



COMUNICACIÓN BREVE

Estudio sobre el impacto de las herramientas de inteligencia artificial en el desarrollo de las clases universitarias de la escuela de comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Study on the impact of artificial intelligence tools in the development of university classes at the school of communication of the Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Gonzalo Junior Junco Luna¹ 

¹Centro de Investigaciones Científicas, Sociales y Tecnológicas del Perú (CICSTEP), Lima, Perú.

Citar como: Junco Luna GJ. Study on the impact of artificial intelligence tools in the development of university classes at the school of communication of the Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Metaverse Basic and Applied Research. 2023;2:51. <https://doi.org/10.56294/mr202351>

Enviado: 02-05-2023

Revisado: 23-07-2023

Aceptado: 01-10-2023

Publicado: 02-10-2023

Editor: Lic. Mabel Cecilia Bonardi 

Nota: Artículo presentado en el Congreso Internacional en Educación, Tecnología y Ciencia 2023 (CIETYC).

RESUMEN

El avance tecnológico ha llevado al desarrollo de elementos computacionales aplicables en diversas esferas de la actividad humana. Destaca la Inteligencia Artificial (IA), cuyo crecimiento está transformando, entre otros aspectos, cómo los estudiantes experimentan el proceso educativo. En este contexto, este estudio tiene como objetivo evaluar el impacto del uso de herramientas de IA en las clases universitarias de los alumnos de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión (Lima, Perú). Siguiendo un enfoque cuantitativo con alcance experimental, se llevaron a cabo tres jornadas de trabajo centradas en el uso de tres herramientas de IA aplicadas a las materias de Redacción Periodística, Redacción Publicitaria y Comunicación Audiovisual. Participaron 84 estudiantes del quinto, séptimo y noveno ciclo de estudios de la referida escuela. Los resultados indican que los estudiantes valoran la relevancia de las herramientas de IA en su formación académica y desarrollo profesional. Sin embargo, se resaltan dificultades relacionadas con la conectividad a internet para un rendimiento óptimo de las plataformas de IA y la plena utilización de sus beneficios. El estudio concluye enfatizando la necesidad de más espacios para la difusión y socialización de experiencias sobre el potencial de la IA, con miras a expandir y conectar a la comunidad académica universitaria.

Palabras Clave: Inteligencia Artificial; Chatgpt; Chat Openai; Tecnologías De La Información Y La Comunicación; Ciencias De La Comunicación; Comunicación; Comunicación Social; Nuevos Medios.

ABSTRACT

Technological progress has led to the development of computational elements applicable in various spheres of human activity. Artificial Intelligence (AI) stands out, whose growth is transforming, among other aspects, how students experience the educational process. In this context, this study aims to evaluate the impact of the use of AI tools in university classes of students at the Academic Professional School of Communication Sciences of the Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión (Lima, Peru). Following a quantitative approach with experimental scope, three working days focused on the use of three AI tools applied to the subjects of Journalistic Writing, Advertising Writing and Audiovisual Communication. Eighty-four students from the fifth, seventh and ninth cycles of studies at the aforementioned school participated. The results indicate that students value the relevance of AI tools in their academic training and professional development. However, difficulties related to internet connectivity for optimal performance of AI platforms and full

utilization of their benefits are highlighted. The study concludes by emphasizing the need for more spaces for the dissemination and socialization of experiences on the potential of AI, with a view to expanding and connecting the university academic community.

Keywords: Artificial Intelligence; Chatgpt; Chat Openai; Information And Communication Technologies; Communication Sciences; Communication; Social Communication; New Media.

INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos siempre generan asombro. El amplio espectro de acción que abarcan produce innovaciones que por una parte remplazan procesos existentes y por otra crean nuevos. Esta peculiar evolución trajo consigo la aparición de nuevos conceptos como bytes, internet, algoritmo y, hoy en día, Inteligencia Artificial (IA). Ante ese panorama, el ser humano como parte integrante de la sociedad no está exento a sus efectos e implicancias cualquiera que sea el papel que desempeñe dentro de la estructura social.

