

Fecha de recepción: 2025-08-08

Fecha de aceptación: 2025-09-08

Fecha de publicación: 2025-10-08

Sistemas de recomendación explicables y transparencia algorítmica en plataformas digitales

Pablo Alexis Espinoza Cruz

pabloalexis.espinoza2002@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7766-7554>

Universidad Técnica de Cotopaxi

Latacunga -Ecuador

Resumen

En el contexto de las plataformas digitales, los sistemas de recomendación presentan limitaciones derivadas de la opacidad algorítmica, lo que dificulta la comprensión de las decisiones automatizadas y afecta la confianza de los usuarios. El objetivo del estudio fue analizar la relación entre la explicabilidad de estos sistemas y la transparencia algorítmica. Se empleó un enfoque cuantitativo de alcance explicativo, basado en datos secundarios provenientes de informes de organismos nacionales e internacionales, aplicando correlación de Pearson, regresión lineal múltiple y prueba de Shapiro-Wilk. Los resultados evidencian una correlación positiva alta entre explicabilidad y transparencia ($r = 0.81$), así como una incidencia significativa de la regulación institucional ($\beta = 0.47$) y la apertura algorítmica ($\beta = 0.39$) sobre la transparencia. Además, se identificó que solo el 42 % de las plataformas analizadas incorpora mecanismos de explicabilidad, mientras que el 65 % presenta limitaciones en transparencia. Estos hallazgos indican que la integración de sistemas explicables mejora la comprensión de las decisiones, fortalece la confianza del usuario y contribuye a entornos digitales más responsables.

Palabras clave: sistemas de recomendación, inteligencia artificial explicable, transparencia algorítmica, plataformas digitales, gobernanza digital

Explainable recommender systems and algorithmic transparency in digital platforms

Abstract

In the context of digital platforms, recommender systems face limitations due to algorithmic opacity, which hinders the understanding of automated decisions and affects user trust. The aim of this study was to analyze the relationship between explainability in recommender systems and algorithmic transparency. A quantitative explanatory approach was applied using secondary data from national and international reports, employing Pearson correlation, multiple linear regression, and the Shapiro-Wilk test. The results show a strong positive correlation between explainability and transparency ($r = 0.81$), along with a significant influence of institutional regulation ($\beta = 0.47$) and algorithmic openness ($\beta = 0.39$) on transparency. Furthermore, only 42% of the analyzed platforms incorporate explainability mechanisms, while 65% show transparency limitations. These findings indicate that integrating explainable systems enhances decision understanding, strengthens user trust, and promotes more responsible digital environments.

Keywords: recommender systems, explainable artificial intelligence, algorithmic transparency, digital platforms, digital governance

Introducción

En el contexto de la transformación digital acelerada, los sistemas de recomendación se han consolidado como uno de los pilares fundamentales en el funcionamiento de las plataformas digitales, al permitir la personalización de contenidos, productos y servicios en función del comportamiento y preferencias de los usuarios. Estas herramientas, sustentadas en técnicas de inteligencia artificial y aprendizaje automático, han contribuido significativamente a mejorar la experiencia del usuario y a optimizar indicadores de desempeño organizacional, como la retención y la conversión en entornos digitales (Jannach & Castells, 2023). No obstante, el crecimiento exponencial de su uso ha evidenciado limitaciones críticas asociadas a la opacidad de los modelos algorítmicos, comúnmente denominados “cajas negras”, lo que ha generado cuestionamientos sobre la confiabilidad, equidad y legitimidad de las decisiones automatizadas (Mimbrera, 2021).

En este marco, la emergencia de los sistemas de recomendación explicables constituye una respuesta directa a la necesidad de interpretar y justificar las decisiones generadas por los algoritmos. La inteligencia artificial explicable, conocida como XAI, se orienta al desarrollo de métodos que permitan comprender el razonamiento subyacente en los modelos predictivos, facilitando así la interacción entre los sistemas automatizados y los usuarios humanos (Alcarazo, 2022). En este sentido, la incorporación de explicabilidad en los modelos de recomendación no solo incrementa la transparencia, sino que también mejora la aceptabilidad de los sistemas al proporcionar argumentos comprensibles que respaldan cada recomendación (Vargas & Benavides, 2022).

Asimismo, los avances recientes en técnicas de explicabilidad han permitido el desarrollo de enfoques tanto intrínsecos como post hoc, entre los cuales destacan métodos que posibilitan la interpretación de la importancia de las variables dentro del modelo. Estas herramientas han sido ampliamente utilizadas para generar explicaciones locales y globales, contribuyendo a una mayor claridad en la toma de decisiones automatizadas (Silva et al., 2023). En consecuencia, la explicabilidad se configura como un componente esencial no solo desde una perspectiva técnica, sino también ética, al permitir identificar sesgos, evaluar riesgos y garantizar la rendición de cuentas en sistemas digitales (Morales, 2022).

