



Universidad Autónoma del Estado de México

Comunicado 132

Algoritmos de IA influyen de forma silenciosa pero poderosa en emociones y decisiones de millones de jóvenes*

**La personalización, que busca aumentar el tiempo de permanencia del usuario, puede tener efectos negativos en jóvenes que atraviesan procesos de construcción emocional y de identidad.*

Temascaltepec, Méx. - 9 de octubre de 2025.* En un entorno cada vez más digitalizado, los algoritmos de inteligencia artificial (IA) presentes en redes sociales, plataformas de streaming y servicios digitales están influyendo de forma silenciosa pero poderosa en las emociones y decisiones de millones de jóvenes, advirtió el catedrático e investigador del Centro Universitario Temascaltepec de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), Rafael Valentín Mendoza Méndez.

“Los algoritmos aprenden de nosotros de forma permanente. Observan lo que buscamos, cuánto tiempo vemos un video o qué contenido comentamos, y con base en eso nos muestran más de lo mismo”, explicó el coordinador de la Maestría en Ciencias de la Computación y líder de este proyecto de investigación sobre el impacto emocional de la IA en estudiantes.

El académico miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) puntualizó que esta personalización, que busca aumentar el tiempo de permanencia del usuario, puede tener efectos negativos en jóvenes que atraviesan procesos de construcción emocional y de identidad.

La IA, enfatizó, no fue diseñada para dañar, sino para mantenerte enganchado. Así, por ejemplo, un adolescente que busca alimentación saludable comienza a recibir contenido sobre dietas, rutinas de ejercicio y cuerpos idealizados. Y si no ha desarrollado una autoestima sólida, esta sobreexposición puede derivar en ansiedad, depresión o insatisfacción con su cuerpo.

Frente a este panorama, Mendoza Méndez propuso una solución educativa: enseñar a los jóvenes a comprender cómo funcionan los algoritmos, para que puedan “entrenarlos” conscientemente y dirigir su consumo digital hacia contenidos que les benefician. “La clave es formar usuarios críticos, que no solo consuman pasivamente, sino que decidan qué tipo de información desean recibir”, destacó.

Afirmó que este enfoque está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente el ODS 4 (Educación de Calidad) y el ODS 3 (Salud y Bienestar). Y es que la tecnología, consideró, debe estar al servicio del bienestar y no contribuir a problemas psicoemocionales.

Refirió que el proyecto de investigación que coordina comenzó hace dos meses y reúne a expertos de distintos campus de la UAEMéx, como la Facultad de Ciencias de la Conducta y los centros universitarios Zumpango y Atlacomulco.





Universidad Autónoma del Estado de México

El objetivo, señaló, es identificar las causas detrás de la falta de criterio al consumir contenido digital y proponer estrategias para que sean los usuarios quienes controlen al algoritmo y no al revés.

Además, advirtió sobre un fenómeno emergente denominado “deuda cognitiva”, recientemente estudiado y que se refiere a la pérdida de pensamiento crítico en personas que dependen de la IA para resolver todo. “Estamos formando jóvenes que saben usar herramientas, pero deben también saber para qué usarlas y cómo resolver problemas con ellas”, dijo.

Finalmente, Rafael Valentín Mendoza Méndez subrayó que las redes sociales y plataformas digitales no son ni buenas ni malas en sí mismas. “Todo depende del uso que se les dé y del nivel de conciencia con el que interactuamos con ellas”, dijo