Los impactos de las tecnologías de la IA no requieren de un futuro para impactar de diversas maneras en este mundo globalizado, ya que una de las consecuencias y ejes dinámicos de este proceso se sustenta en estas tecnologías que optimizan muchas y diversas actividades: en el mundo de la interactividad a tiempo real, las consecuencias de las posibles alteraciones que sean producto de la aplicación de la IA plantearán lugar a nuevos y trascendentales desafíos;⁽¹⁾ haciendo ver que los impactos causados por las revoluciones industriales y otras más del siglo XX sean mínimas en relación con lo que se está gestando en base a la IA, lo que plantea enormes encrucijadas y problemas asociados por el alcance y velocidad de aquellos posibles impactos.^(2,3)

En definitiva, las tecnologías han hecho parte importante en la vida de todo ser humano. Castells (1998), sostiene que las tecnologías dominantes de una sociedad producen consecuencias sociales que determinan la vida de las personas, por cuanto las innovaciones tecnológicas obligan a los seres humanos a adoptar una nueva forma de vida con valores nuevos.⁽⁴⁾

Esto implica que sean modificadas o eliminadas muchas capacidades humanas, pero se extienden otras, gracias a esto se puede observar como se han movido las tecnologías en el tiempo y su influencia sobre la sociedad en una especie de relación simbiótica. La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada día más sus necesidades de comunicación, ha sido impulso para lograr la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo.⁽⁵⁾

Precisamente es ese proceso comunicativo el que se ha valido, en los últimos años, de los beneficios que la IA ha consolidado: la web semántica, la personalización del consumo digital, la segmentación publicitaria avanzada, entre otros. Un escenario sobre el que Renato Gómez Herrera reflexionaba en sus escritos.

Al parecer la inteligencia artificial promete un mundo fantástico, pero ¿realmente lo será? ¿Qué pasará, por ejemplo, con la enorme cantidad de seres humanos que no tienen acceso a la educación ni a la tecnología?, ¿qué pasará con las relaciones humanas y con la economía, con la enorme brecha entre ricos

y pobres, entre desarrollo y subdesarrollo? No sabemos a ciencia cierta cuál será el futuro de la humanidad, pero sí sabemos que indudablemente cambiarán las relaciones de producción y quizá de comunicación.⁽⁶⁾

Como es evidente, el cambio forma parte de nuestra evolución. Adaptarnos a él no es una elección sino un deber. Y uno de los campos que se renueva constantemente gracias a la tecnología es la educación y para ser más exactos la educación superior.

Dentro de la educación superior, una carrera profesional perteneciente a las Ciencias Sociales y Humanidades bastante vinculada al avance de los sistemas computacionales son las Ciencias de la Comunicación, disciplina que posee distintas ramas de estudio, tales como el Periodismo, la Publicidad, la Comunicación Audiovisual, entre otras. La irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) y de tecnologías como Machine Learning o Deep Learning, está transformando ya la manera en la que los comunicadores desempeñan su labor en los medios de comunicación y/o en las organizaciones públicas o privadas. Si tomamos de ejemplo el Periodismo, se puede notar que la IA viene alterando sustancialmente sus prácticas más añejas.

Según Gómez-Diago⁽⁷⁾ (2022), la actividad periodística es una de las actividades que se están viendo más afectadas por la introducción y la extensión en el uso de tecnologías de IA en un contexto en el que el periodismo ha experimentado un giro cuantitativo,⁽⁸⁾ y en el que utiliza algoritmos para recopilar y analizar información,⁽⁹⁾ para clasificar y agrupar datos, y “feeds” de noticias que se personalizan según el comportamiento del usuario.⁽¹⁰⁾

Se habla de un periodismo computacional, algorítmico, robot-periodismo o aumentado, que requiere habilidades como la aritmética, la capacidad de trabajar con números de manera precisa, y la comprensión de conceptos básicos de estadística descriptiva,⁽¹⁰⁾ y que es necesario diferenciar de otras actividades en las que se utilizan datos, pues el periodismo se orienta a la creación, a la verificación y a la comunicación de conocimiento desde valores normativos como la honestidad, la investigación y la equidad.^(7,11)

En ese contexto, el presente estudio marcó su objetivo en mostrar el impacto del uso de herramientas de IA en el desarrollo de materias específicas dentro de las clases universitarias de los alumnos de la Escuela

Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión (Lima, Perú), quienes participaron en 3 jornadas de trabajo donde se pudo observar la interacción, el grado de interés y nivel de aprehensión respecto de las herramientas de inteligencia artificial.