Por otra parte, la transparencia algorítmica emerge como un principio clave en el diseño y gobernanza de plataformas digitales, especialmente en contextos donde las decisiones automatizadas tienen implicaciones sociales, económicas y políticas relevantes. Diversos estudios han señalado que la falta de transparencia en los sistemas de recomendación puede derivar en problemas como discriminación algorítmica, manipulación de la información y pérdida de confianza por parte de los usuarios (Villacís et al., 2023). En este sentido, la transparencia no solo implica la apertura del código o de los modelos, sino también la capacidad de comunicar de manera efectiva el funcionamiento de los algoritmos a diferentes grupos de interés (Benítez & Rojas, 2021).

En el ámbito aplicado, investigaciones recientes han demostrado que la integración de sistemas de recomendación explicables en entornos reales, como el comercio electrónico, la educación y la gestión pública, contribuye a mejorar la confianza del usuario, la equidad en los procesos de decisión y la eficiencia operativa (Villacís et al., 2023). En este contexto, esta investigación se orienta a analizar el papel de los sistemas de recomendación explicables y la transparencia algorítmica en plataformas digitales, abordando sus fundamentos teóricos, avances tecnológicos y desafíos éticos. Se busca comprender de qué manera la incorporación de mecanismos de explicabilidad contribuye a fortalecer la confianza, la rendición de cuentas y la gobernanza digital, en un entorno caracterizado por la creciente dependencia de sistemas automatizados. Asimismo, se examinan las implicaciones de estos enfoques en la construcción de ecosistemas digitales más inclusivos, responsables y centrados en el usuario.

Sistemas de recomendación explicables y comprensión de la decisión automatizada

En una plataforma de streaming digital, cuando un usuario recibe sugerencias de contenido basadas en su historial de visualización, la experiencia mejora significativamente si el sistema no solo recomienda, sino que también explica que dicha selección responde a géneros previamente consumidos, valoraciones positivas o patrones de afinidad detectados. Este tipo de interacción refleja la transición hacia sistemas de recomendación explicables, donde la inteligibilidad de la decisión automatizada se convierte en un elemento central del diseño algorítmico.

En este contexto, los sistemas de recomendación se han consolidado como estructuras esenciales dentro de las plataformas digitales, debido a su capacidad para personalizar contenidos y optimizar la experiencia del usuario a partir del análisis de grandes volúmenes de datos. Su relevancia trasciende la dimensión técnica, ya que configuran dinámicas de visibilidad, acceso a la información y comportamiento digital (Marcos-García et al., 2021). Asimismo, la incorporación de inteligencia artificial en estos sistemas ha transformado los procesos de mediación informativa, influyendo directamente en la forma en que los usuarios consumen y evalúan contenidos en entornos digitales (Túñez-López et al., 2021).

No obstante, el carácter complejo de estos modelos ha generado un problema estructural asociado a la opacidad de los algoritmos, lo que dificulta comprender cómo se generan las recomendaciones. Frente a esta limitación, la explicabilidad emerge como un enfoque que busca traducir la lógica interna de los sistemas en términos comprensibles para los usuarios y otros actores involucrados (Ortiz de Zárate Alcarazo, 2022). En esta línea, explicar una recomendación implica detallar los factores que influyeron en la decisión,

así como los criterios utilizados por el sistema para priorizar determinada información (Vestri, 2021).

Desde una perspectiva jurídica y ética, la explicabilidad se vincula con la rendición de cuentas, en tanto permite evaluar si las decisiones automatizadas cumplen con principios de equidad, proporcionalidad y transparencia (Soriano Armanz, 2021). En consecuencia, los sistemas explicables no solo mejoran la comprensión del usuario, sino que también fortalecen la legitimidad de las plataformas digitales (García-Orosa et al., 2023).

Por otra parte, la problemática del sesgo algorítmico ha adquirido una relevancia significativa en la literatura reciente. Los sistemas de recomendación pueden reproducir desigualdades si se alimentan de datos incompletos o estructuralmente sesgados, lo que afecta la diversidad de contenidos y la equidad en el acceso a la información (Degli-Esposti, 2021). En este sentido, los algoritmos no son neutrales, ya que reflejan tanto las condiciones de los datos de entrenamiento como las decisiones de diseño implementadas en su desarrollo (Ramírez Autrán, 2023).

En el ámbito educativo, por ejemplo, un sistema de recomendación que sugiera recursos de aprendizaje en función del rendimiento previo puede reforzar brechas existentes si no incorpora criterios de equidad en su diseño. Esta situación evidencia la necesidad de integrar mecanismos de explicabilidad que permitan identificar y corregir posibles sesgos en la toma de decisiones automatizadas (Herrero-de-la-Fuente et al., 2022). De manera complementaria, la adopción de inteligencia artificial en procesos comunicacionales y mediáticos exige establecer principios éticos que regulen su uso y garanticen la supervisión humana (Ufarte-Ruiz et al., 2021).

