente polarizados.



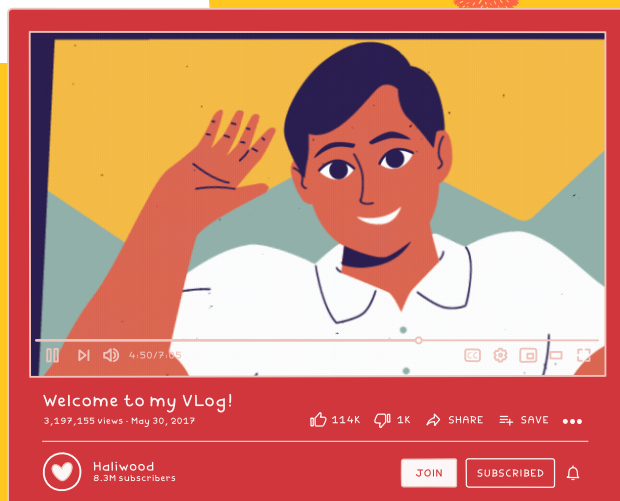
**n= 750**

vídeos y, contando con los comentarios, cerca de tres millones de palabras.

## CONCLUSIONES

Los resultados muestran cómo el contenido polarizante no es igual para todos los temas analizados, lo que puede indicar la existencia de moderadores –o acciones por parte de la compañía– que alteran la relación entre las variables.

Al menos mediante este modelo de muestreo, las temáticas elegidas no tienden a extremarse. O, lo que es lo mismo, si se parte de un vídeo sobre comida vegetariana no se termina en uno sobre el veganismo o los movimientos "antiespecistas".



# Comunicar

[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)