MÉTODOS

La investigación se circunscribió dentro del enfoque cuantitativo con un alcance experimental. Se realizaron 3 jornadas de trabajo acerca del uso de 3 herramientas de inteligencia artificial para el desarrollo de las materias de Redacción Periodística, Redacción Publicitaria y Comunicación Audiovisual, con la participación de 84 estudiantes del quinto, sétimo y noveno ciclo de estudios de la mencionada escuela académica.

La aplicación de la metodología se dio bajo los siguientes objetivos específicos:

- a) Conocer el grado de satisfacción de los estudiantes respecto de su experiencia usando herramientas de IA en el desarrollo de sus materias.
- b) Determinar el nivel de relevancia del empleo de plataformas de IA para el campo de aplicación profesional de los estudiantes.
- c) Identificar el rango de dificultad de los estudiantes respecto del manejo de las herramientas de IA en sus clases.
- d) Visibilizar las dificultades inherentes al proceso de aprendizaje relacionado al uso de las plataformas de IA en la solución de tareas propuestas dentro de la clase.
- e) Mostrar la magnitud del interés de los universitarios sobre la toma de futuras capacitaciones acerca de IA.

La recolección de datos se realizó de la siguiente manera:

A. Elección del grupo de muestreo: se estableció que la población universitaria sujeto de estudio fuera los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, de la ciudad de Huacho, provincia de Lima (Perú), de los ciclos: quinto, sétimo y noveno.

B. Identificación de materias de Comunicación propicias para la utilización de herramientas de IA: de acuerdo con la elección de las siguientes herramientas de IA: ChatGPT, Midjourney y Leonardo se determinó que los cursos lectivos propicios para su aplicación fuesen Redacción Periodística, perteneciente al quinto ciclo de estudios; Redacción Publicitaria, cursado en el sétimo ciclo; y Comunicación Audiovisual, abordado en el noveno ciclo.

C. Elaboración de las actividades experimentales: por la naturaleza de la aplicación de las plataformas de IA, se decidió que las jornadas de trabajo consistieran en 3 sesiones virtuales de 3 horas cada una, una sesión por cada curso lectivo, respectivamente.

Las sesiones comprendieron: a) una fase de introducción sobre los fundamentos de la IA y sus beneficios; b) una fase de explicación de la herramienta de IA elegida para el curso y el modo en el que opera potenciando el trabajo profesional; y c) una fase de retroalimentación y evaluación respecto a los resultados logrados.

D. Definición de los indicadores a emplear en el estudio: quedaron establecidos como indicadores los siguientes: grado de satisfacción (de los estudiantes sobre la utilización de las herramientas de IA), nivel de importancia del uso de herramientas de IA, rango de dificultad de los estudiantes, dificultad del proceso de aprendizaje ligado con la IA, y el interés acerca de capacitaciones futuras sobre IA.

E. Determinación del período de estudio: las jornadas de trabajo se realizaron el mes de febrero 2023, coincidiendo con el desarrollo habitual del ciclo lectivo 2023-I de la universidad.

F. Ejecución de las jornadas de trabajo: las sesiones virtuales iniciaron con el curso de Redacción Periodística, perteneciente al quinto ciclo de estudios, donde los estudiantes pudieron emplear la herramienta ChatGPT para optimizar la redacción de artículos, mediante la corrección de estilo, el volteo de información, validación de datos y análisis y elección de ángulos de enfoque periodístico. El curso de Redacción Publicitaria, cursado en el sétimo ciclo, fue motivo de la segunda sesión virtual. En ella los alumnos utilizaron ChatGPT y Midjourney para componer textos e imágenes persuasivas con fines comerciales, estructuraron acciones de storytelling con validación de líneas de texto ganchos, corroboradas por la IA. Finalmente, en el curso lectivo de Comunicación Audiovisual, abordado en el noveno ciclo, los universitarios emplearon ChatGPT para construir guiones técnicos y pautas de rodaje, y Leonardo, para editar vídeos y realizar animaciones con fines de comunicación institucional y comercial. Al finalizar cada clase, los estudiantes recibieron unas encuestas, instrumentos de monitoreo del presente estudio, para que colocaran sus respuestas sobre la experiencia acontecida.