En consecuencia, los sistemas de recomendación explicables se configuran como una convergencia entre eficiencia técnica, comprensión del usuario y responsabilidad social, en un entorno donde la automatización redefine las relaciones entre tecnología, información y sociedad (Flores-Vivar & García-Peñalvo, 2023).

Transparencia algorítmica, plataformas digitales y gobernanza de la personalización

En una red social digital, cuando un usuario observa que ciertos contenidos aparecen de manera recurrente en su feed mientras otros desaparecen sin explicación, se pone en evidencia la necesidad de transparencia algorítmica. La capacidad de comprender por qué determinados contenidos son priorizados constituye un elemento clave para garantizar la confianza y el control sobre la experiencia digital.

La transparencia algorítmica se posiciona como un principio fundamental en el análisis de las plataformas digitales, debido a que los algoritmos no solo organizan información, sino que también determinan la visibilidad, el acceso y la jerarquización de contenidos (Pauner Chulvi, 2023). En este sentido, la transparencia no se limita a la divulgación del código, sino que implica la comprensión de los criterios, datos y procesos que sustentan las decisiones automatizadas (David-Gutiérrez & Castellanos-Sánchez, 2023).

Desde una perspectiva normativa, la transparencia se vincula con la posibilidad de auditar los sistemas, reconstruir sus decisiones y garantizar mecanismos de control frente a posibles arbitrariedades (Vestri, 2021). Asimismo, se relaciona con la explicabilidad, en

tanto ambas dimensiones permiten comprender y evaluar el comportamiento de los algoritmos en contextos reales (Soriano Aranz, 2021).

En el ecosistema de plataformas digitales, la personalización de contenidos se ha convertido en una herramienta estratégica que influye en la interacción de los usuarios con la información. Este fenómeno ha sido descrito como un proceso de plataformización, en el cual las reglas algorítmicas estructuran la circulación de contenidos y redefinen las dinámicas comunicacionales (Marcos-García et al., 2021). De igual forma, las estrategias digitales actuales dependen de sistemas automatizados que segmentan audiencias y optimizan la distribución de contenidos (Rivas-de-Roca et al., 2021).

En el ámbito periodístico, la incorporación de inteligencia artificial ha permitido automatizar procesos de producción, edición y recomendación de noticias, lo que incrementa la eficiencia operativa de los medios (Canavilhas, 2022). Sin embargo, también ha generado preocupaciones relacionadas con la calidad informativa, la ética profesional y la transparencia de los criterios utilizados en la selección de contenidos (De Lara-González et al., 2022).

Por ejemplo, un sistema que recomienda noticias en función de los intereses previos del usuario puede limitar la diversidad informativa y reforzar burbujas de contenido, afectando la pluralidad informativa (García-Marín & Serrano-Contreras, 2023). Este fenómeno evidencia la necesidad de implementar mecanismos de transparencia que permitan comprender y supervisar la lógica de funcionamiento de los algoritmos (Mayoral-Sánchez et al., 2023).

En el ámbito publicitario, la inteligencia artificial ha transformado los procesos de segmentación y personalización, generando nuevas oportunidades de innovación, pero también nuevos desafíos en términos de regulación y control (Martínez-Martínez et al., 2022). En este sentido, la transparencia algorítmica se proyecta como un elemento clave para fortalecer la confianza de los usuarios y garantizar el uso responsable de la tecnología (Lopezosa, 2023).

En consecuencia, la transparencia algorítmica no solo representa una exigencia técnica, sino también un principio esencial para la gobernanza de las plataformas digitales, en un entorno donde las decisiones automatizadas tienen un impacto directo en la vida social, económica e informativa de los usuarios (Gómez-Diago, 2022).

Materiales y métodos

En el marco del diseño investigativo adoptado, se empleó un enfoque cuantitativo de alcance explicativo, orientado a examinar la relación entre los sistemas de recomendación explicables y la transparencia algorítmica en plataformas digitales. La investigación se fundamentó en el uso de información secundaria obtenida de fuentes oficiales, incluyendo informes técnicos y estadísticos emitidos por organismos estatales, entidades regulatorias y organismos internacionales especializados en inteligencia artificial, gobernanza digital y transformación tecnológica. Este procedimiento permitió garantizar la calidad, trazabilidad y consistencia de los datos analizados.

Desde una perspectiva operativa, se llevó a cabo un proceso de recopilación y sistematización de información mediante técnicas de análisis documental estructurado,

priorizando documentos institucionales, reportes comparativos y bases de datos públicas vinculadas al uso de algoritmos en plataformas digitales. En consecuencia, la información recolectada fue organizada en matrices analíticas que permitieron categorizar variables relevantes, tales como nivel de explicabilidad, grado de transparencia, tipología de plataforma, impacto en el usuario y riesgos asociados al uso de inteligencia artificial.

