

Reporte de Lectura

Tema:	Uso de IA en personalización digital
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No.1	<i>Fuente original. Google</i>
<p>Palabras claves. Inteligencia artificial; interacción; usuarios; plataformas digitales; personalización de la experiencia del usuario.</p>	
<p>Referencia APA.</p> <p>Reyes, NS (2023). Uso de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales. <i>Política y Comunidad</i>, 8(6), 1190-1206. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9152506.pdf</p>	
<p>El texto explica que la IA analiza y aprende del comportamiento del usuario para ofrecer personalización precisa en plataformas digitales, mejorando la experiencia y fidelidad. Describe aplicaciones en negocios y educación, y señala retos éticos y de privacidad que requieren regulación.</p>	

Prontuario
Reyes (2023) detalla cómo la IA personaliza plataformas digitales mediante análisis de datos para mejorar la experiencia y mantener la fidelidad, señalando la urgencia de marcos legales que protegen la privacidad y ética.

Reporte de Lectura

Tema:	Influencia de algoritmos en gustos y decisiones
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No.1	<i>Fuente original. Google</i>
Palabras claves Algoritmos, control de decisiones, preferencias, contenido digital.	
Referencia APA.	

Patrizzi, G. (2025). ¿Los algoritmos están controlando tus decisiones y gustos? *Gabriel Patrizzi*. Recuperado de <https://gabrielpatrizzi.com/los-algoritmos-estan-controlando-tus-decisiones-y-gustos-como-detectarlo-y-de-que-manera-evitarlo/>

Texto
1. "Los algoritmos están teniendo el control de las recomendaciones y los contenidos que consumimos" (Patrizzi, 2025). 2. "Este fenómeno conduce a una homogeneización cultural ya la pérdida de diversidad en gustos" (Patrizzi, 2025).
Prontuario
Patrizzi (2025) argumenta que los sistemas algorítmicos influyen activamente en nuestras elecciones, limitando la variedad cultural y afectando cómo entendemos y seleccionamos contenido.

Tema:

Hiperpersonalización y burbujas de contenido

Ficha de la fuente de información.

No.1

Fuente original. Google

Referencia APA.

Cwaik, J. (2025). El precio oculto de la conveniencia digital: cómo los algoritmos moldean la realidad y las emociones. *Infobae* . Recuperado de <https://www.infobae.com/tendencias/2025/06/29/el-precio-oculto-de-la-conveniencia-digital-como-los-algoritmos-moldean-la-realidad-y-las-emociones/>

El texto examina cómo la hiperpersonalización crea burbujas de contenido que moldean las emociones y la percepción del usuario, influyendo en decisiones sin que el usuario lo note, lo que plantea preocupaciones sobre la autonomía.

Texto

"La hiperpersonalización digital y las burbujas de contenido moldean conductas sin que lo notemos, afectando emociones y percepción de la realidad" (Cwaik, 2025).

Prontuario

Cwaik (2025) señala que la personalización extrema mediante IA genera espacios digitales limitados en perspectivas, influyendo en el estado emocional y la visión del mundo del mundo.

Tema:	Aplicaciones generales y beneficios de IA en medios digitales
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No.1	<i>Fuente original. Blog Google</i>
Palabras claves. IA, medios digitales, personalización, fidelidad, experiencia	
Referencia APA.	
Conekta. (2025). ¿Cómo se utiliza la IA en los medios digitales? Conekta . Recuperado de https://conektica.com/como-se-utiliza-la-ia-en-los-medios-digitales	

Texto
"Marcas como Netflix y Spotify utilizan algoritmos de IA para ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en el comportamiento y preferencias de los usuarios" (Conekta, 2025).
Prontuario
El análisis muestra que el uso de IA para personalizar contenido en plataformas digitales incrementa la interacción y satisfacción del usuario, fortaleciendo la relación marca-consumidor (Conekta, 2025).