- A. Descarga y procesamiento de los instrumentos de monitoreo de las jornadas de trabajo.
- B. Revisión y análisis de los datos obtenidos en contraste con los indicadores propuestos.
- C. Visualización y presentación de los resultados.

RESULTADOS

Saberes previos

Al inicio del presente estudio -aplicado a 84 estudiantes de Ciencias de la Comunicación-, antes de la

realización de las jornadas de trabajo se ejecutó una encuesta para medir el conocimiento previo de los estudiantes acerca de las herramientas de IA. Aquí se observó que la mayoría de alumnos (82 %) no había utilizado algún tipo de herramienta de IA, mientras que una minoría (18 %) sí lo utilizó durante el desarrollo de sus asignaturas universitarias (figura 1).

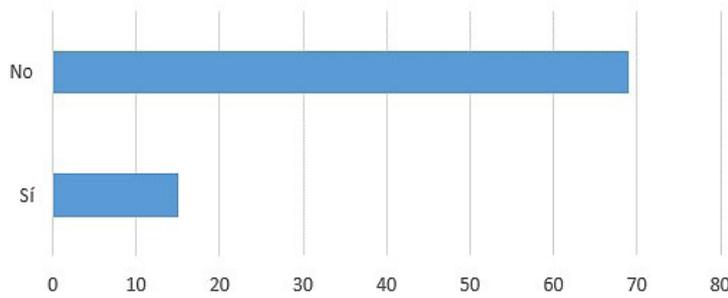


Figura 1. ¿Has interactuado con algún tipo de herramientas de IA para tus asignaciones universitarias?

Grado de satisfacción

Luego de la realización de las jornadas de trabajo se midió el grado de satisfacción de los estudiantes respecto de su experiencia utilizando herramientas de Inteligencia Artificial en el desarrollo de sus clases, observándose (figura 2) que el 81 % en total mostró un grado de satisfacción positivo, mientras que un 19 % expresó su poca o nula satisfacción.

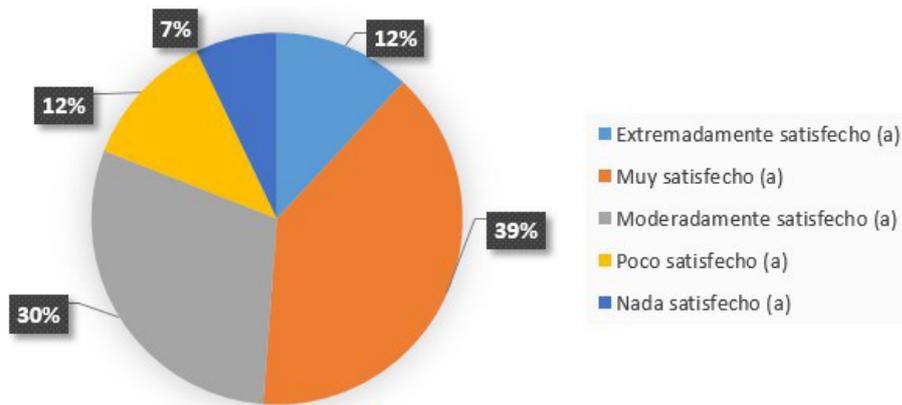


Figura 2. ¿Qué tan satisfecho estás con tu experiencia con la IA en clase?

Importancia de la IA

La figura 3 muestra que el 49 % de estudiantes sujetos de estudio consideró relevante la aplicación de la IA dentro de su quehacer profesional, cifra que supera al 24 % que afirmó que el uso de la IA es poco o nada importante para su labor comunicacional.

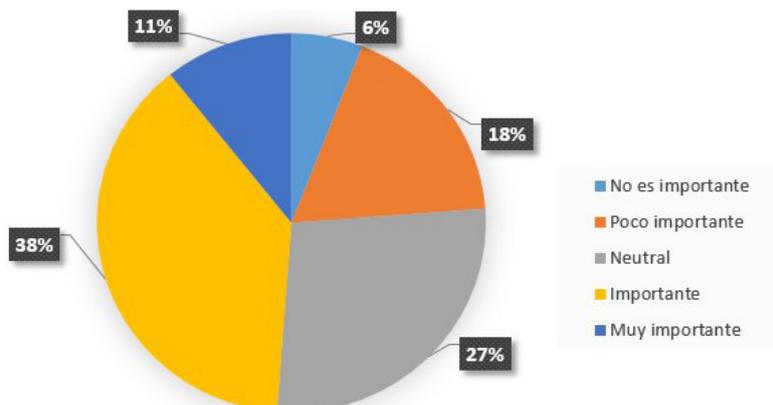


Figura 3. ¿Qué tan importante consideras el uso de la IA para tu carrera profesional?