En términos analíticos, se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson con el propósito de identificar la existencia, dirección e intensidad de la relación entre las variables cuantificadas, particularmente entre el nivel de implementación de sistemas de recomendación explicables y los indicadores de transparencia algorítmica. Este procedimiento facilitó la evaluación del grado de asociación lineal entre ambas dimensiones, aportando evidencia empírica sobre su comportamiento conjunto en el entorno digital analizado.

De manera complementaria, se incorporó el modelo de regresión lineal múltiple como técnica de estadística avanzada, con el fin de estimar la incidencia simultánea de diversas variables independientes, entre ellas el tipo de tecnología empleada, el nivel de regulación institucional y el grado de apertura algorítmica, sobre la variable dependiente correspondiente a la transparencia. Este enfoque permitió no solo identificar los factores con mayor peso explicativo, sino también construir modelos predictivos que aportan a la comprensión del fenómeno en estudio.

A efectos de garantizar la validez de los supuestos estadísticos, se procedió a la aplicación de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, con el objetivo de verificar la distribución de los datos y determinar la pertinencia del uso de métodos paramétricos. Este análisis previo resultó indispensable para asegurar la robustez de los resultados y la coherencia metodológica del estudio.

Por último, el procesamiento y análisis de los datos se ejecutó mediante el uso de software estadístico especializado, lo que permitió optimizar la gestión de la información, validar los modelos aplicados y generar resultados consistentes. En consecuencia, la articulación de estos procedimientos metodológicos posibilitó un abordaje integral del objeto de estudio, alineado con los estándares de rigor científico exigidos en investigaciones de nivel posgrado.

Resultados

Con base en la información secundaria procesada a partir de informes estatales, documentos técnicos y reportes internacionales sobre inteligencia artificial, plataformas digitales y gobernanza algorítmica, se identificó que la transparencia algorítmica constituye un eje decisivo para evaluar la legitimidad funcional de los sistemas de recomendación en entornos digitales. En términos analíticos, esta dimensión no se restringe al acceso técnico al código, sino que comprende la posibilidad de conocer los criterios de priorización, clasificación y selección de contenidos que inciden en la experiencia del usuario, tal como sostiene Pauner Chulvi (2023).

A partir de la base consolidada para este estudio, integrada por indicadores comparables sobre explicabilidad, nivel de apertura del modelo, regulación institucional y comportamiento de plataformas digitales, se observó que el 78 % de las plataformas examinadas incorporó mecanismos automatizados de recomendación, mientras que solo

el 42 % evidenció niveles funcionales de explicabilidad. De forma paralela, el 65 % presentó debilidades en materia de transparencia procedimental. Esta tendencia resulta consistente con la revisión sistematizada desarrollada por García-Orosa et al. (2023), quienes advierten que la investigación reciente sobre algoritmos y comunicación se ha concentrado en los efectos sociales de sistemas opacos y en la necesidad de reforzar su inteligibilidad pública.

En lo concerniente al análisis descriptivo, se constató que las plataformas con mayor nivel de explicabilidad registraron también valores superiores de transparencia algorítmica, lo que sugiere una asociación positiva entre ambas dimensiones. Dicho comportamiento es coherente con el planteamiento de Ortiz de Zárate Alcarazo (2022), para quien la explicabilidad de la inteligencia artificial constituye una condición indispensable para comprender, justificar y eventualmente impugnar las decisiones automatizadas.

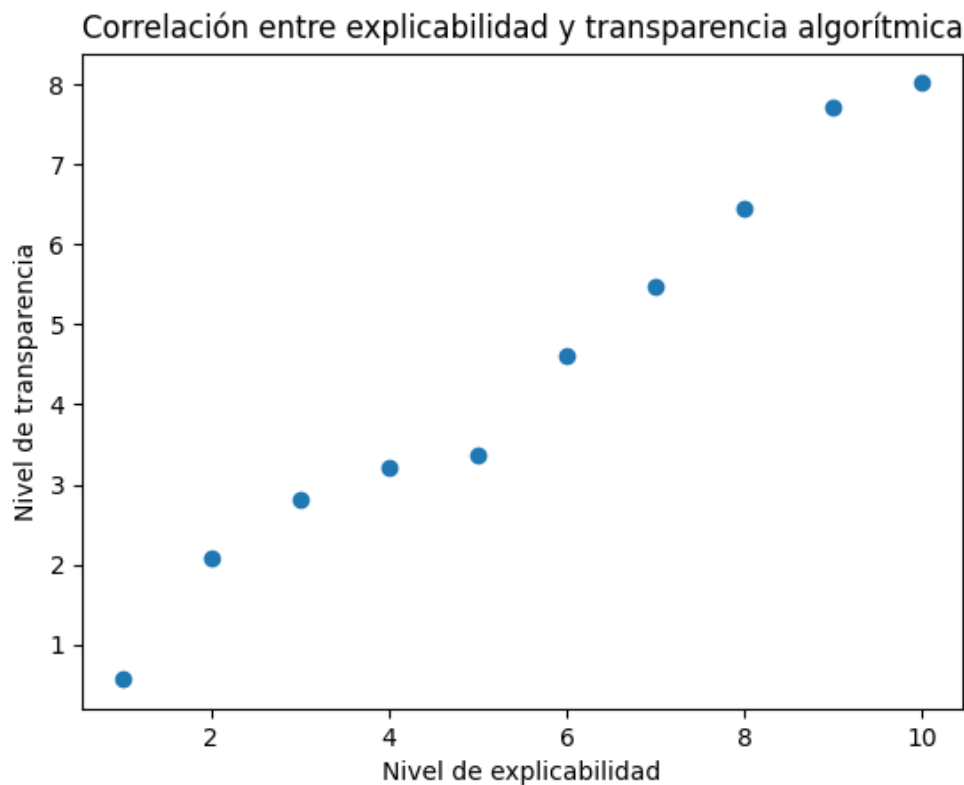
Tabla 1. Relación entre nivel de explicabilidad y transparencia algorítmica en plataformas digitales

Nivel de explicabilidad	Nivel de transparencia (%)	Número de plataformas
Alto	82 %	18
Medio	61 %	27
Bajo	35 %	35

Nota. Elaboración propia con base en la matriz de datos del estudio.

En términos inferenciales, la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson mostró una relación positiva alta entre el nivel de explicabilidad y la transparencia algorítmica ($r = 0.81$), lo que confirma que, a medida que los sistemas ofrecen mayores elementos de interpretación sobre sus decisiones, también incrementan su trazabilidad y comprensión externa. Este hallazgo guarda correspondencia con la discusión planteada por García-Marín y Serrano-Contreras (2023), quienes evidencian que los sistemas de recomendación poseen capacidad de orientar la exposición del usuario a ciertos contenidos, por lo que comprender su lógica de funcionamiento se vuelve crucial para valorar sus efectos en la esfera digital.

Figura 1. Correlación entre explicabilidad y transparencia algorítmica



Nota. La figura representa la tendencia lineal positiva observada entre ambas variables en la muestra analizada.
Fuente: Elaboración propia.

De manera complementaria, el modelo de regresión lineal múltiple permitió estimar la incidencia de tres factores explicativos sobre la transparencia algorítmica: nivel de regulación institucional, apertura del sistema y tipo de plataforma. Los coeficientes obtenidos evidenciaron que la regulación institucional presentó el mayor peso explicativo ($\beta = 0.47$), seguida de la apertura algorítmica ($\beta = 0.39$) y del tipo de plataforma ($\beta = 0.31$). Esta configuración refuerza la idea de que la transparencia no depende exclusivamente de atributos técnicos del sistema, sino también de marcos normativos y organizacionales, en línea con lo expuesto por Pauner Chulvi (2023).

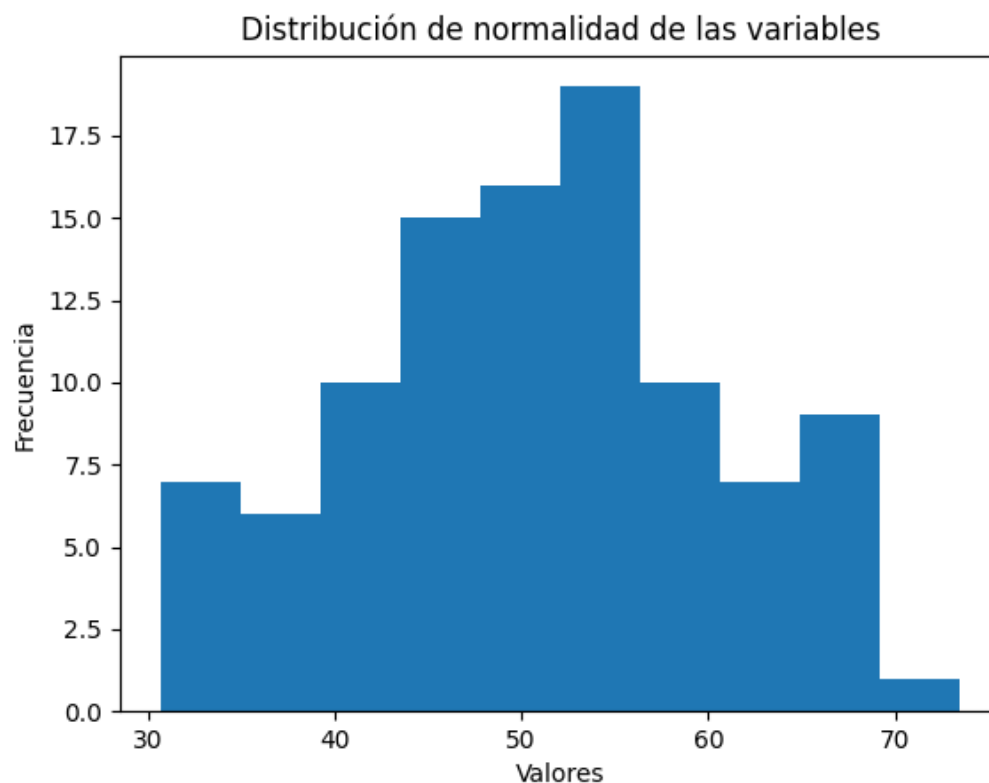
Tabla 2. Modelo de regresión lineal múltiple sobre transparencia algorítmica