Nivel de dificultad de la IA

Cuando se analizó el nivel de dificultad que representó para los estudiantes el uso de las herramientas de IA dentro de clase, solo el 21 % de los participantes afirmó que les fue difícil o muy difícil usarlas, en contraste con el 58 % que las consideró fáciles de aplicar.

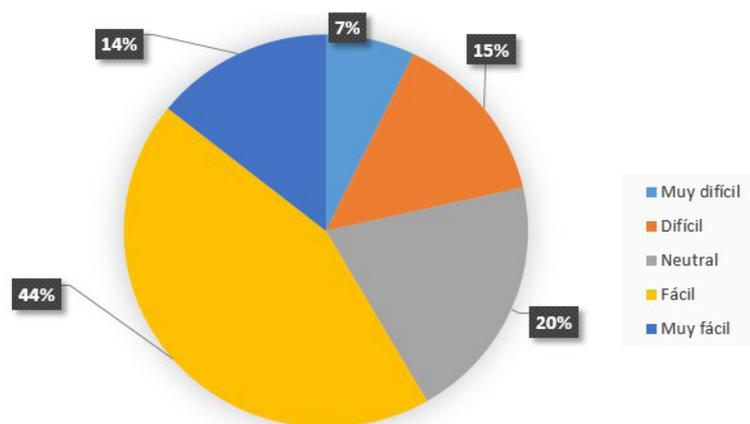


Figura 4. ¿Qué tan difícil fue para ti usar las herramientas de IA en clase?

Dificultad de contexto para usar la IA

En la figura 5 se registró la percepción de los estudiantes respecto de las dificultades complementarias a las propias plataformas de IA. De los datos se destacó que un 14 % catalogó que las herramientas de IA en sí son complejas. Por su parte, un 35 % manifestó haber presentado problemas con internet, lo que fue evidenciado durante el desarrollo de las jornadas por el facilitador pues un grupo de estudiantes reveló que la plataforma no cargaba y demoraba en conectarse o ejecutar un comando.

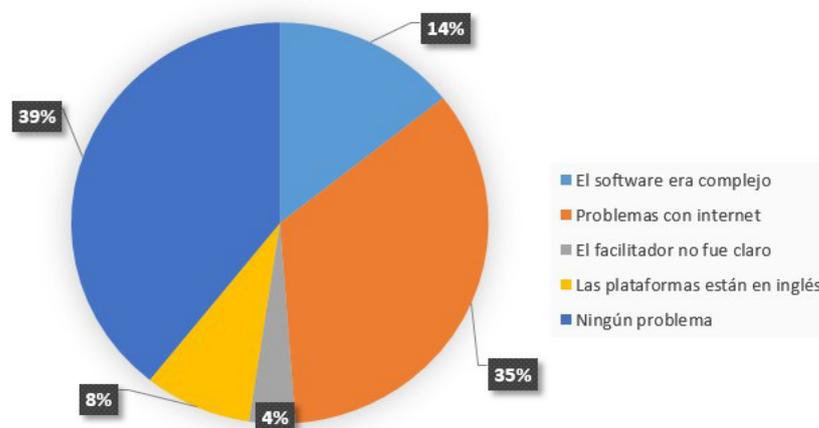


Figura 5. ¿Qué dificultades tuviste al utilizar las herramientas de IA en clase?

Interés en seguir capacitándose sobre IA

Un 85 % de los participantes de la jornada de trabajo académico demostró un grado de interés favorable por continuar capacitándose en la utilización de herramientas de IA para la mejora de su desempeño profesional, mientras que un 16 % aseguró tener poco o nulo interés en seguir con esta práctica (figura 6).

CONCLUSIONES

El estudio realizado destaca el creciente interés e importancia de los estudiantes universitarios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en relación con la aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial para su desempeño profesional.

La observación del comportamiento de los participantes durante el desarrollo de la jornada, así como su desempeño en las clases, refuerza aún más su deseo de continuar capacitándose en temas relacionados con el uso de la IA.

La aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial en varios campos del quehacer humano evidencia la evolución que esta disciplina de las ciencias de la computación ha alcanzado hasta hoy y configura una línea de desarrollo constante y creciente para los años venideros.

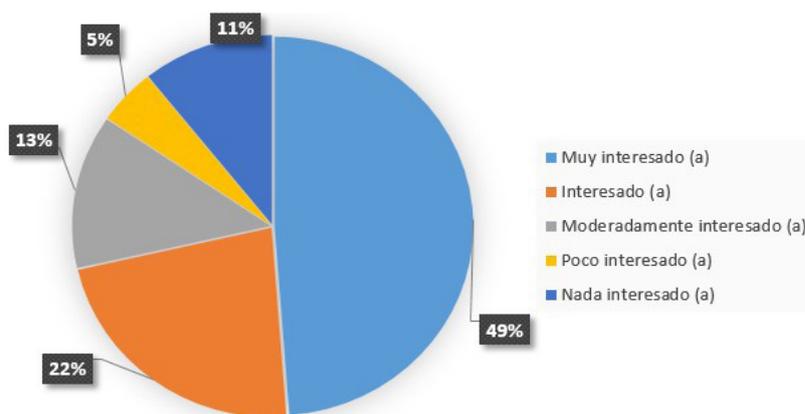


Figura 6. ¿Cuán interesado(a) estás en seguir capacitándote sobre IA?

El estudio también enfatiza, como dificultad para la adquisición de conocimientos relacionados con la IA, los problemas de conectividad de los estudiantes, los inconvenientes en la carga de la plataforma debido a problemas de internet propios de los proveedores del servicio, situaciones conocidas en el mercado peruano.

Teniendo en cuenta que este estudio se configura como una primera aproximación a futuros estudios vinculados con la aplicación de la IA en escenarios educativos, desde el CICSTEP se propone desarrollar investigaciones similares con docentes y agentes de formación educativa relacionados con el tema, como posibles líneas de investigación.

Como parte de las actividades de formación y extensión académica del CICSTEP y en consonancia con el interés de nuestros aliados, clientes y comunidad educativa, se plantea continuar con más jornadas de capacitación y concientización sobre el potencial que las herramientas de IA pueden representar para la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Diéguez A. Transhumanismo: La búsqueda tecnológica del mejoramiento humano. Barcelona: Herder Editorial; 2017.
2. Ocaña-Fernández Y, Valenzuela-Fernández LA, Garro-Aburto LL. Inteligencia artificial y sus implicaciones en la educación superior. *Propósitos y Representaciones* 2019;7:536-68. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.274>.
3. Mialhe N, Lannquist Y. Un desafío de gobernanza mundial. *Integración & comercio* 2018:218-31.
4. Cano Pita GE. Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Dominio de las Ciencias* 2018;4:499-510.
5. Montiel NDV. Tecnologías de información y comunicación para las organizaciones del siglo XXI. *CICAG* 2008;5:77-86.
6. Gómez Herrera R. La inteligencia artificial ¿Hacia dónde nos lleva? *Revista ¿Cómo ves?* 1999.
7. Gómez-Diago G. Perspectivas para abordar la inteligencia artificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes. *Revista Latina de Comunicación Social* 2022:29-46. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1542>.
8. Coddington M. Clarifying Journalism's Quantitative Turn. *Digital Journalism* 2015;3:331-48. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>.
9. Zamith R. Algorithms and Journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 2019. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.779>.
10. Mcadams M. Teaching data journalism and computational skills. 2019.

11. Lewis NP. Defining and Teaching Data Journalism: A Typology. Teaching journalism during a disruptive age. P. Guénée, M., François Bernier, P., Rodrigues Roleau y S. Puig (Eds.), Teaching journalism during a disruptive age. Conference Proceedings World Journalism Education Congress (WJEC), 2019, p. 764-79.

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

No existen.

CONTRIBUCIÓN DE LA AUTORÍA

Conceptualización: Gonzalo Junior Junco Luna.

Metodología: Gonzalo Junior Junco Luna.

Investigación: Gonzalo Junior Junco Luna.

Redacción original: Gonzalo Junior Junco Luna.

Redacción-revisión y edición: Gonzalo Junior Junco Luna.