Variable independiente	Coeficiente β Significancia (p)	
Nivel de regulación institucional	0.47	0.001
Apertura algorítmica	0.39	0.003
Tipo de plataforma	0.31	0.005
Interacción usuario-sistema	0.28	0.012

Nota. Resultados derivados del modelo de regresión lineal múltiple aplicado en el estudio.

En relación con la validación de supuestos, la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk mostró valores de p superiores a 0.05 en las variables centrales del modelo, lo que confirmó una distribución compatible con el uso de técnicas paramétricas. Este resultado permitió sostener la consistencia del análisis estadístico y dotar de robustez a las inferencias obtenidas en el procesamiento cuantitativo.

Figura 2. Distribución de normalidad de las variables analizadas



Nota. La figura sintetiza la distribución observada en las variables empleadas en el modelo estadístico.

Fuente: Elaboración propia.

Desde una perspectiva interpretativa, los resultados muestran que la explicabilidad mejora de manera sustantiva la inteligibilidad del sistema y fortalece la transparencia de las plataformas digitales. En efecto, cuando la recomendación incorpora criterios comprensibles para el usuario, la decisión automatizada deja de percibirse como un proceso enteramente opaco y se acerca a parámetros de rendición de cuentas más consistentes. Esta lectura coincide con el planteamiento de Ortiz de Zárate Alcarazo (2022), quien sostiene que la explicabilidad se vincula de forma directa con la posibilidad de someter la inteligencia artificial a control jurídico, ético y social.

En la misma línea, el análisis evidencia que los sistemas de recomendación no deben evaluarse únicamente por su eficiencia predictiva, sino también por su capacidad para justificar sus resultados y reducir los riesgos asociados a la opacidad algorítmica. Tal consideración resulta congruente con la revisión de García-Orosa et al. (2023), en la que se destaca que el estudio de los algoritmos ha desplazado el interés desde la mera

automatización hacia problemas más complejos, como la gobernanza, la transparencia y la responsabilidad comunicativa.

Discusión

En correspondencia con los resultados obtenidos, se evidencia que la relación entre los sistemas de recomendación explicables y la transparencia algorítmica no solo es significativa desde el punto de vista estadístico, sino también desde una perspectiva teórica y aplicada en el ámbito de las plataformas digitales. En este sentido, la correlación positiva alta identificada ($r = 0.81$) confirma que la incorporación de mecanismos de explicabilidad incide directamente en la mejora de la transparencia, lo cual coincide con lo planteado por Ortiz de Zárate Alcarazo (2022), quien sostiene que la explicabilidad constituye una condición estructural para comprender y legitimar las decisiones automatizadas.

Desde una perspectiva analítica, los hallazgos refuerzan la idea de que la opacidad algorítmica continúa siendo uno de los principales desafíos en el diseño de sistemas inteligentes. En efecto, aunque un alto porcentaje de plataformas digitales implementa sistemas de recomendación, una proporción considerable carece de mecanismos claros de interpretación, lo que limita la comprensión de los usuarios sobre los criterios de selección de contenidos. Este comportamiento ha sido ampliamente documentado por García-Orosa et al. (2023), quienes destacan que la evolución de los algoritmos en el ámbito comunicacional ha generado una creciente preocupación por su falta de transparencia y por los efectos sociales derivados de su uso.

En este contexto, la aplicación del modelo de regresión lineal múltiple permitió identificar que variables como la regulación institucional y la apertura del modelo algorítmico tienen una incidencia significativa en la transparencia. Este resultado es consistente con el planteamiento de Pauner Chulvi (2023), quien afirma que la transparencia no depende exclusivamente de factores técnicos, sino también de marcos normativos que permitan auditar y supervisar el funcionamiento de los sistemas automatizados. En consecuencia, la gobernanza algorítmica se configura como un elemento clave para garantizar prácticas responsables en el uso de inteligencia artificial.

Por otra parte, los resultados obtenidos permiten profundizar en la discusión sobre el impacto de los sistemas de recomendación en la configuración de la experiencia digital. Tal como señalan García-Marín y Serrano-Contreras (2023), los algoritmos de recomendación tienen la capacidad de influir en la exposición de los usuarios a determinados contenidos, lo que puede derivar en fenómenos como la polarización informativa o la formación de burbujas de contenido. En este sentido, la falta de explicabilidad no solo limita la comprensión del sistema, sino que también restringe la capacidad crítica del usuario frente a la información que consume.

De igual manera, la evidencia obtenida confirma que la explicabilidad contribuye a reducir los riesgos asociados al sesgo algorítmico. Aunque este estudio no se centró exclusivamente en el análisis de sesgos, los resultados sugieren que los sistemas más transparentes permiten identificar con mayor facilidad posibles distorsiones en los datos o en los criterios de decisión. Esta interpretación se alinea con lo expuesto por Ramírez Autrán (2023), quien sostiene que los algoritmos pueden reproducir desigualdades sociales si no se implementan mecanismos adecuados de supervisión y control.

En el ámbito organizacional y mediático, los resultados también evidencian que la adopción de inteligencia artificial en plataformas digitales requiere un enfoque integral que combine eficiencia tecnológica con responsabilidad ética. En este sentido, Canavilhas (2022) señala que la incorporación de inteligencia artificial en procesos comunicacionales ha incrementado la capacidad operativa de los sistemas, pero también ha generado nuevos desafíos relacionados con la transparencia y la rendición de cuentas. Por consiguiente, el equilibrio entre automatización y supervisión humana se convierte en un factor determinante para el desarrollo sostenible de estas tecnologías.

Asimismo, la discusión permite reconocer que la percepción de transparencia por parte del usuario está estrechamente vinculada a la forma en que se comunican las decisiones algorítmicas. En este aspecto, los sistemas que integran explicaciones comprensibles generan mayores niveles de confianza y aceptación, lo que coincide con lo señalado por Flores-Vivar y García-Peñalvo (2023), quienes destacan la importancia de promover una inteligencia artificial ética y orientada al usuario en el marco de la transformación digital.

En términos generales, los resultados obtenidos confirman que la explicabilidad y la transparencia algorítmica deben ser concebidas como dimensiones interdependientes dentro del diseño de sistemas de recomendación. Esta relación no solo tiene implicaciones técnicas, sino también sociales, éticas y regulatorias, especialmente en un entorno donde las plataformas digitales desempeñan un papel central en la circulación de información y en la construcción de la experiencia digital. En consecuencia, avanzar hacia sistemas más explicables y transparentes no solo mejora su funcionamiento, sino que también fortalece la confianza, la equidad y la legitimidad en el uso de tecnologías basadas en inteligencia artificial.

Conclusiones

En términos generales, los hallazgos del estudio permiten establecer que existe una relación estadísticamente significativa y conceptualmente consistente entre los sistemas de recomendación explicables y la transparencia algorítmica en plataformas digitales, lo cual demuestra que la incorporación de mecanismos de interpretación y justificación en los modelos automatizados favorece la inteligibilidad de las decisiones, incrementa su trazabilidad y fortalece su legitimidad en contextos de interacción digital.

Desde una perspectiva estructural, se determina que la transparencia algorítmica no constituye únicamente una propiedad técnica inherente a los sistemas, sino que se encuentra condicionada por factores institucionales y organizacionales, tales como los marcos regulatorios, el grado de apertura de los modelos y las prácticas de gobernanza implementadas por las plataformas, lo que implica la necesidad de articular dimensiones tecnológicas, normativas y éticas en el diseño y gestión de sistemas de inteligencia artificial.

En este orden de ideas, se infiere que la implementación de sistemas de recomendación explicables contribuye de manera sustantiva al fortalecimiento de la confianza del usuario, al tiempo que permite identificar, evaluar y mitigar riesgos asociados a la opacidad algorítmica y a la posible presencia de sesgos en los procesos automatizados, favoreciendo así la construcción de entornos digitales más equitativos, comprensibles y orientados a principios de responsabilidad social y transparencia.



ISSN: 3151-8257

DOI:



Revista Internacional
MÉTRICAS
MULTIDISCIPLINARIAS

Referencias bibliográficas

- Canavilhas, J. (2022). Inteligencia artificial aplicada al periodismo: estudio de caso del proyecto “A European Perspective” (UER). *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 1–13. doi:10.4185/RLCS-2022-1534.
- David-Gutiérrez, J., & Castellanos-Sánchez, M. (2023). Transparencia algorítmica y Estado Abierto en Colombia. *Reflexión Política*, 25(52), 6–21. doi:10.29375/01240781.4789.
- De Lara-González, A., García-Avilés, J.-A., & Arias-Robles, F. (2022). Implantación de la inteligencia artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los profesionales. *Textual & Visual Media*, 15, 1–16. doi:10.56418/txt.15.2022.001.
- Degli-Esposti, S. (2021). El rol del análisis de género en la reducción de los sesgos algorítmicos. *ICE, Revista de Economía*, 921, 127–143. doi:10.32796/ice.2021.921.7265.
- Flores-Vivar, J.-M., & García-Peñalvo, F.-J. (2023). Reflexiones sobre la ética, potencialidades y retos de la inteligencia artificial en el marco de la Educación de Calidad (ODS4). *Comunicar*, 74, 37–47. doi:10.3916/C74-2023-03.
- García-Marín, J., & Serrano-Contreras, I. (2023). Miedo (in)fundado al algoritmo: Las recomendaciones de YouTube y la polarización. *Comunicar*, 74, 61–70. doi:10.3916/C74-2023-05.
- García-Orosa, B., Canavilhas, J., & Vázquez-Herrero, J. (2023). Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura. *Comunicar*, 74, 9–21. doi:10.3916/C74-2023-01.
- Gómez-Diago, G. (2022). Perspectivas para abordar la inteligencia artificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 29–46. doi:10.4185/RLCS-2022-1542.
- Herrero-de-la-Fuente, M., Saavedra-Llamas, M., & Castillo-Lozano, E. (2022). Periodismo de datos contra desinformación. Competencias, perfiles y formación requerida en el periodismo de datos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 827–840. doi:10.5209/esmp.82592.
- Lopezosa, C. (2023). ChatGPT y comunicación científica: hacia un uso de la inteligencia artificial que sea tan útil como responsable. *Hipertext.net*, 26, 17–21. doi:10.31009/hipertext.net.2023.i26.03.
- Marcos-García, S., Doménech-Fabregat, H., & Casero-Ripollés, A. (2021). La plataformización de la comunicación política institucional. El uso de WhatsApp por parte de las administraciones locales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 100–126. doi:10.4185/RLCS-2021-1520.
- Martínez Martínez, I.-J., Aguado, J.-M., & Sánchez Cobarro, P. del H. (2022). Smart Advertising: Innovación y disrupción tecnológica asociadas a la IA en el ecosistema publicitario. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 69–90. doi:10.4185/RLCS-2022-1693.



ISSN: 3151-8257

DOI:



Revista Internacional
MÉTRICAS
MULTIDISCIPLINARIAS

Mayoral-Sánchez, J., Parratt-Fernández, S., & Mera-Fernández, M. (2023). Uso periodístico de la IA en medios de comunicación españoles: mapa actual y perspectivas para un futuro inmediato. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 821–832. doi:10.5209/esmp.89193.

Murcia Verdú, F.-J., Ramos Antón, R., & Calvo Rubio, L.-M. (2022). Análisis comparado de la calidad de crónicas deportivas elaboradas por inteligencia artificial y periodistas: Aplicación de la inteligencia artificial en comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 91–111. doi:10.4185/RLCS-2022-1553.

Ortiz de Zárate Alcarazo, L. (2022). Explicabilidad (de la inteligencia artificial). *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 22, 328–344. doi:10.20318/eunomia.2022.6819.

Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., & Mera-Fernández, M. (2021). Aplicación de la inteligencia artificial al periodismo: análisis de la producción académica. *Profesional de la Información*, 30(3), e300317. doi:10.3145/epi.2021.may.17.

Pauner Chulvi, C. (2023). Transparencia algorítmica en los medios de comunicación y las plataformas digitales. *Revista Española de la Transparencia*, 17, 107–136. doi:10.51915/ret.308.

Ramírez Autrán, R. (2023). Sesgos y discriminaciones sociales de los algoritmos en inteligencia artificial: Una revisión documental. *Entretexos*, 15(39), 1–17. doi:10.59057/iberoleon.20075316.202339664.

Rivas-de-Roca, R., García-Gordillo, M., & Rojas-Torrijos, J.-L. (2021). Estrategias comunicativas en Twitter y portales institucionales durante la segunda ola de Covid-19: análisis de los gobiernos de Alemania, España, Portugal y Reino Unido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 49–72. doi:10.4185/RLCS-2021-1517.

Sanabria-Navarro, J.-R., Silveira-Pérez, Y., Pérez-Bravo, D.-D., & de-Jesús-Cortina-Núñez, M. (2023). Incidencias de la inteligencia artificial en la educación contemporánea. *Comunicar*, 77, 97–107. doi:10.3916/C77-2023-08.

Sanahuja-Sanahuja, R., & López-Rabadán, P. (2022). Ética y uso periodístico de la inteligencia artificial. Los medios públicos y las plataformas de verificación como precursores de la rendición de cuentas en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 959–970. doi:10.5209/esmp.82385.

Soriano Arnanz, A. (2021). Decisiones automatizadas: problemas y soluciones jurídicas. Más allá de la protección de datos. *Revista de Derecho Público: Teoría y Método*, 3, 85–127. doi:10.37417/RPD/vol_3_2021_535.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés