



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE IBARRA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“ USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS
POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Educación, comunicación, culturas, sociedad y valores

AUTOR: FERNANDO MARCELO GARCÍA CÁRDENAS

ASESORA: MTR. VIVIANA GALARZA

IBARRA, JUNIO, 2024

CERTIFICADO DEL ASESOR

Certifico: Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas (ECSH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-I); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(F:)


Mgs. Viviana Noemi Galarza Ligña

C.C.: 1003002522


PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra (PUCE-I):

(f)... 

Mgs. Viviana Noemi Galarza Ligña

C.C.:

(f)... 

PhD. Sandra Ruiz Gros

C.C.: 1757611486

(f)... 

Mtr. Daniel Alejandro Díaz Gutiérrez.

C.C.: 1756381503

ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS

Yo Fernando Marcelo García Cárdenas, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de Conocimientos, Creatividad e Innovación que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o renuncia”.

Ibarra, 17 de junio de 2024



(f,.....)

Fernando Marcelo García Cárdenas

C.C.: 0401677034

ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS

Yo Fernando Marcelo García Cárdenas, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de Conocimientos, Creatividad e Innovación que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o renuncia”.

Ibarra, 17 de junio de 2024



(f,.....)

Fernando Marcelo García Cárdenas

C.C.: 0401677034

AUTORÍA

Yo, Fernando Marcelo García Cárdenas portador de la cédula de ciudadanía N° 0401677034, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de (los) autor (es) y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.



F):

Fernando Marcelo García Cárdenas

C.C.: 0401677034

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: Fernando Marcelo García Cárdenas, con CC: 0401677034, autor del trabajo de grado titulado: “Uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos por parte de los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación”, previo a la obtención del título profesional en Comunicación Social, en la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCESI al referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, lunes, 17 de junio de 2024.



(f.)

Fernando Marcelo García Cárdenas

C.C.: 0401677034

DEDICATORIA

A mi querida madre, Miriam Cumandá cuya sabiduría y amor incondicional me han guiado en cada paso de este arduo camino. Su fortaleza y dedicación han sido mi mayor fuente de inspiración y motivación.

A mi querido Padre, Luis Marcelo por su constante apoyo y enseñanzas. Gracias por creer en mí y por brindarme las herramientas necesarias para alcanzar mis metas.

A Dios, por concederme la salud, la fortaleza y la sabiduría para superar los desafíos que encontré a lo largo de este proceso. Su guía y bendiciones han sido fundamentales en cada etapa de mi vida académica.

A todas las personas que han estado conmigo, amigos y seres queridos, que, con sus palabras de aliento y compañía, han hecho que este viaje sea más llevadero. A cada uno de ustedes, les debo una parte de este logro. Gracias por estar ahí, por sus palabras, por su comprensión y por su cariño.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por su amor, apoyo y comprensión incondicional durante estos años de estudio. Su confianza en mis capacidades y su constante ánimo han sido esenciales para alcanzar este logro. Gracias por estar siempre a mi lado, brindándome fuerza y motivación en los momentos más difíciles.

A mis docentes, por su dedicación y por compartir su vasto conocimiento y experiencia. Su orientación y sabiduría han sido fundamentales en mi formación académica. Agradezco especialmente a aquellos profesores que, con su pasión por la enseñanza, han dejado una huella imborrable en mi camino profesional.

A todas las personas que me han ayudado durante mi periodo universitario, desde compañeros de clase hasta el personal administrativo. Gracias por su colaboración, amistad y por los momentos compartidos. Cada uno de ustedes ha contribuido de alguna manera en esta travesía y en la consecución de mis metas.

A Dios, por concederme la salud, la fortaleza y la sabiduría para superar los desafíos que encontré a lo largo de este proceso. Su guía y bendiciones han sido fundamentales en cada etapa de mi vida académica.

En general, quiero expresar mi gratitud a todos aquellos que, directa o indirectamente, han influido en mi desarrollo académico y personal durante mi periodo académico.

INDICE GENERAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	i
CERTIFICADO DEL ASESOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS.....	iv
ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS.....	v
AUTORÍA	vi
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
OBJETIVO GENERAL.....	xvi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xvi
1. ESTADO DEL ARTE	1
1.2 Tecnologías de la ia para la producción comunicacional.....	3
1.2.1 IA en la producción de contenido comunicacional	5
1.3 IA En el periodismo	6
1.3.2 Ia de edición para producción audiovisual	8
1.3.3 Ia y el arte digital.....	10
1.4 Ia en publicidad y marketing digital	11
1.4.1 Estrategias de contenido e IA	12
1.5 Social media y producción de contenidos	13
1.5.1 Asistentes virtuales en la creación de productos digitales.....	14
1.5.2 Impacto de la ia en la narrativa digital	15
1.6 Herramientas de ia para la recopilación y análisis de datos	17
1.6.1 Automatización de publicaciones y gestión de comunidades	18
1.7 Consideraciones éticas en el uso de ia por estudiantes	19
1.8 IA y el proceso creativo en comunicación	20
1.9 Futuro de la ia en la comunicación y educación	21
1.10 Formación del comunicador actual	22
1.10.1 El rol del comunicador en la actualidad.....	23
MATERIALES Y MÉTODOS	24
2.1 Métodos.....	24

2.2 Enfoque	24
2.3 Método	25
2.4 Técnicas	25
2.5 Encuestas.....	25
2.6 Entrevistas.....	25
2.7 Instrumentos.....	26
2.8 Muestra	27
2.9 Procedimiento	28
2.10 Variables	31
3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	31
3.1 Interpretación de las encuestas.....	32
3.2 Interpretación de las entrevistas.....	41
3.3 Discusión.....	51
4 CONCLUSIONES	55
5 RECOMENDACIONES.....	56
6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57
ANEXOS.....	66
Anexo i. cuestionario de encuesta a estudiantes de comunicación ibarra.....	66
Anexo ii. entrevista a fabricio rosero	70
Anexo iv. entrevista a viviana trejo	85
Anexo v. entrevista a franklin rivas, especialista en ia	92
Anexo vi. entrevista a hernan yaguana, especialista en ia.	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perspectivas de autores respecto a los asistentes virtuales en la creación de productos digitales.....	14
Tabla 2. Nombre de docentes y especialistas entrevistados conjuntamente con su criterio.....	29
Tabla 3. Interpretación de las respuestas correspondiente a una pregunta abierta relacionada con la existencia de asignaturas orientadas al aprendizaje y gestión de la inteligencia artificial en la malla curricular de la carrera.	40
Tabla 4. Cuestionario y frases más importantes de las entrevistas a docentes en comunicación: Fabricio Rosero, Juan Pablo Arrobo y Viviana Trejo.....	41
Tabla 5. Cuestionario y frases más importantes de las entrevistas a especialistas en IA: Francklin Rivas y Hernán Yaguana.....	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género de los estudiantes de comunicación encuestados.....	32
Gráfico 2. Edades de los estudiantes de comunicación encuestados.....	33
Gráfico 3. Niveles que cursan los estudiantes de comunicación encuestados.....	33
Gráfico 4. Propósitos de uso de inteligencia artificial.....	34
Gráfico 5. Aplicaciones más usadas para producción audiovisual por los estudiantes de comunicación.....	34
Gráfico 6. Aplicaciones más usadas para la producción visual por los estudiantes de comunicación.....	35
Gráfico 7. Aplicaciones más usadas para la producción de audio por los estudiantes de comunicación.....	36
Gráfico 8. Conocimiento de los principios básicos de la inteligencia artificial aplicados a la comunicación	36
Gráfico 9. Nivel de capacidad de los estudiantes de comunicación aplicando IA	37
Gráfico 10. Apreciación sobre la mejora de la calidad de productos comunicacionales mediante la inteligencia	38
Gráfico 11. Percepción sobre la formación en inteligencia artificial para la creación de contenido durante la carrera	38
Gráfico 12. Opinión sobre la importancia de la inteligencia artificial como herramienta profesional en el campo de la comunicación.....	39
Gráfico 13. Frecuencia del uso de inteligencia artificial	39

RESUMEN

La investigación titulada "El uso de la inteligencia artificial (IA) en la producción de contenidos por los estudiantes de comunicación" aborda la integración de herramientas de inteligencia artificial IA en el ámbito educativo, particularmente en la producción de contenido comunicacional por parte de estudiantes universitarios.

Mediante un enfoque hipotético deductivo, se combinaron métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una visión concreta del tema investigado. Se aplicaron encuestas a estudiantes de comunicación de dos universidades en Ibarra y se realizaron entrevistas semiestructuradas a cinco docentes y especialistas. Esta triangulación de datos permitió validar las hipótesis sobre el impacto de la IA en la formación académica de los estudiantes.

Los resultados, demuestran que la IA puede mejorar el rendimiento académico mediante la simplificación de tareas y la personalización del aprendizaje. Sin embargo, también existe el riesgo de dependencia tecnológica.

Herramientas como ChatGPT y Canva, son las preferidas por los estudiantes para realizar sus producciones. Aunque, lo realizan de empírica y sin una formación formal específica. Para la implementación eficaz de estas tecnologías exige una formación adecuada, como también una reflexión crítica

Palabras clave: Inteligencia artificial, comunicación, educación, creación de contenidos, herramientas de IA

ABSTRACT

The research titled "The Use of Artificial Intelligence (AI) in Content Production by Communication Students" addresses the integration of AI tools in the educational field, particularly in the production of communication content by university students. Through a hypothetical-deductive approach, quantitative and qualitative methods were combined to obtain a concrete understanding of the researched topic. Surveys were conducted with communication students from two universities in Ibarra, and semi-structured interviews were carried out with five teachers and specialists. This data triangulation allowed the validation of hypotheses about the impact of AI on students' academic formation.

The results demonstrate that AI can improve academic performance by simplifying tasks and personalizing learning. However, there is also a risk of technological dependence. Tools such as ChatGPT and Canva are preferred by students for their productions, although they use them empirically and without specific formal training. Effective implementation of these technologies requires adequate training as well as critical reflection.

Keywords: Artificial intelligence, communication, education, content creation, AI tools

INTRODUCCIÓN

En el primer capítulo del presente trabajo que responde a el estado del arte se indagó que la inteligencia artificial ha recorrido por un largo camino desde sus inicios. En la década de 1950 la fascinación por crear máquinas que imiten la inteligencia humana se materializó con los primeros algoritmos y modelos matemáticos, lo que sentó las bases para lo que hoy es una tecnología omnipresente. En la actualidad, la IA asiste en tareas complejas, y también se ha convertido en una herramienta cotidiana en diversos campos, incluida la comunicación.

En el capítulo dos que lleva por nombre metodología se utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión del fenómeno investigado. Se aplicaron encuestas a un total de 103 estudiantes de comunicación de dos universidades en Ibarra para recoger datos cuantitativos sobre la frecuencia y nivel de conocimiento en el uso de herramientas de IA. Paralelamente, se realizaron 5 entrevistas semiestructuradas con docentes y especialistas en IA para recolectar las percepciones y experiencias con la implementación de la IA en el proceso formativo. Este enfoque permitió triangular los datos y validar las hipótesis formuladas sobre el impacto de la IA en la educación en comunicación, proporcionando una visión detallada del estado actual y las necesidades futuras en este campo.

Los resultados de la investigación revelan que los estudiantes utilizan frecuentemente herramientas como ChatGPT y Canva. Su conocimiento se basa mayoritariamente en experiencias empíricas sin una formación formal. A pesar de la frecuencia de uso, los estudiantes califican sus habilidades en un nivel intermedio, lo que indica una utilización activa pero no especializada de las herramientas de IA. En la discusión, se destaca que la IA puede mejorar el rendimiento académico mediante la personalización del aprendizaje

y la retroalimentación instantánea. Sin embargo, también existe el riesgo de dependencia tecnológica, que puede limitar el desarrollo del pensamiento crítico y creativo en los estudiantes.

De esta manera, la presente investigación se propone validar dicho planteamiento y explorar el tema para responder a los siguientes interrogantes:

¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades de los estudiantes de la carrera de Comunicación en Ibarra en cuanto al uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos comunicacionales?

¿Cuál es el nivel de aplicación en el uso de herramientas de inteligencia artificial para la producción de contenidos entre los estudiantes de Comunicación en Ibarra?

¿Cómo influyen la percepción de los estudiantes de comunicación en Ibarra hacia la integración de la inteligencia artificial en su formación, en la adopción y uso en la producción de contenidos comunicacionales?

La presente investigación respondió a los siguientes objetivos:

OBJETIVO GENERAL

Analizar el proceso formativo de los estudiantes de comunicación mediante la implementación y evolución de la inteligencia artificial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Fundamentar teóricamente el uso de la inteligencia artificial en la producción de contenidos por parte de los estudiantes de comunicación, a través de la revisión de textos académicos y científicos que aborden el tema.

Evaluar el nivel de conocimiento y habilidades que poseen los estudiantes de la carrera de comunicación en Ibarra, en cuanto al uso de la inteligencia artificial para la producción de contenidos comunicacionales.

Identificar las actitudes y percepciones que tienen los estudiantes hacia la integración de
Analizar el proceso formativo de los estudiantes de comunicación mediante la implementación y evolución de la inteligencia artificial.

1. ESTADO DEL ARTE

El panorama actual en el campo de investigación para la inteligencia artificial es dinámico. Con la tecnología en constante cambio y el mundo digital interconectándose con rapidez consigo mismo, muchas empresas y profesionales de la comunicación se ven en un entorno en el que la IA parece ser la clave para avanzar en el camino.

Gigantes tecnológicos como Google, Microsoft, Amazon, Facebook, Apple y laboratorios de investigación independientes están impulsando el desarrollo y la implementación de tecnologías de IA para mejorar la creación, distribución y consumo de contenido en medios de comunicación. Este estado del arte busca explorar y analizar las tendencias, avances y aplicaciones más relevantes de la IA en este campo en constante evolución, ofreciendo una visión integral y actualizada de su impacto en la creación de contenidos comunicacionales por parte de los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación.

1.1. Conceptos básicos de IA aplicados a la comunicación

En este segmento, se exploran conceptos esenciales que definen la intersección entre la IA y la comunicación, destacando cómo la tecnología está transformando la forma en que los individuos interactúan, consumen información y se relacionan con el mundo que los rodea.

Al sondear diversas tecnologías de la IA sobresale El Procesamiento del Lenguaje Natural (PNL) que es una rama de la inteligencia artificial que emplea técnicas de aprendizaje automático para interpretar y procesar texto y datos. El reconocimiento y generación de lenguaje natural son aspectos clave del PLN, que permite entender el significado real de un cuerpo de texto y tomar decisiones basadas en esa comprensión. Las aplicaciones del PLN incluyen la extracción de contenido útil de datos no estructurados, como textos, y acceder a esa información para obtener una nueva perspectiva sobre los datos (Google Cloud, 2024).

En dos décadas del siglo XXI la inmediatez en la producción de contenido es inherente para cualquier ámbito de la comunicación el aprendizaje automático (*Machine Learning*) se refiere a la capacidad de los algoritmos para identificar patrones y tomar decisiones basadas en datos sin intervención humana directa. En el contexto de la comunicación, los

algoritmos de aprendizaje automático se utilizan para personalizar contenido, predecir el comportamiento del usuario, analizar tendencias y optimizar estrategias de comunicacionales (Naciones Unidas, 2021).

Ahora, es importante resaltar como los avances de la tecnología van direccionados a la adaptabilidad del cuerpo humano en sus distintas funciones, por ejemplo, Basagain (2020), en una de sus investigaciones señala que las Redes Neuronales Artificiales (ANN) son modelos computacionales inspirados en la estructura y funcionamiento del cerebro humano. Estas redes se utilizan en diversas aplicaciones de IA, como el reconocimiento de voz, la generación de texto, el análisis de imágenes y la recomendación de contenido.

La inteligencia artificial ha transformado la manera de interpretar la información, ahora una herramienta como el análisis de datos es indispensable para descubrir patrones y extraer *insights* valiosos, para Reyero (2011), el análisis de datos es fundamental en el contexto de la IA, ya que implica el análisis de grandes volúmenes de datos para extraer información relevante y obtener *insights* útiles. Esto incluye el análisis de datos de audio, datos de redes sociales, datos de comportamiento del usuario y otros tipos de datos relacionados con la comunicación.

La personalización y recomendación son áreas importantes de aplicación de la IA. Los algoritmos de recomendación analizan el comportamiento del usuario y los datos demográficos para identificar patrones y ofrecer contenido relevante, aumentando la participación y la interacción de los clientes (Remove Group, 2023).

A medida que la inteligencia artificial avanza, los *chatbots* y asistentes virtuales se han vuelto importantes en la interacción digital, al simplificar y enriquecer la experiencia del usuario a través de conversaciones fluidas y adaptativas. *A priori* buscan una solución de cualquier problema que pueda surgir, Cortana, Siri y Windows son algunas aplicaciones que permiten resolver dudas frecuentes de los usuarios a través de la creación de un árbol conversacional o de decisiones (Acelera Pyme, 2021).

Desde otro enfoque, la ética y la transparencia son aspectos esenciales en el desarrollo y uso de la IA. Para Huet (2023) principios como transparencia, justicia, privacidad, responsabilidad e impacto social son fundamentales para garantizar un enfoque ético en la IA. Al seguir estos principios, se puede promover un uso responsable de la IA en beneficio de todos.

1.2 Tecnologías de la IA para la producción comunicacional

Ada Lovelace trascendió en su época al percibir el potencial de la computación para crear música y realizar tareas complejas, esta matemática británica dio un paso crucial y significativo. En 1842, Ada Lovelace, pionera de la informática, creó el primer algoritmo destinado a ser procesado por una máquina, anticipando el potencial de la IA para crear música y realizar tareas complejas (Abeliuk y Gutiérrez, 2021).

De acuerdo con Abeliuk y Gutiérrez (2021), Alan Newell y Herbert Simon, desarrollaron el primer programa de IA, *Logic Theory Machine*, capaz de demostrar teoremas en lógica simbólica. Este programa utilizó heurísticas para reducir la complejidad de la búsqueda de soluciones. Este enfoque influyó en el desarrollo de sistemas expertos que codifican el conocimiento humano en dominios específicos. La IA simbólica, basada en reglas y símbolos, fue exitosa en tareas como el ajedrez, mientras que la IA conexionista, inspirada en el cerebro, fue revivida en los años 80 con avances como la retropropagación, permitiendo el aprendizaje profundo.

La inteligencia artificial experimenta un crecimiento exponencial, permeando distintos sectores de la sociedad con una influencia notable en la comunicación. A través de los años, la IA ha avanzado significativamente, y en la actualidad, su uso se extiende a diversas áreas. En el ámbito comunicacional la inteligencia artificial se desarrolla a diferentes actividades que van desde la automatización de tareas rutinarias hasta la generación de contenido, por lo tanto, la IA ha revolucionado la forma en que se produce y consume información (Popenici y Kerr, 2017).

Hoy en día, en el dinámico panorama de la comunicación actual, varias herramientas revolucionan la forma en que se crea y consumen contenido la sociedad. Estas tecnologías innovadoras se convierten en un aliado indispensable para profesionales y creativos, ofreciendo un abanico de posibilidades inigualables. En nuestros días se ha popularizado la aplicación de herramientas como *Generative Pre-trained Transformer* (ChatGPT) que se han convertido en un aliado indispensables para la producción de contenido en forma de texto e imagen, permitiendo la traducción de idiomas, la generación de obras literarias, el desarrollo de trabajos académicos y muchas otras tareas relacionadas con la comunicación (Adiguezuel, 2023).

En un mundo cada vez más interconectado y definido por los avances tecnológicos. Las herramientas digitales y las plataformas innovadoras se encuentran en reconfiguración de

los paradigmas tradicionales de la enseñanza y el aprendizaje, abriendo un sinfín de posibilidades para el futuro de la formación académica. Su influencia se extiende a diversos ámbitos educativos, desde la creación de contenido hasta la implementación de herramientas de comunicación y colaboración.

En la era digital actual, la innovación tecnológica está definiendo las fronteras de la educación superior en varios ámbitos como la comunicación donde grandes entidades como Google son parte de las herramientas para crear contenido, según Smith (2020), cinco grandes empresas tecnológicas han liderado la creación e innovación de la inteligencia artificial, siendo hoy parte esencial de la producción comunicacional: Google, Microsoft, Amazon, Facebook y Apple. Las mencionadas cinco grandes empresas tecnológicas han invertido enormes recursos mediante la compra de nuevas empresas y, a veces, de compañías ya desarrolladas en el campo de la inteligencia artificial relacionadas con la investigación y el avance en este ámbito.

La inteligencia artificial se convierte en un elemento fundamental que impulsa la innovación y redefine la forma en que interactuamos con la tecnología. Google, como precursor en este campo, integra dicha disciplina en sus herramientas. Esta empresa tecnológica, está a la vanguardia en la aplicación de IA en productos como *Google Search*, *Google Translate*, *Google Photos* y *Google Assistant*. Sus algoritmos de aprendizaje automático impulsan funciones como la búsqueda predictiva, la traducción automática y el reconocimiento de imágenes, transformando la forma de interacción con la información en línea (Jones, 2018).

En la constante evolución, Microsoft se erige como pionero en la integración de la inteligencia artificial en su ecosistema de servicios. Al adoptar un enfoque centrado en el aprendizaje automático, transforma la manera en que las empresas operan, colaboran e impulsan la productividad a niveles nunca antes vistos. Esta corporación tecnológica, por su parte, ha integrado IA en su suite de productos empresariales y de productividad, como *Microsoft Office* y *Azure*. Su enfoque en el aprendizaje automático y la IA conversacional se refleja en herramientas como *Cortana*, el asistente virtual de Microsoft, y en servicios de procesamiento del lenguaje natural como *Azure Cognitive Services* (Brown, 2019).

La inteligencia artificial está revolucionando múltiples sectores, incluido el educativo, donde tecnologías como las de Amazon transforman tanto el aprendizaje como la enseñanza a nivel global. De acuerdo con Johnson et al (2021), Amazon ha aprovechado

la IA en su plataforma de comercio electrónico para mejorar la experiencia del usuario a través de recomendaciones personalizadas y búsqueda visual. Además, su altavoz inteligente, Amazon Echo, impulsado por el asistente virtual Alexa, ha introducido la IA en el sistema educativo del mundo.

Desde otra óptica otras aplicaciones están enfocadas en el ámbito social, las cuales integran tecnologías de inteligencia artificial para mejorar y transformar sus redes sociales, como adaptar experiencias de usuario y avanzar en campos científicos con su división de investigación. Facebook ha utilizado la IA para optimizar su plataforma social, desde la personalización del *feed* de noticias hasta la detección de contenido inapropiado. Su enfoque en el aprendizaje automático también se ha reflejado en proyectos de investigación como Facebook *AI Research* (FAIR), que ha contribuido significativamente al avance de la IA en áreas como la visión por computadora y el procesamiento del lenguaje natural (García, 2017).

En el mundo actual, donde la tecnología móvil está omnipresente, Apple se destaca por su enfoque innovador en la integración de la inteligencia artificial en sus dispositivos. A diferencia de otros enfoques, Apple prioriza varios aspectos del usuario, desarrollando técnicas de IA que se ejecutan directamente en el dispositivo, sin necesidad de enviar datos a la nube. Robinson y White (2022), mencionan que Apple ha integrado IA en sus dispositivos móviles a través de funciones como Siri, el asistente virtual de Apple, y el reconocimiento de imágenes en la aplicación de fotos. Además, su enfoque en la privacidad y el procesamiento en el dispositivo ha impulsado el desarrollo de técnicas de IA centradas en la protección de la privacidad del usuario.

Estas empresas, junto con otras compañías emergentes especializadas en IA, lideran el camino hacia una mayor integración de la IA en la producción comunicacional, ofreciendo herramientas y servicios innovadores que transforman la forma de crear y consumir contenido en la era digital.

1.2.1 IA en la producción de contenido comunicacional

Hoy en día, con la revolución digital, la IA se ha convertido en una herramienta imprescindible en la elaboración de espacios para las comunicaciones. Las noticias, los

informes, el contenido audiovisual o la producción de publicidad digital y su distribución a la sociedad de consumo se ven alterados por la introducción de la IA.

A continuación se explorará cómo la IA ha penetrado en diversas áreas de la comunicación, abordando temas como el papel de la IA en el periodismo para la generación y análisis de noticias, la capacidad de la IA para la generación automática de reportajes, su aplicación en la edición audiovisual para optimizar la producción de contenido multimedia, su influencia en el campo del marketing digital y la publicidad, así como las herramientas de IA utilizadas para la recopilación y análisis de datos que sustentan estas prácticas comunicativas.

1.3 IA en el periodismo

La inteligencia artificial generativa es incorporada por profesionales de los medios, a fin de facilitar la creación de contenido en diversos idiomas y formatos, según lo reflejan experiencias recientes en América Latina. Las herramientas de IA generativa ganan terreno en la industria periodística, y los periodistas están explorando activamente las ventajas que ofrecen. Expertos como Aimee Rinehart de Associated Press y Sil Hamilton, compartieron recursos útiles sobre IA generativa aplicada al periodismo. Herramientas como ChatGPT de OpenAI, Bard de Google, Bing Chat de Microsoft y Claude de AnthropicAI están siendo utilizadas por periodistas de América Latina para diversas tareas, desde la redacción de titulares hasta la traducción y edición de contenido. (Pennacchio, 2023)

Los avances en herramientas de IA remodelan el panorama del periodismo, destacando sus capacidades expansivas como la necesidad crucial de intervención y vigilancia por parte de los usuarios para garantizar la precisión y equidad en la información. Estas herramientas ofrecen nuevas posibilidades para la generación y gestión de contenido periodístico, aunque se debe tener en cuenta que requieren supervisión humana para evitar la difusión de información errónea y sesgos (Bedei, 2023).

En el mismo enfoque la inteligencia artificial no solo transforma la escritura periodística, sino que también revoluciona la producción de contenido visual y auditivo, ofreciendo soluciones avanzadas para ilustrar y narrar noticias de forma innovadora. Pennacchio (2023) indica que, con respecto a la generación de texto, la IA también está siendo utilizada en el periodismo para la creación de imágenes realista. Mediante herramientas como DALL-E 2 de OpenAI y Midjourney, los medios pueden ilustrar reportajes y crear

presentadores de televisión virtuales de manera eficiente. En cuanto al audio, herramientas como ElevenLabs para generación de voz y Trint para transcripción están facilitando el trabajo de los periodistas al convertir texto en voz y viceversa.

En similar dirección, diversas plataformas tecnológicas están empoderando a los periodistas con herramientas avanzadas para la localización, análisis y validación de datos, mejorando significativamente la eficacia y precisión en el procesamiento de la información. Plataformas como Google Pinpoint, Semantic Scholar, NetWork of Searchable Leaks, DMINR, están ayudando a los periodistas en la búsqueda y análisis de información, ofreciendo funciones como la identificación automática de individuos, lugares en documentos, descubrimiento y verificación de noticias (Pennacchio, 2023; Bedei, 2023).

1.3.1 Generación automática de reportajes

La celeridad en la composición de noticias es un punto vital para enganchar a la audiencia y la IA es una buena aliada para sistematizar la información, varios autores señalan: “La irrupción de la inteligencia artificial ha dado lugar al periodismo automatizado, que implica la redacción automática de noticias con mínima o nula intervención humana mediante técnicas informáticas de lenguaje” (Sánchez et al., 2023, pág. 1).

De acuerdo al mismo autor, este fenómeno abarca varias etapas de la cadena periodística, incluyendo la automatización en la recopilación de información, la producción automatizada del contenido (redacción de la noticia) y su distribución, así como la interacción con la audiencia. Estudios como el realizado por la Universidad de Valladolid señalan el potencial de la IA para automatizar todo el proceso periodístico, de esta manera empresas como Newtral y Paradigma ya están utilizando herramientas de IA para verificar noticias y analizar audiencias (Sánchez et al., 2023).

Para Nafría (2023), IA ha ocupado un lugar destacado en la agenda de los medios de comunicación, con una amplia gama de aplicaciones como la generación automática de noticias, la optimización de contenidos para buscadores, sugerencias de temas a cubrir, etiquetado de artículos, análisis del comportamiento de los usuarios y transcripciones de textos, etc. Sin embargo, recientemente las herramientas de IA generativa han acelerado la relevancia de este tema para los medios. La generación automática de contenidos es uno de los ámbitos más significativos, con diversos medios anunciando su expansión en la creación de contenido mediante el uso de estas herramientas.

Por lo tanto, la generación automática de reportajes mediante la inteligencia artificial está transformando la forma en que se producen y distribuyen las noticias, ofreciendo beneficios como la eficiencia en la creación de contenido y la personalización para audiencias específicas (Big Data Marketer, 2022). En relación a esto, expertos señalan que la aplicación de la IA puede ser un impulso clave para la sostenibilidad de los medios, mejorando la eficiencia de los procesos y la fidelización de las audiencias (Sánchez et al., 2023; Europa Press, 2023; Big Data Marketer, 2022).

Aunque algunos medios, como Wired, han establecido normas claras sobre el buen uso de la IA para mantener la integridad periodística, aún persisten preocupaciones sobre el riesgo de generar contenidos automáticos con errores, como lo experimentado por sitios como CNET (Nafría, 2023)

1.3.2 IA de edición para producción audiovisual

La revolución del audio impulsada por la IA ha transformado radicalmente la creación y manipulación de sonido en la última década. Herramientas como Suno AI, Moises AI y ElevenLabs han democratizado el acceso a la producción de contenido de audio, permitiendo a músicos aficionados, *podcasters* y creadores experimentar con nuevas posibilidades creativas (Arco Comunicación, 2024)

En días presentes los creadores de contenido audiovisual se benefician enormemente de nuevas herramientas que mejoran la eficiencia y la personalización. Fernández (2023), en una de sus investigaciones señala que el contexto de la producción y distribución de contenidos audiovisuales, la IA ofrece una serie de tecnologías aplicadas al contenido de audio que mejoran la productividad y la personalización del contenido. Estas tecnologías incluyen: la transcripción automática de voz a texto, a través de la cual se puede transcribir las palabras habladas en un vídeo de forma automática en distintos idiomas; la traducción multilingüe, que permite traducir las transcripciones de texto a diferentes idiomas con la finalidad hacer más accesibles los contenidos; el reconocimiento de oradores, con el cual se puede obtener las métricas respecto a las personas que intervinieron, en qué tiempo, etc.

En el mismo ámbito tecnologías emergentes enriquecen la creación de audio, ofreciendo innovaciones que mejoran la creatividad y eficiencia en la producción musical y vocal, así lo expresa Arco Comunicación (2024), la cual dice que la aplicación de IA en el ámbito del audio abarca desde la separación avanzada de pistas hasta la generación de música y voz a partir de texto. Herramientas como Moises AI, simplifica la producción musical con funciones como la separación de audio y el cambio de tono y tempo, facilitando la vida tanto de principiantes como de artistas experimentados. Por otro lado, las herramientas Suno AI y ElevenLabs amplían el espectro de la revolución del audio con IA, permitiendo la creación de música y la clonación de voces.

A día de hoy nuevas herramientas digitales redefinen la producción de contenido multimedia, impulsando la eficacia y creatividad en el campo periodístico, por consiguiente, Pennacchio (2023), en su trabajo investigativo de IA menciona que sistemas como DALL-E 2 de OpenAI permiten la generación de imágenes y arte realistas a partir de descripciones en lenguaje natural, lo que ofrece nuevas posibilidades para ilustrar reportajes, artículos y hasta crear presentadores de televisión virtuales. Por otro lado, herramientas como ElevenLabs facilitan la generación de voces realistas para la locución de contenidos, con soporte para múltiples idiomas y acentos, brindando a los periodistas la capacidad de narrar historias de manera más eficiente y convincente.

En la misma esfera plataformas como Trint hacen posible la transcripción automática de audio en texto en más de 30 idiomas, eliminando la necesidad de dedicar horas a esta tarea manualmente. En conjunto, estas tecnologías están transformando la forma en que se produce y edita contenido audiovisual, permitiendo a los profesionales del sector ser más creativos, eficientes y precisos en su trabajo. Pennacchio (2023),

A su vez aplicaciones que ya se utilizaban antes de la IA, como lo es el caso de Adobe (2024) que ha implementado la IA, siendo el pionero en la integración de esta tecnología en sus herramientas de diseño y producción creativa, como Adobe Photoshop, Illustrator y Premiere Pro. Mediante la aplicación de IA, Adobe ha introducido características como el relleno según el contenido en Photoshop, que permite eliminar objetos no deseados de manera inteligente, o la función de selección de sujetos, que utiliza IA para identificar y aislar elementos en una imagen con precisión.

En Illustrator, la herramienta de extracción de formas permite convertir bocetos a mano alzada en gráficos vectoriales con suavidad y precisión, gracias a la inteligencia artificial. Además, en Premiere Pro, la función *Auto Reframe* utiliza IA para ajustar automáticamente el encuadre y la composición de un video para adaptarse a diferentes relaciones de aspecto, facilitando la producción de contenido optimizado para diferentes plataformas y dispositivos. Estas innovaciones demuestran cómo Adobe está aprovechando la IA para mejorar la eficiencia y la calidad en el proceso creativo, brindando a los usuarios herramientas más poderosas y versátiles para expresar su creatividad (Adobe, 2024.).

1.3.3 IA y el arte digital

La convergencia entre la inteligencia artificial y el arte digital está transformando la naturaleza de los procesos creativos contemporáneos. Como afirma López (2023), la IA ha dejado de ser simplemente una herramienta de ayuda para los creadores humanos, para convertirse en una entidad creativa en sí misma. Este fenómeno ha dado lugar a un nuevo subcampo de la IA conocido como creatividad computacional.

Según López (2023), la creatividad computacional implica el desarrollo de software capaz de exhibir comportamientos que se considerarían creativos en seres humanos. Este software puede desempeñar diversas funciones creativas, desde inventar teorías matemáticas hasta componer música y pintar cuadros. Históricamente, ha habido escepticismo sobre el potencial creativo de las máquinas, pero López argumenta que la creatividad puede ser investigada, simulada y aprovechada para beneficiar a la sociedad.

Por otro lado, Vallenas (2023) plantea cómo la IA está revolucionando el mercado del arte digital, permitiendo la creación de obras originales de manera más eficiente y rápida que nunca. Ejemplos como MidJourney, MusicLM y Chat GPT ilustran cómo la IA puede generar imágenes, música y guiones a partir de solicitudes de texto, desafiando las normas tradicionales del trabajo creativo.

La intervención de la IA en el arte digital también plantea importantes preguntas éticas y sociales, como señala Vallenas (2023). ¿Qué valor se les otorga a las obras generadas por IA? ¿Se reducirá la demanda de artistas digitales con experiencia profesional? ¿Cómo afectará el uso de estas tecnologías a los derechos de autor? Estas interrogantes reflejan la necesidad de reflexionar sobre el impacto de la IA en el ámbito creativo y cultural.

Además, la IA no solo influye en la producción de obras de arte, sino también en su análisis y comprensión. Según la investigadora Angélica Piedrahita, citada por la Universidad de Monterrey (2024), la IA facilita la generación de análisis y discursos a partir de imágenes existentes, lo que permite un análisis más profundo de la cultura visual y de las observaciones del mundo desde una perspectiva artística y científica.

La integración de la inteligencia artificial en el arte digital representa una revolución que está redefiniendo los procesos creativos y generando nuevos debates y desafíos en el campo del arte y la tecnología, puesto que, aunque ofrece oportunidades sin precedentes en la creación y análisis de arte, no se puede dejar de lado las cuestiones éticas y sociales que esto conlleva y que debe ser manejado cuidadosa y reflexivamente por la sociedad.

1.4 IA en publicidad y marketing digital

La publicidad y el marketing han sido áreas que han experimentado una transformación significativa con la incorporación de la IA en las estrategias digitales. Como señala Kuz et al. (2015), la industria del marketing ha sido revolucionada por internet y las redes sociales, convirtiendo la publicidad online en el medio principal para que las empresas lleguen a sus clientes. La IA desempeña un papel crucial en esta transformación al proporcionar herramientas para la personalización de anuncios y recomendaciones basadas en el comportamiento de los usuarios en línea.

La implementación de algoritmos de IA en las estrategias de marketing digital permite la creación de sistemas de recomendación altamente personalizados. Estos algoritmos analizan el comportamiento del usuario y las interacciones en las plataformas de redes sociales para ofrecer publicaciones, videos y anuncios adaptados a sus intereses individuales (Martínez & Armas, 2023). Este enfoque personalizado no solo aumenta la efectividad de las campañas publicitarias, sino que también mejora la experiencia del usuario al proporcionar contenido relevante y atractivo.

La IA ha permitido a las empresas optimizar sus estrategias de marketing mediante el análisis de datos en tiempo real. El aprendizaje automático, una subcategoría de la inteligencia artificial, se utiliza para extraer información relevante del *big data* generado por las actividades en línea de los usuarios. Estos datos se utilizan para realizar análisis predictivos y proporcionar información detallada sobre las tendencias del mercado, lo que

ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas y a maximizar sus ganancias (Barajas, 2023).

Es así que, desde la personalización de anuncios hasta el análisis predictivo del mercado, la IA ha demostrado ser una herramienta invaluable para las empresas que buscan mejorar su alcance y aumentar la participación de los usuarios en línea (kuz et al., 2015).

1.4.1 Estrategias de contenido e IA

La convergencia entre la IA y el marketing ha dado lugar a innovadoras estrategias de contenido que han transformado la forma en que las empresas se comunican con su audiencia. Cáceres (2023) destaca que la IA se ha convertido en un pilar fundamental para los profesionales de la comunicación, ya que les permite acceder a datos detallados sobre el comportamiento del consumidor y utilizarlos para crear contenido altamente personalizado y relevante. Esta capacidad de personalización es esencial en un entorno donde los consumidores demandan experiencias más adaptadas a sus necesidades individuales (Universidad USACH, 2024).

Una de las principales ventajas de la IA en el marketing de contenido es su capacidad para automatizar procesos. Sánches (2021) señala que la automatización permite a los profesionales de marketing optimizar la creación, distribución y optimización de contenido de manera eficiente. Mediante el uso de algoritmos inteligentes, las empresas pueden generar contenido personalizado en función de las preferencias y el comportamiento del usuario, lo que les permite llegar a su audiencia de manera más efectiva y en el momento adecuado (FastCapital, 2024).

De acuerdo con Liberos et al. (2024), la segmentación precisa del público objetivo es otra área en la que la IA desempeña un papel crucial en el marketing de contenido. La capacidad de analizar grandes volúmenes de datos del usuario permite a los profesionales de la comunicación identificar patrones de comportamiento y preferencias que les ayudan a dirigirse a segmentos específicos de su audiencia con mensajes relevantes y oportunos. Esta segmentación aumenta la relevancia del contenido y mejora las tasas de conversión al asegurar que los mensajes lleguen a las personas adecuadas en el momento adecuado.

Los mencionados autores señalan que la integración de *chatbots* con IA en las estrategias de contenido ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan con sus clientes.

Son capaces de simular conversaciones humanas y proporcionar asistencia personalizada las 24 horas del día, lo que mejora la experiencia del cliente y agiliza los procesos de atención al cliente. La capacidad de respuesta inmediata y la disponibilidad constante hacen que los *chatbots* sean una herramienta invaluable para mantener la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad a la marca.

1.5 Social media y producción de contenidos

En el ámbito de la comunicación, las redes sociales han trascendido su función original para convertirse en herramientas esenciales para los comunicadores en la producción de contenido. Según Barajas (2023), estas plataformas no solo facilitan la interacción entre usuarios, sino que también se han convertido en motores de recomendación, espacios de expresión y fuentes de información fundamentales para millones en todo el mundo. La integración de la IA ha sido clave en este proceso, mejorando la eficiencia, personalización y seguridad en estas plataformas.

Los algoritmos de IA en las redes sociales permiten la creación de sistemas de recomendación personalizados, adaptando el contenido para los usuarios según sus preferencias y comportamientos en línea (Barajas, 2023). Esto no solo aumenta la participación y el compromiso del usuario, sino que también facilita a los comunicadores la tarea de llegar a su audiencia objetivo de manera más efectiva. Además, la IA ayuda a identificar y eliminar contenido inapropiado, lo que contribuye a mantener un entorno virtual más seguro para los usuarios y promueve la credibilidad de los comunicadores en línea (Martínez & Armas, 2023).

Por otro lado, el Social Media Marketing ha experimentado una evolución significativa gracias a la inteligencia artificial, beneficiando a los comunicadores en la optimización del alcance y la relevancia de sus publicaciones (Alunni, 2022). Los algoritmos sofisticados utilizados por las plataformas seleccionan y priorizan el contenido mostrado a cada usuario, teniendo en cuenta sus interacciones pasadas y prediciendo sus intereses futuros (Big Data, 2022). Para los comunicadores, comprender estos algoritmos es esencial para lograr una mayor visibilidad y alcanzar los objetivos de su estrategia de comunicación en redes sociales.

Además del Social Media Marketing, herramientas como el Social Listening y el Social Analytics, impulsadas por la inteligencia artificial, ofrecen a los comunicadores *insights*

valiosos para la toma de decisiones estratégicas (Alunni, 2022). Estas plataformas analizan el contenido y las interacciones en las redes sociales para identificar tendencias emergentes, evaluar el sentimiento del público hacia una marca o tema específico, y recomendar acciones para mejorar la presencia en línea (Pérez, 2023). Para los comunicadores, esta información es fundamental para adaptar su contenido y estrategias a las necesidades y preferencias de su audiencia, aumentando así su impacto y relevancia en el ámbito digital.

1.5.1 Asistentes virtuales en la creación de productos digitales

El siguiente cuadro proporciona una síntesis de las diversas perspectivas y contribuciones de expertos en el campo de los asistentes virtuales en la creación de productos digitales, ofreciendo una visión de cómo estos programas informáticos, impulsados por la IA, están transformando los procesos de desarrollo de contenido en diversos sectores, desde la educación, hasta el marketing digital, tomando en cuenta que los asistentes virtuales permiten automatizar tareas, identificar tendencias, personalizar la experiencia del usuario, entre otros usos:

Tabla 1.

Perspectivas de autores respecto a los asistentes virtuales en la creación de productos digitales

Autor (Año)	Perspectiva
Momand & Chan (2023)	Destacan la emergencia de asistentes virtuales como un punto de inflexión en la evolución de sistemas inteligentes, indican que este dinamismo abre nuevos horizontes en el campo de la comunicación, para ser aplicados desde las aulas educativas, donde la interacción entre el humano y la máquina es cada vez más personalizado y eficaz.
Smith (2020)	Define los asistentes virtuales como programas informáticos que utilizan inteligencia artificial para llevar a cabo tareas específicas, como la creación de contenido, optimización de algoritmos y análisis de datos, beneficiando significativamente el desarrollo de productos digitales.

García (2022)	Destaca la utilidad de los asistentes virtuales en el diseño de productos digitales para automatizar procesos repetitivos y mejorar la eficiencia del equipo de desarrollo.
López (2023)	Señala que los asistentes virtuales en la creación de productos digitales son capaces de analizar grandes volúmenes de datos para identificar tendencias, preferencias del usuario y oportunidades de mejora.
Martínez (2021)	Resalta que los asistentes virtuales son herramientas útiles desde la generación de ideas hasta la evaluación del rendimiento del producto en el mercado. Facilitan la colaboración entre equipos multidisciplinarios al proporcionar insights y recomendaciones en tiempo real.
Gómez et al. (2023)	Subrayan la importancia de los asistentes virtuales en el contexto del marketing digital para optimizar estrategias de contenido y personalizar la experiencia del usuario.
Rodríguez (2024)	Explica cómo los asistentes virtuales, mediante algoritmos de aprendizaje automático, pueden segmentar audiencias, predecir comportamientos y recomendar acciones específicas para aumentar el compromiso y la conversión en el marketing digital.

Nota: Adaptado de Momand & Chan (2023); Smith (2020); García (2022); López (2023); Martínez (2021); Gómez et al. (2023); Rodríguez (2024).

1.5.2 Impacto de la IA en la narrativa digital

De acuerdo con Jones (2017), citado por Pucha (2023), la narrativa digital ha emergido como una herramienta poderosa en el ámbito educativo, potenciando la creatividad, el pensamiento crítico y la expresión de los estudiantes a través de diversos medios digitales. La creación de narrativas digitales permite contar historias de manera interactiva y accesible, utilizando videos, animaciones, imágenes y sonidos para transmitir información de manera didáctica.

La gestión pedagógica se beneficia de esta estrategia innovadora, ya que involucra activamente a los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, promoviendo competencias clave como la investigación, la organización y la comunicación de la información. Además, la narrativa digital se adapta a diferentes estilos de aprendizaje,

permitiendo a los estudiantes expresarse de manera significativa a través de textos, imágenes, videos u otras formas multimediales (Pucha, 2023).

Existen algunas plataformas y software que pueden ser útiles para este fin. Herramientas de creación de contenido multimedia como Adobe Spark, Canva y Powtoon ofrecen funciones para la producción de narrativas digitales mediante la combinación de texto, imágenes, audio y video. Estas herramientas permiten a los usuarios crear presentaciones interactivas, historias animadas y videos explicativos de manera intuitiva y sin necesidad de habilidades de programación avanzadas. (Powtoon, 2024; Canva, 2024)

Es posible el uso de varias herramientas para mejorar la producción y uso de contenido audiovisual en entornos educativos. Algunos ejemplos de herramientas que utilizan IA, se encuentran a continuación:

Google Cloud Speech-to-Text y IBM Watson Speech to Text utilizan IA para transcribir automáticamente el contenido de archivos de audio y video a texto (Google Cloud 2024.; IBM, 2024). Estas son útiles para crear transcripciones precisas de conferencias, clases grabadas o material de aprendizaje en línea, mejorando así la accesibilidad del contenido multimedia.

De la misma forma Microsoft Video Indexer es una herramienta que utiliza IA para analizar automáticamente el contenido de video y extraer metadatos útiles como subtítulos, etiquetas de objetos, palabras clave y detección de rostros (Microsoft Azure, 2024). Esto facilita la organización y búsqueda eficiente del contenido multimedia educativo.

Para la creación de contenido audiovisual, herramientas como Descript, Vidnami y Lumen5 son ejemplos destacados. Descript combina funciones de edición de audio y transcripción de voz a texto mediante IA, lo que permite la edición de audio simplemente editando el texto (GetApp, 2024), ideal para la creación de podcasts educativos y contenido de audio interactivo.

Vidnami y Lumen5, por otro lado, utilizan IA para generar automáticamente videos a partir de texto escrito y fuentes de imágenes seleccionadas (Capterra, 2024). Estas herramientas son útiles para crear material educativo en formato de video de manera rápida, eficiente y visualmente atractiva.

1.6 Herramientas de IA para la recopilación y análisis de datos

Una de las principales ventajas de la IA en la comunicación es su capacidad para procesar grandes volúmenes de datos de manera eficiente y rápida. Los algoritmos de IA pueden analizar enormes cantidades de información proveniente de diversas fuentes, como redes sociales, bases de datos gubernamentales y sitios web de noticias, permitiendo a los periodistas acceder a una gama más amplia de fuentes y obtener una visión más completa de los eventos y temas que están cubriendo.

La IA también se utiliza para analizar y filtrar la información. Los algoritmos de IA pueden resumir grandes textos automáticamente, extrayendo los aspectos más relevantes de una historia y permitiendo a los periodistas dedicar más tiempo a analizar y contextualizar la información (Faster Capital, 2024). Esto no solo agiliza el proceso de producción de noticias, sino que también mejora la calidad y profundidad de los informes presentados al público.

De acuerdo con Otañez (2023), otra aplicación importante de la IA en el periodismo es la detección de noticias falsas y la verificación de hechos. Los algoritmos de IA pueden analizar grandes conjuntos de datos para identificar posibles inexactitudes o noticias falsas, ayudando así a los periodistas a verificar la información con prontitud y mejorar la precisión y credibilidad de sus informes. Esto es especialmente relevante en un contexto donde las noticias falsas y la desinformación son cada vez más comunes en línea.

Sin embargo, el uso de IA en la comunicación también plantea peligros de índole ético y profesional. Existe el riesgo de que la IA perpetúe sesgos en la recopilación y análisis de datos si los algoritmos están entrenados con datos sesgados. Además, de acuerdo con, la generación de contenido automatizado por IA puede plantear interrogantes sobre la calidad y ética del periodismo, especialmente si se utiliza para suplantar la labor humana en la redacción y edición de noticias (Rojas, 2023).

El aumento en la proliferación de contenido engañoso o de baja calidad es otro riesgo importante asociado al uso de IA en la recopilación y análisis de datos. La aparición de granjas de contenido que utilizan IA para generar artículos sensacionalistas o falsos representa una amenaza para la integridad del periodismo y la confianza del público en las fuentes de información (Faster Capital, 2024). Además, según Otañez (2023), el uso de IA plantea cuestiones sobre la preservación de la privacidad y los derechos de los

individuos, ya que la IA puede recopilar grandes cantidades de datos personales de los usuarios sin su consentimiento.

Es importante mencionar que la práctica del raspado de datos (web scraping) para entrenar modelos de aprendizaje ha generado incertidumbre sobre la legalidad de utilizar obras con derechos de autor. En la Unión Europea no se considera ilegal este método, el Reglamento General de Protección de Datos establece restricciones sobre el uso de los datos extraídos, especialmente en contextos comerciales, sin embargo, la minería de textos es legalmente aceptada para fines de investigación científica no comercial (Franganillo, 2023).

El uso de herramientas de IA en la recopilación y análisis de datos presenta tanto beneficios como desafíos para estudiantes y profesionales. Si se utiliza de manera ética y responsable, la IA puede mejorar la calidad y eficiencia del trabajo del comunicador, ofreciendo a las audiencias información precisa y relevante.

1.6.1 Automatización de publicaciones y gestión de comunidades

Para IMS Defending Journalism book series (2021), la gestión de comunidades y la automatización de publicaciones a través de la IA, ofrecen diversas oportunidades para los comunicadores, aunque la idea de "robots que escriben artículos" ha generado malentendidos, la IA no reemplaza a los redactores humanos, sino que los complementa. La automatización puede hacer más eficientes los procesos internos, como la producción de contenidos y la gestión de suscripciones, lo que permite a los profesionales centrarse en tareas más estratégicas.

En el contexto de la gestión de comunidades, la IA se emplea para programar publicaciones, analizar datos de audiencia y monitorear menciones de marca en redes sociales. Esta tecnología ofrece beneficios significativos al proporcionar una visión más profunda de la audiencia y facilitar una interacción más efectiva (Merodlo, 2023). Sin embargo, enfrenta desafíos como la necesidad de grandes cantidades de datos, la posibilidad de errores y los costos de implementación. Impulso Formación y Futuro (2019), asegura que los *community managers* deben equilibrar la eficiencia de la automatización con la necesidad de mantener una conexión humana y adquirir habilidades adicionales para comprender algoritmos y analizar datos.

A medida que avanza la tecnología, se esperan más integraciones de IA en la gestión de comunidades, incluyendo herramientas de análisis de datos y automatización de tareas. Para implementar IA en la gestión de comunidades, existen herramientas como software de programación de publicaciones y análisis de redes sociales, así como recursos educativos como cursos en línea y *webinars* (Merodlo, 2023). Según Impulso Formación y Futuro (2019), la IA también ofrece ventajas en el análisis de datos para estrategias más efectivas, al proporcionar información detallada sobre el comportamiento del usuario, identificar tendencias emergentes y permitir ajustes estratégicos continuos.

1.7 Consideraciones éticas en el uso de IA por estudiantes

La integración cada vez mayor de la IA en diversos ámbitos plantea importantes desafíos éticos que deben abordarse de manera integral (Franganillo, 2023). El rápido avance de la IA generativa ha abierto nuevas posibilidades en campos como la educación, la salud y el marketing, pero también ha resaltado la necesidad de garantizar un uso ético de esta tecnología (World Economic Forum, 2023). A medida que la IA se convierte en una herramienta común en la detección y prevención del plagio académico, es esencial considerar su impacto en la integridad académica y la formación ética de los estudiantes (Dirección de Docencia de la Universidad SEK, 2024).

La democratización del acceso y la comprensión de la IA son aspectos fundamentales para su uso ético en la sociedad (Franganillo, 2023). Aunque la IA está cada vez más presente en diversos sectores, aún persisten barreras para su acceso y comprensión, especialmente entre grupos marginados (World Economic Forum, 2023). La falta de acceso equitativo a la educación en IA puede exacerbar las desigualdades y marginar aún más a ciertos grupos de la sociedad (UNESCO, 2021).

La educación juega un papel crucial en la promoción de un uso ético de la IA entre los estudiantes (Dirección de Docencia de la Universidad SEK, 2024). De acuerdo con la UNESCO (2021), es necesario incluir la ética en la enseñanza de la IA y fomentar el diálogo y la reflexión sobre las implicaciones éticas de su uso. Además, es importante promover la responsabilidad social y la transparencia en el uso de la IA, así como establecer normas y políticas éticas claras para guiar su implementación. En este contexto, según Vlasica (2023).

El acceso a la educación y la tecnología es un derecho fundamental que debe ser garantizado para todos los estudiantes, independientemente de su origen socioeconómico o geográfico. La democratización del acceso a la IA en el ámbito educativo implica no solo proporcionar herramientas tecnológicas, sino también asegurar que todos los estudiantes tengan la oportunidad de adquirir habilidades para comprender y utilizar la IA de manera efectiva (Franganillo, 2023; UNESCO, 2021).

Con respecto a la transparencia en el uso de IA, Ayuso y Pascual (2023), mencionan que es esencial para garantizar la confianza y la rendición de cuentas en el entorno educativo. Los estudiantes deben estar informados sobre cómo se utiliza la IA en su proceso educativo, incluyendo cómo se recopilan y utilizan sus datos, así como los algoritmos que subyacen a las decisiones automatizadas.

En cuanto a la equidad y la inclusión, son consideraciones éticas clave en el uso de IA en la educación. Es importante garantizar que la IA no reproduzca ni amplifique sesgos existentes, y que todos los estudiantes tengan igualdad de oportunidades para beneficiarse de esta tecnología, independientemente de su género, raza, origen étnico o nivel socioeconómico (World Economic Forum, 2023; UNESCO, 2021).

La responsabilidad ética implica que tanto los estudiantes como los educadores utilicen la IA de manera ética y responsable, evitando el plagio, la discriminación y el uso indebido de la tecnología. Los estudiantes deben ser educados en los principios éticos relacionados con el uso de la IA y ser conscientes de las implicaciones éticas de sus acciones (Dirección de Docencia de la Universidad SEK, 2024; UNESCO, 2021; Vlasica, 2023)

1.8 IA y el proceso creativo en comunicación

La IA ofrece herramientas poderosas que pueden mejorar la eficiencia y la calidad del trabajo creativo, pero también plantea retos relacionados con la originalidad, la autenticidad y el sesgo algorítmico. La IA ha demostrado ser capaz de generar contenido creativo en diversas áreas, como la escritura, el diseño gráfico y la producción de medios audiovisuales (Datta et al., 2022). Los sistemas de generación de texto basados en IA pueden producir noticias, historias y contenido publicitario de manera automatizada, lo que plantea preguntas sobre la autoría y la autenticidad de dicho contenido (Bordino et al., 2023). En el diseño gráfico, los algoritmos de IA pueden crear imágenes y diseños

visualmente atractivos, pero también pueden perpetuar estereotipos y prejuicios si no se utilizan de manera responsable (Nguyen et al., 2021).

Desde una perspectiva ética, el uso de IA en el proceso creativo plantea cuestiones sobre la originalidad y la atribución adecuada de la autoría. A medida que la IA se vuelve más sofisticada en la generación de contenido, es importante garantizar que se reconozca y valore el trabajo humano involucrado en la conceptualización y supervisión de los proyectos creativos (Morgan et al., 2023).

Para abordar estos retos, es fundamental que los estudiantes, los profesionales de la comunicación y los diseñadores sean conscientes de las implicaciones éticas del uso de IA en el proceso creativo y tomen medidas para mitigar cualquier impacto negativo. Esto puede incluir la implementación de prácticas de transparencia y divulgación sobre el uso de IA en la producción de contenido, así como el diseño de algoritmos que promuevan la diversidad y la inclusión (Li et al., 2022). Además, es necesario un diálogo continuo entre los desarrolladores de IA, los creadores de contenido y los consumidores para garantizar que la tecnología se utilice de manera ética y responsable en el ámbito de la comunicación (Rogstadius et al., 2021).

1.9 Futuro de la IA en la comunicación y educación

La integración cada vez más profunda de la IA en la comunicación y la educación plantea cuestiones fundamentales sobre cómo esta tecnología transformará estas áreas en el futuro. Según Salmerón et al. (2023), los avances en IA generativa, como la mejora de la potencia informática y la modelización del lenguaje grande (LLM), están permitiendo a las máquinas simular con notable destreza el lenguaje humano. Esta capacidad plantea interrogantes sobre el papel del lenguaje en la comunicación y la educación, así como sobre la naturaleza misma de la inteligencia humana (Medina, 2024).

El rápido desarrollo de la IA generativa también está redefiniendo la forma en que se accede al conocimiento y se interactúa con él en el ámbito educativo. La UNESCO (2023) señala que los *chatbots* de IA, como ChatGPT, están cambiando la dinámica tradicional de búsqueda de información al proporcionar respuestas autorizadas y aparentemente definitivas a las consultas de los usuarios. Esto plantea desafíos y oportunidades en términos de cómo se enseña, se aprende y se evalúa el conocimiento en el futuro.

A medida que la IA continúa avanzando, también se plantean preguntas sobre el impacto en la equidad y la inclusión en la educación. Como indica la UNESCO (2023), la automatización digital de la educación podría exacerbar las brechas existentes, a menos que se implementen medidas para garantizar un acceso equitativo y una distribución justa de los recursos educativos. Además, el uso de la IA en la educación plantea la cuestión de si las inversiones deben dirigirse hacia el desarrollo de máquinas inteligentes o hacia la formación y educación de las personas.

1.10 Formación del comunicador actual

Las necesidades humanas básicas incluyen la comunicación, que surge desde el día en que nace hasta el último día de su vida. Inicialmente, esto se manifestaba a través de simples pinturas rupestres y rupestres que ilustraban actividades de pesca y caza, pero hoy, en la era digital, el mundo ha pasado al uso de dispositivos tecnológicos. La comunicación abarca las diversas aplicaciones y necesidades de esta práctica; A través de gestos, palabras, silencio y acciones o inacciones, los humanos transmiten mensajes. Su importancia es tan profunda que, a pesar de la evolución, la comunicación se ha integrado con el desarrollo de las personas. (Chávez 2022).

De acuerdo con Ríos (2023) el rápido avance de las TIC y el surgimiento de nuevas plataformas y herramientas comunicativas presentan desafíos para la educación de los comunicadores. En consecuencia, los programas académicos se ven obligados a someterse a actualizaciones y ajustes continuos para dotar a los estudiantes de las habilidades y conocimientos necesarios a fin de navegar en el panorama digital en constante evolución.

Es así que en días actuales unificar las tecnologías en el modelo educativo de educación superior resulta complejo debido a las nuevas tendencias que surgen día a día, es por ello que García y Fernández (2024) afirma:

Generar una metodología propia de formación profesional de comunicadores sociales en entornos virtuales de aprendizaje es un reto, ya que no existe un modelo universal aplicable a todos los casos. El montaje de los cursos, el estilo de enseñanza, las metodologías aplicadas varían en dependencia de las competencias y recursos del docente y el alumnado (p.27)

Bajo otro prisma elaborar mensajes que se alineen y respeten las normas culturales presenta un obstáculo importante para la formación de comunicadores ecuatorianos.

Requiere no sólo una comprensión profunda de la diversa herencia cultural de la nación, sino también una habilidad para modificar tanto el lenguaje como la sustancia para adaptarse a diversos escenarios como la inteligencia artificial. *A priori* adquirir habilidades interculturales es imperativo (Ruiz, 2024).

Hoy, la formación para comunicadores debe ser multifacética e interactiva orientada a las nuevas tecnologías para que los estudiantes se relacionen con nuevas tendencias de la comunicación, a fin de crear productos que impacten y enajenar dicha experticia aprendida en las aulas al ámbito profesional.

1.10.1 El rol del comunicador en la actualidad

Nuevas tendencias tecnológicas indican que el comunicador debe desarrollar un enfoque de simbiosis con la tecnología, adaptándose al mundo actual de recursos tecnológicos, con el fin de poder crear nuevo contenido y así hacer que el estudiante y el profesional de la comunicación tenga que implementarlo en su vida diaria. Y para hoy, las redes sociales se han posicionado en su lugar:

Medios como El Universal y Excélsior de México, Metrópolis de Brasil, La Nación de Argentina y El Tiempo de Colombia, cuentan con millones de suscriptores en YouTube, publican varios videos cortos al día sumando miles de vistas, es la actualidad y el futuro de la comunicación. (Pennacchio 2024)

De acuerdo con Suazo (2023) el comunicador a lo largo del tiempo se ha apoyado en diversas herramientas para construir sus productos. De hecho, los sistemas de IA de dominio público, como ChatGPT, pueden producir respuestas sobre cualquier pregunta. Reside el discurso de la verdad; el profesional de la comunicación puede generar toda la diferencia, comenzando a construir significado con una mirada crítica, a discernir y sobre todo a contextualizar el relato de los impactos.

Desde otra óptica la función del profesional en comunicación se amplía gracias a las emergentes opciones de interacción que promueven un entorno global, instantáneo y participativo. Esto exige que la educación de estos profesionales evolucione hacia métodos más innovadores, preparándolos con habilidades y conocimientos esenciales para sobresalir en un entorno laboral que demanda una dedicación y cualificación crecientes. (Palacios y López 2023)

Por otro lado, De la hoz et. al (2023) expresa que la formación de comunicadores en conceptos generales de inteligencia artificial, seguida de una capacitación en habilidades técnicas específicas, es fundamental para fomentar una cultura organizacional receptiva al empleo de esta tecnología, siendo así punto neurálgico la adopción de nuevas tecnologías en las aulas de los nuevos comunicadores.

La valía de invertir en nuevas tecnologías en las aulas es de gran importancia para ofrecer oportunidades no sugeridas por las rutinas que han acompañado a la comunicación. La realización de un programa de radio se reemplaza por la composición de un pódcast, como se ejemplifica aplicarlo en las diversas facetas de la comunicación.

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Métodos

Para abordar la investigación sobre el uso de la inteligencia artificial en la creación de productos por parte de los estudiantes de comunicación, se utilizó el método mixto hipotético - deductivo.

El método hipotético fue aplicado inicialmente a partir ciertas hipótesis para refutar o aceptar las teorías previamente establecidas al final de la investigación En paralelo, el método deductivo se lo aplicó a fin de ir dilucidando diversas teorías recogidas con la aplicación de los instrumentos, partiendo de principios generales y premisas para al final formular hipótesis específicas

2.2 Enfoque

Gómez (2009), referente al enfoque mixto, afirma que “ambos enfoques, no se excluyen, ni se sustituyen, sino que, combinados apropiadamente, enriquecen y mejoran la confiabilidad y validez de la investigación”, por tanto, en el presente trabajo, se llevará a cabo utilizando un enfoque mixto, que combina elementos cualitativos y cuantitativos.

De acuerdo con Hernández (2014) el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos secuenciales y probatorios, el cual permitió a través de encuestas recoger datos numéricos sobre la frecuencia de uso de herramientas de inteligencia artificial y el nivel de conocimiento previo sobre inteligencia artificial que poseen los estudiantes.

Desde otro prisma, el enfoque cualitativo para Narváez (2024) busca la comprensión profunda de un fenómeno dentro de su entorno natural, en la actual investigación este enfoque fue aplicado mediante entrevistas semiestructuradas a docentes y especialista fin

de explorar las expectativas y su nivel de aceptación de la IA en procesos comunicacionales.

2.3 Método

En este estudio se aplicó un método hipotético deductivo. Inicialmente, se partió de teorías generales sobre la inteligencia artificial y su uso en la creación de productos por estudiantes de comunicación para formular hipótesis. Posteriormente, se recogieron y analizaron datos para confirmar o refutar estas hipótesis. A partir de los datos recogidos, se generaron conclusiones y se identificaron patrones.

2.4 Técnicas

En la presente investigación se utilizó entrevistas semiestructuradas como una de las técnicas para obtener información cualitativa de expertos en inteligencia artificial y docentes de comunicación de diferentes universidades y encuestas a estudiantes de comunicación de Ibarra.

2.5 Encuestas

Las encuestas fueron seleccionadas por la capacidad para recopilar datos sistemática y estructuradamente, lo que resulta útil para obtener una visión cuantitativa y representativa de las percepciones y conocimientos de un amplio grupo de estudiantes de comunicación en Ibarra sobre la inteligencia artificial, lo cual facilita el análisis estadístico y la identificación de tendencias generales dentro de la población estudiada.

El diseño de la encuesta incluyó tanto preguntas abiertas como cerradas, lo que permitió captar datos cuantitativos sino también cualitativos, proporcionando una visión más amplia sobre el tema de estudio.

2.6 Entrevistas

Las entrevistas fueron elegidas para obtener datos cualitativos y así permitir una exploración detallada de las perspectivas de expertos y docentes con conocimientos y experiencias específicas en el ámbito de la inteligencia artificial. Las entrevistas semiestructuradas con dos expertos en inteligencia artificial y tres docentes de diferentes universidades fueron importantes para obtener información experta y contextualmente en IA.

La selección de expertos y docentes proporcionó una diversidad de perspectivas, enriqueciendo la comprensión de los diferentes enfoques relacionados con la enseñanza, implementación y evolución de la inteligencia artificial.

En conjunto, la utilización de encuestas y entrevistas permitió una triangulación de datos, al combinar la información obtenida de las encuestas con la profundidad de las entrevistas.

2.7 Instrumentos

En este estudio, se aplicaron dos instrumentos principales que se explican a continuación:

Cuestionario de encuesta: Se utilizó para evaluar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre distintas herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT, Copilot, Canva y más herramientas. Incluyó una serie de preguntas de selección múltiple para conocer los propósitos del uso de la IA, al mismo tiempo para la elección de tipos de aplicaciones que incorporan inteligencia artificial para la creación de audiovisual, visual y sonido. Donde los estudiantes podían seleccionar sus respuestas de una lista de opciones predefinidas. Asimismo, se incluyeron interrogantes basadas en la escala de Likert sobre conocimientos y habilidades, en la cual se utilizó la siguiente escala:

- 1 = Poco
- 2= Debajo del promedio
- 3= Promedio
- 4= Por encima del promedio
- 5= Excelente

De igual manera la encuesta contó con una pregunta abierta referente a la existencia de alguna asignatura en la malla curricular de la carrera de comunicación orientada al aprendizaje y la gestión de la inteligencia artificial en la que su opinión se centra en relación a la conexión entre IA y la malla curricular de la carrera de comunicación. Esto permitió cuantificar y comparar las respuestas.

Cuestionario para entrevistas semiestructuradas: Para realizar las entrevistas se desarrolló un cuestionario previo de 12 preguntas, a especialistas y docentes de distintas universidades del medio en el cual se abordaron temáticas como la implementación de la IA en el currículo de comunicación, desafíos, oportunidades, consideraciones éticas y futuro de la comunicación.

2.8 Muestra

La población objetivo de este estudio son los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en la ciudad de Ibarra, Ecuador. La población total encuestada fue de 102 estudiantes de dos universidades de Ibarra. Universitarios de la Universidad Técnica del Norte (UTN) y Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra (PUCE-I) fueron seleccionados de manera aleatoria debido a la facilidad de acceso y la disponibilidad de recursos para realizar las encuestas.

En cuanto a las entrevistas, se realizaron cinco, de acuerdo al siguiente detalle:

Francklin Rivas ingeniero en sistemas, especialista en IA

Ha sido seleccionado por su trayectoria en Ciencias de Datos, aplicaciones de Inteligencia Artificial y diseño de soluciones para su uso en diversas áreas incluyendo: Industrial, comunicación. Ha coordinado proyectos internacionales y se ha desempeñado en puestos directivos en actividades educativas.

Hernán Yaguana comunicador, especialista en IA

Él fue designado por sus investigaciones en inteligencia artificial en el campo de la comunicación, además es Doctor en Comunicación y Periodismo Universidad Santiago de Compostela - España. Diploma de Estudios Avanzados en Comunicación y Periodismo Universidad Santiago de Compostela - España. Licenciado en Comunicación Social Universidad Técnica Particular de Loja – Ecuador.

Fabrizio Rosero docente en comunicación UTN

Fue escogido para emitir su comentario acerca de la IA por su trayectoria en el periodismo, es actualmente jefe de información del medio TVN y por ser uno de los docentes con más experiencia en la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Norte, asimismo por cursos que ha realizado sobre inteligencia artificial en comunicación.

Juan Pablo Arrobo docente en comunicación UTPL

Se destinó al docente porque actualmente forma parte de la Universidad Técnica Particular de Loja. Paralelamente su línea de investigación es Comunicación y Cultura Audiovisual: la imagen, su significado y las nuevas narrativas audiovisuales. Entre sus publicaciones e investigaciones

Viviana Trejo, docente en comunicación PUCE-I

Se seleccionó a la docente de la universidad porque actualmente es la Coordinadora Académica de comunicación, ha sido docente de la carrera durante varios años y actualmente lleva procesos de titulación.

Paralelamente se aplicó preguntas, tales como:

¿Usted tiene experiencia en la integración de las herramientas de IA en el aula?

¿Qué tipo de herramientas de IA ha utilizado o está utilizando en sus clases?

¿Cómo cree que el uso de inteligencia artificial en el aula puede beneficiar a los estudiantes de comunicación?

Asimismo, se desarrolló la entrevista a dos especialistas de inteligencia artificial, participantes que respondieron a 10 preguntas como:

¿Cuál es su opinión sobre el papel actual de la inteligencia artificial en la producción y distribución de contenido comunicacional?

¿Qué impacto cree que tendrá la inteligencia artificial en el futuro del periodismo y la comunicación?

¿Cómo cree que los estudiantes de comunicación están adoptando y utilizando herramientas de inteligencia artificial en su proceso de producción de contenidos?

Los datos obtenidos de las entrevistas fueron transcritos e interpretados.

2.9 Procedimiento

El procedimiento de la investigación consistió en la selección de los participantes para las entrevistas y las encuestas, la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, el análisis y procesamiento de la información recopilada a través de la herramienta de

Google y Excel, para finalmente elaborar las respectivas conclusiones de la información obtenida.

Las entrevistas semiestructuradas se realizaron a tres docentes universitarios de comunicación y a dos expertos en inteligencia artificial para recolectar datos cualitativos. Los docentes fueron seleccionados de la Universidad Técnica del Norte UTN, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra PUCE-I y la Universidad Técnica Particular de Loja UTPL, las preguntas fueron enfocadas a la implementación de IA en las aulas de comunicación. Las entrevistas, se desarrollaron virtualmente, tuvieron una duración aproximada de 25 minutos y se centraron en explorar sus experiencias, percepciones y recomendaciones sobre el uso de la IA en la educación.

Además, se entrevistaron a dos expertos en inteligencia artificial, para obtener una visión especializada sobre el papel y el impacto de la IA en la producción y distribución de contenido comunicacional. Estas entrevistas, también realizadas de manera virtual y con una duración de aproximadamente media hora y permitieron un análisis de las aplicaciones innovadoras de la IA, desafíos que enfrentan los estudiantes, y las oportunidades futuras en el campo de la comunicación.

De los entrevistados cada uno tiene opiniones diversas del manejo de la inteligencia artificial en la carrera de comunicación, por citar uno de los criterios de cada entrevistado:

Tabla 2. Nombre de docentes y especialistas entrevistados conjuntamente con su criterio

Nombre	Institución	Criterio
Viviana Trejo	Docente de comunicación PUCE-I	La inteligencia artificial es válida y es efectiva cuando hay un inteligente tras de esta inteligencia
Fabricio Rosero	Docente de comunicación UTN	La inteligencia artificial es válida y es efectiva cuando hay un inteligente tras de esta inteligencia

Juan Pablo Arrobo	Docente de comunicación UTPL	No todas las herramientas de IA son accesibles para todos los estudiantes, existen limitantes todavía para una incorporación completa.
Francklin Rivas	Especialista en IA PUCE-I	Considero que las herramientas de IA sí pueden ayudar a los estudiantes de comunicación a desarrollar y mejorar en los aspectos académicos y laborales
Hernán Yaguana	Especialista en IA UTPL	La carrera de comunicación va a desaparecer como lo han hecho otras como la mecanografía

Al final es importante expresar que la información proporcionada por los entrevistados fue interpretada a fin de resaltar los puntos más altos de sus comentarios.

Desde otro prisma, la encuesta fue diseñada para recolectar datos sobre las percepciones y conocimientos de los estudiantes de comunicación en Ibarra sobre la inteligencia artificial. Se incluyó una pregunta abierta y 13 interrogantes cerradas para obtener una visión detallada del tema. Las preguntas abarcan temas como la familiaridad con la IA, propósitos y habilidades en inteligencia artificial en comunicación.

El cuestionario se distribuyó a estudiantes de las carreras de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra (PUCE-I) y la Universidad Técnica del Norte (UTN) en total se obtuvieron 102 respuestas mediante la plataforma *Google Forms*, permitiendo a los estudiantes responder de manera anónima y a su conveniencia.

El instrumento estuvo disponible durante un período de tres semanas, durante el cual se enviaron recordatorios a los estudiantes a través de plataformas de mensajería y contacto con algunos docentes que ayudaron a compartir con sus cursos de clase. Esto ayudó a maximizar la tasa de respuesta y asegurar una muestra representativa de la población estudiantil objetivo.

En la toma de las opiniones, hubo dificultades en asegurar la tasa de respuestas. Algunos estudiantes no completaron la encuesta, otros no proporcionaron respuestas detalladas, mientras que otros dieron respuestas superficiales lo que afecta la representatividad de los resultados.

2.10 Variables

Variables independientes:

Implementación y evolución de la inteligencia artificial.

Nivel de adopción de herramientas de inteligencia artificial.

Formación en inteligencia artificial.

Acceso a herramientas de inteligencia artificial.

Frecuencia de uso de herramientas de inteligencia artificial

Información previa sobre inteligencia artificial que poseen los estudiantes.

Variables dependientes:

Proceso formativo de los estudiantes.

Desarrollo de habilidades comunicacionales de los estudiantes.

Nivel de conocimiento en inteligencia artificial.

Habilidades en producción de contenidos comunicacionales.

Nivel de aceptación de la IA en procesos comunicacionales.

Expectativas de los estudiantes respecto a la implementación de la inteligencia artificial en su futuro profesional.

3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

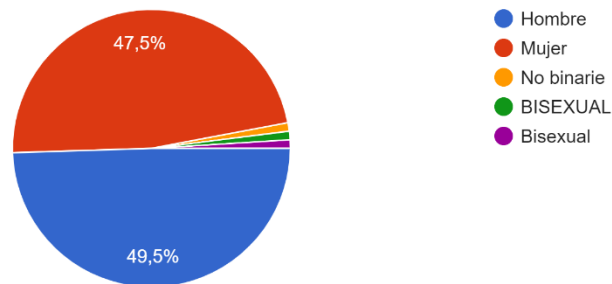
Esta sección presenta los resultados obtenidos mediante encuestas y entrevistas, herramientas empleadas para explorar la integración de la inteligencia artificial en la educación en comunicación en Ibarra. Las encuestas proporcionaron datos cuantitativos sobre el uso y las percepciones de los estudiantes de comunicación respecto a la IA, revelando niveles de habilidad y aceptación variados. Paralelamente, entrevistas

semiestructuradas con tres docentes y dos especialistas en IA aportaron perspectivas cualitativas que enriquecen la comprensión de cómo se percibe y se aplica la IA en el ámbito académico. Estos métodos combinados permiten un análisis de los efectos educativos y prácticos de la IA, ofreciendo una visión comprensiva de su impacto actual y potencial en la formación de comunicadores en Ibarra.

3.1 Interpretación de las encuestas

Gráfico 1. Género de los estudiantes de comunicación encuestados

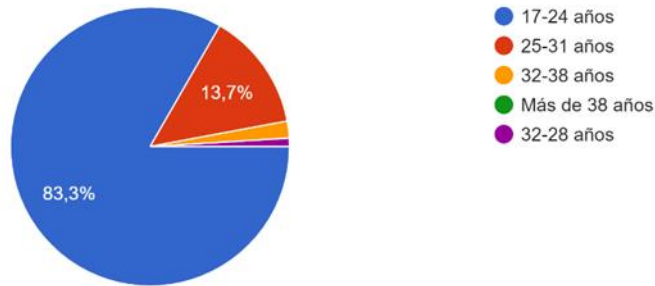
Sexo:
101 respuestas



Nota: El número de participantes que se identificaron como hombres y mujeres fue prácticamente igual, lo que indica una representación equitativa de ambos géneros en la muestra de estudio. Asimismo, hubo un pequeño número de participantes que se distinguieron como no binarios o bisexuales.

Gráfico 2. Edades de los estudiantes de comunicación encuestados

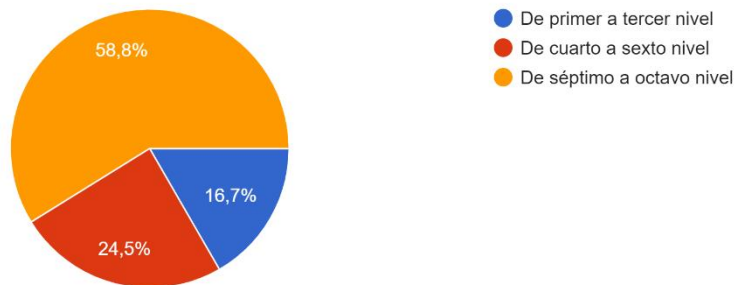
¿Cuántos años tienes?
102 respuestas



Nota: Los datos recopilados en el estudio marcan una distribución de edades sesgada hacia el grupo más joven. La gran mayoría de los participantes están en el rango de edad de 17 a 24 años. Un número menor de estudiantes se identificaron en el rango de edad de 25 a 31 años.

Gráfico 3. Niveles que cursan los estudiantes de comunicación encuestados

Qué nivel cursas en la carrera de Comunicación:
102 respuestas



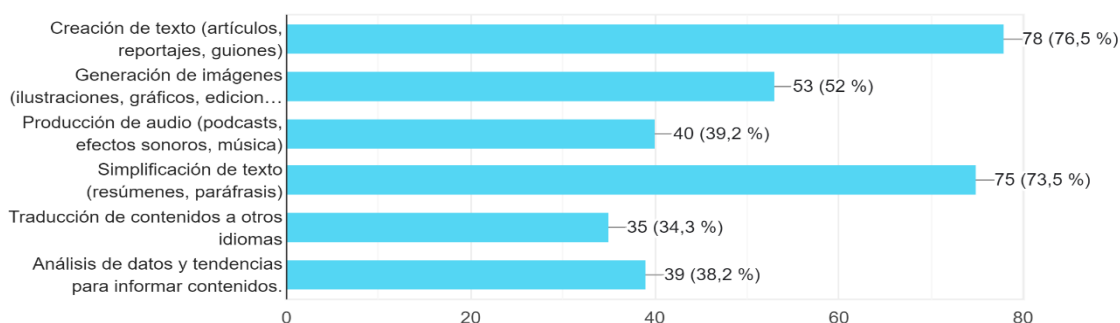
Nota: La mayoría de los estudiantes de comunicación que participaron en el estudio cursan los niveles superiores de su carrera, específicamente se encuentran en séptimo y octavo nivel. La cuarta parte de alumnos cursa niveles intermedios (cuarto a sexto).

Aunque las respuestas reflejan una variedad de niveles de estudio entre los estudiantes de comunicación, marca una clara predominancia de los niveles superiores. Esta información de estudio expresa como percibieron y utilizaron la inteligencia artificial en su formación.

Gráfico 4. Propósitos de uso de inteligencia artificial

¿Para qué propósitos utilizas la inteligencia artificial en la creación de contenidos comunicacionales? (Selecciona todas las opciones que apliquen):

102 respuestas

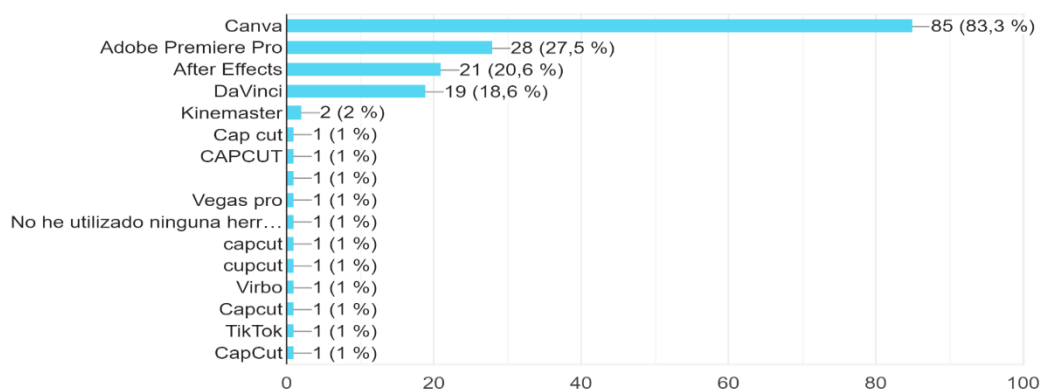


Nota: Las tres cuartas partes de los encuestados dice haber utilizado inteligencia artificial para la creación y simplificación de textos, demostrando una tendencia marcada hacia la automatización y asistencia en la generación de contenidos escritos. Además, el 50% de los estudiantes utilizan IA para la generación de imágenes, destacando la importancia de los aspectos visuales en la producción comunicacional. Por otro lado, para lo que menos se utiliza la inteligencia artificial es para la traducción de textos.

Gráfico 5. Aplicaciones más usadas para producción audiovisual por los estudiantes de comunicación

Cómo apoyo en la creación y producción de contenido audiovisual qué apps con IA utilizas:

102 respuestas

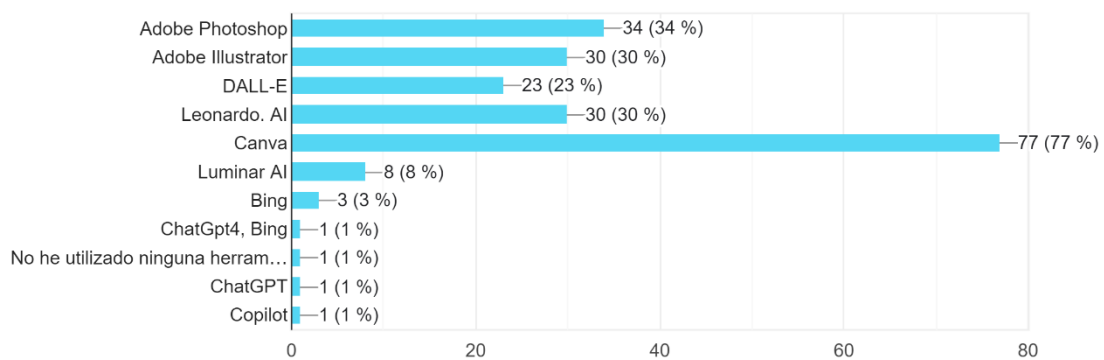


Nota: En esta interrogante llevada a cabo para evaluar las herramientas de inteligencia artificial utilizadas por los estudiantes de comunicación en la creación y producción de contenido audiovisual, se observó el uso predominante de la aplicación Canva. Esta

herramienta fue mencionada de manera consistente por casi la totalidad de los encuestados. Los datos reflejan que existe gran popularidad y aceptación sobre este programa entre los universitarios que estudian comunicación. Asimismo, la mitad de los encuestados señaló que emplea *Adobe Premiere Pro* y *After effects* para tareas relacionadas con la producción audiovisual.

Gráfico 6. Aplicaciones más usadas para la producción visual por los estudiantes de comunicación

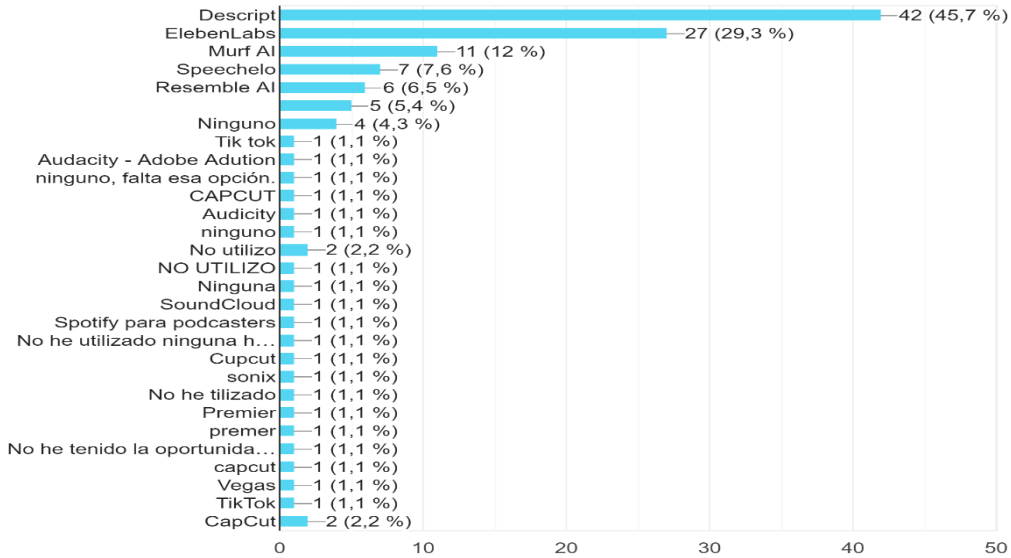
Cómo apoyo en la creación y producción de imágenes qué apps con IA utilizas:
100 respuestas



Nota: Respecto a la producción visual existe una marcada preferencia por Canva, lo cual expone su popularidad entre los estudiantes. Por otro lado, Adobe Photoshop, Leonardo.AI y Adobe Illustrator son usadas por un tercio de los encuestados. Los datos arrojados tras la aplicación de la encuesta muestran la diversidad de herramientas que los estudiantes de comunicación adoptaron para optimizar sus proyectos visuales.

Gráfico 7. Aplicaciones más usadas para la producción de audio por los estudiantes de comunicación

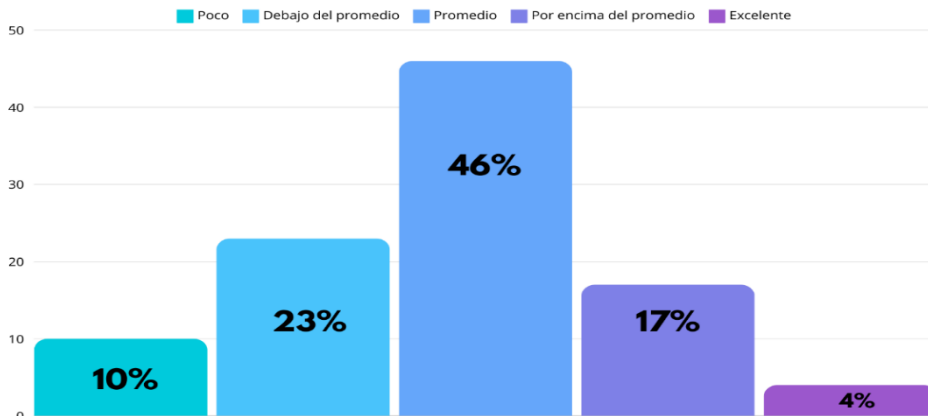
Cómo apoyo en la creación y producción de audio qué apps con IA utilizas:
92 respuestas



Nota: El uso de la IA para la creación y producción de audio, se observó una preferencia inferior a la mitad de los encuestados por Descript, Otras herramientas mencionadas fueron ElebenLabs, Murf AI, Speechelo, Resemble y CapCut también fue mencionada en varias ocasiones. Sin embargo, un número considerable de encuestados indicó que no utiliza ninguna herramienta de inteligencia artificial para la producción de audio, lo cual podría reflejar una falta de familiaridad o de necesidad en este ámbito específico

Gráfico 8. Conocimiento de los principios básicos de la inteligencia artificial aplicados a la comunicación

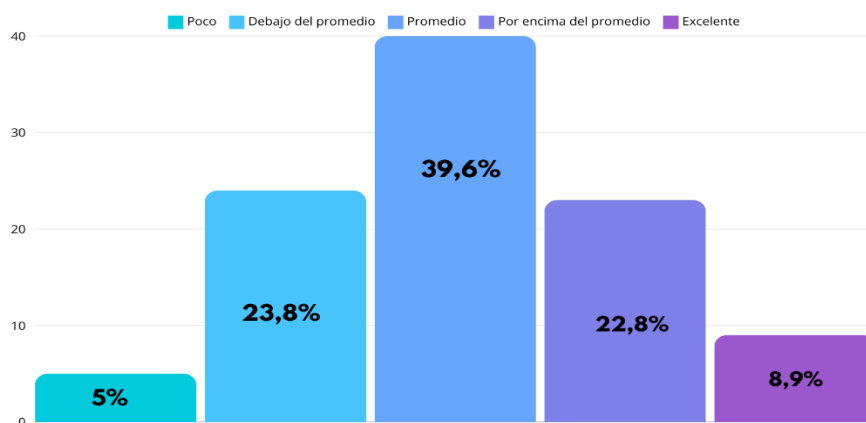
¿ Cómo calificas tu conocimiento de los principios básicos de la inteligencia artificial aplicados a la comunicación?



Nota: En el apartado de los conocimientos y habilidades de los estudiantes de comunicación sobre los principios básicos de la inteligencia artificial utilizando una escala Likert. Aproximadamente la mitad de los estudiantes se calificaron a sí mismos en el rango de promedio reflejando una autopercepción moderada de su comprensión sobre el tema. Por otro lado, alrededor de un cuarto de estudiantes se situó en la categoría de por debajo del promedio y poco. Un número muy bajo de encuestados se ubicaron en los niveles superiores de la escala, por encima del promedio y excelente, lo que sugiere que solo una minoría considera tener un dominio avanzado.

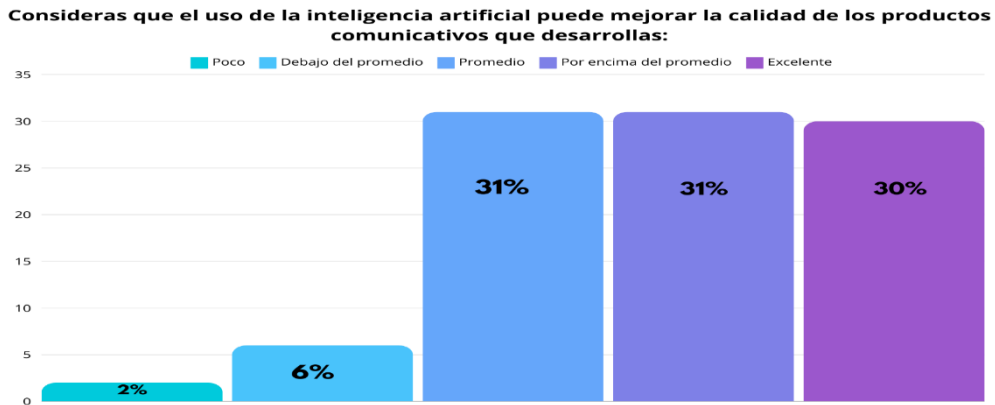
Gráfico 9. Nivel de capacidad de los estudiantes de comunicación aplicando IA

¿Qué nivel de capacidad tienes para utilizar herramientas de IA en la producción de contenidos comunicacionales?



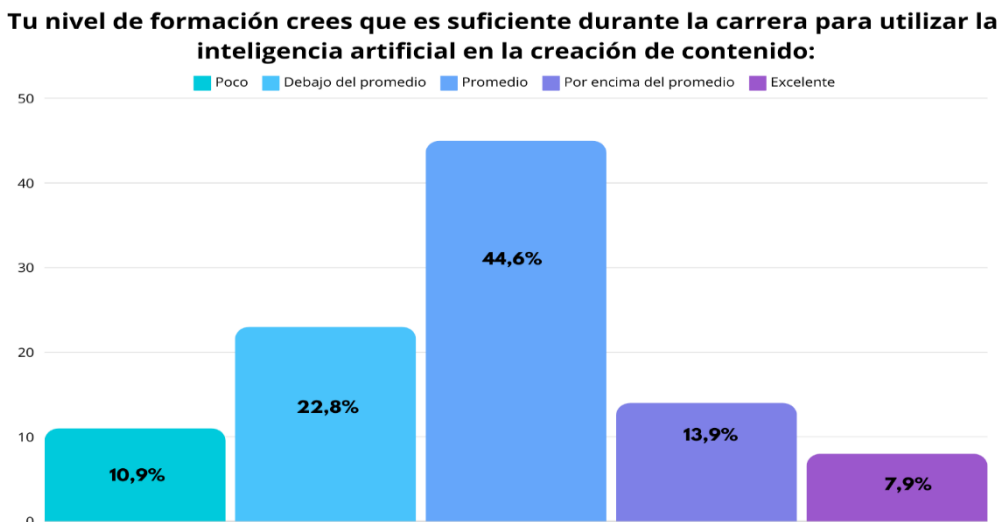
Nota: En la sección del nivel de capacidad de los estudiantes de comunicación para utilizar herramientas de inteligencia artificial en la producción de contenidos la mayoría de los estudiantes se situaron en un nivel de promedio. Un cuarto de los universitarios se ubicó en los niveles por debajo del promedio y poco, Por otro lado, cerca de un tercio de estudiantes se calificó con niveles por encima del promedio y excelente. Esta distribución de respuestas evidencia una disparidad en las competencias de los estudiantes respecto al uso de inteligencia artificial en la comunicación.

Gráfico 10. Apreciación sobre la mejora de la calidad de productos comunicacionales mediante la inteligencia



Nota: En la selección de la percepción de los estudiantes de comunicación sobre si el uso de la inteligencia artificial puede mejorar la calidad de sus productos se apreció que los estudiantes se situaron en los niveles por encima del promedio y excelente indicando una fuerte creencia en el potencial de la inteligencia artificial para mejorar sus productos comunicativos. Un tercio de respuestas se ubicó en el nivel promedio, reflejando una percepción moderadamente positiva. Menos estudiantes se situaron en los niveles debajo del promedio y poco.

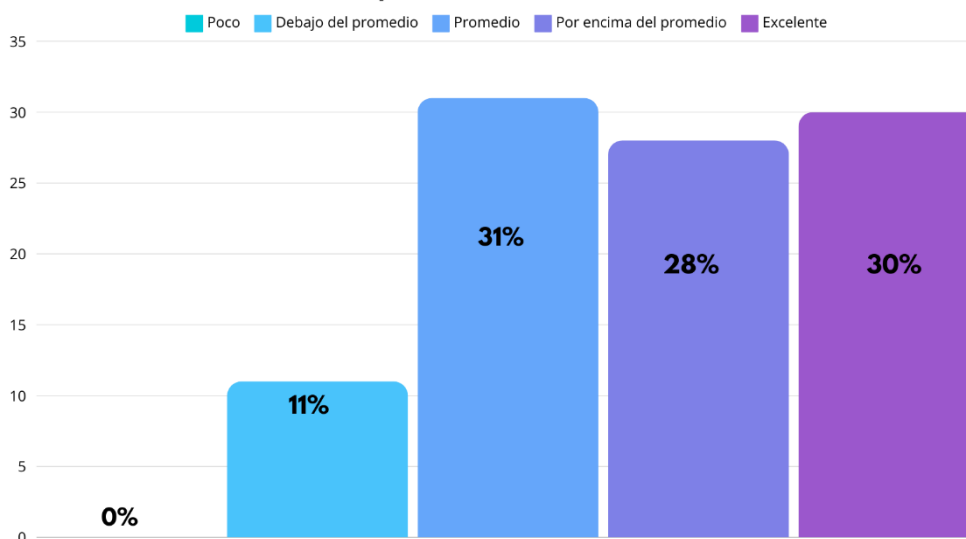
Gráfico 11. Percepción sobre la formación en inteligencia artificial para la creación de contenido durante la carrera



Nota: En la percepción de los estudiantes de comunicación sobre si su nivel de formación durante la carrera se identificó que cerca de la mitad de los encuestado se situaron en el nivel promedio. Un tercio de los estudiantes se ubicó en los niveles debajo del promedio y poco. Por otro lado. Un cuarto de la cantidad de estudiantes se situó en los niveles por encima del promedio y excelente.

Gráfico 12. Opinión sobre la importancia de la inteligencia artificial como herramienta profesional en el campo de la comunicación

La inteligencia artificial es una herramienta esencial para tu futuro profesional en el campo de la comunicación:

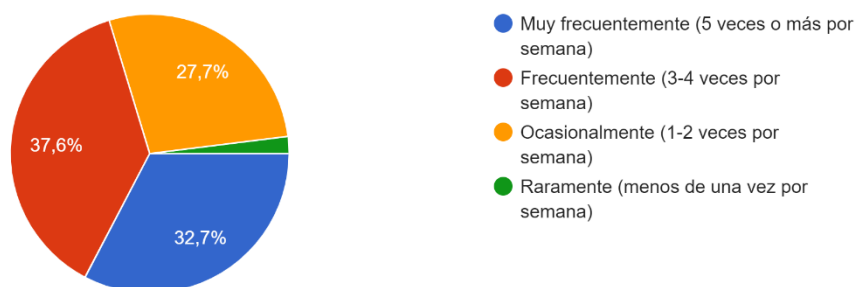


Nota: La percepción de los estudiantes de comunicación sobre la importancia de la inteligencia artificial como herramienta esencial para su futuro profesional. Una gran parte de los estudiantes se situaron en los niveles por encima del promedio y excelente. Menos estudiantes se situaron en los niveles debajo del promedio, lo cual indica una fuerte creencia en la relevancia de la inteligencia artificial para su futuro en el campo de la comunicación

Gráfico 13. Frecuencia del uso de inteligencia artificial

Con qué frecuencia utilizas tecnologías de inteligencia artificial en tus proyectos o estudios cada semana

101 respuestas



Nota: En el contexto sobre el uso de la inteligencia artificial en la creación de productos por los estudiantes de comunicación, se observó que dos tercios de los estudiantes utiliza

tecnologías de IA con una frecuencia alta a muy alta. Por otro lado, cerca de un tercio de los estudiantes la utiliza ocasionalmente (1-2 veces por semana. En el mismo ámbito un pequeño porcentaje reportó un uso raro (menos de una vez por semana), los resultados señalaron una aceptación generalizada de la IA.

Pregunta 14

En el marco de las encuestas, se planteó una pregunta abierta relacionada con la existencia de asignaturas orientadas al aprendizaje y gestión de la inteligencia artificial en la malla curricular de la carrera.

¿En la malla curricular de tu carrera existe alguna asignatura que se oriente hacia el aprendizaje y la gestión de la inteligencia artificial? Si la respuesta es SI, menciona el nombre de la o las asignaturas. Si la respuesta es NO, ¿consideras que es necesaria una materia que te brinde estos conocimientos?

Tabla 3. Interpretación de las respuestas correspondiente a una pregunta abierta relacionada con la existencia de asignaturas orientadas al aprendizaje y gestión de la inteligencia artificial en la malla curricular de la carrera.

Respuesta a la pregunta	Frecuencia	Interpretación
Sí, menciona que existe asignatura con IA, pero no especifica cuál	6	Un pequeño grupo de estudiantes mencionó que hay asignaturas que, aunque no se centran exclusivamente en IA, incluyen elementos relacionados con la tecnología.
No, pero considera necesaria una asignatura de IA	58	La mayoría de los estudiantes consideró que es fundamental integrar una asignatura específica sobre IA en la malla curricular para mantenerse actualizados con las tendencias tecnológicas y mejorar su formación profesional.
No, pero considera que algunas materias ya incluyen IA, pero no de forma específica	14	Algunos estudiantes notaron que hay materias que abordan la IA tangencialmente, sugiriendo la necesidad de una mayor formalización y profundidad en el contenido.

No, y no considera necesaria una asignatura específica de IA	4	Un pequeño número de estudiantes no ve la necesidad de incluir una asignatura específica sobre IA, sugiriendo que la integración con otras materias podría ser suficiente.
--	---	--

3.2 Interpretación de las entrevistas

Tabla 4. Cuestionario y frases más importantes de las entrevistas a docentes en comunicación: Fabricio Rosero, Juan Pablo Arrobo y Viviana Trejo.

Pregunta	Entrevistado	Respuesta
¿Usted tiene experiencia en la integración de las herramientas de IA en el aula?	Fabricio Rosero	La inteligencia artificial es parte del currículo en el aula
	Juan Pablo Arrobo	He tenido la oportunidad de incorporar herramientas de inteligencia artificial en varias asignaturas de comunicación.
	Viviana Trejo	Si conozco de las herramientas de la IA y las he aplicado en el proceso de aprendizaje de los estudiantes.
¿Qué tipo de herramientas de IA ha utilizado o está utilizando en sus clases?	Fabricio Rosero	Básicamente lo que están utilizando es el ChatGPT. Para nosotros como docentes en mi particular era muy fácil identificar cuando un estudiante estaba usando ChatGPT.
	Juan Pablo Arrobo	Entre las herramientas de IA que he incorporado en mis clases de comunicación en la UTPL son algunas en las que se incluyen plataformas como ChatGPT o Copilot.
	Viviana Trejo	La misma que se usa en gestión de información académica para la elaboración de trabajos de investigación que presentan los estudiantes.

¿Ha recibido capacitación o formación específica para utilizar estas herramientas de manera efectiva en su enseñanza?	Fabricio Rosero	<p>Hemos recibido en la universidad capacitación para lo que es la producción de artículos científicos académicos de inteligencia artificial.</p> <p>Al ser una tecnología que está presente y como docentes investigadores es nuestra obligación auto educarnos.</p>
	Juan Pablo Arrobo	<p>Para asegurar una implementación efectiva de estas tecnologías en la UTPL he participado en diversos programas de formación que la universidad ofrece a su personal docente.</p>
	Viviana Trejo	<p>Desde la PUCE-I se han generado varios espacios de capacitaciones en inteligencia artificial para la planta docente.</p> <p>Considero que desde la universidad se debería planificar cursos continuos de tal manera que los docentes estén al día con las nuevas tecnologías.</p>
¿Cómo cree que el uso de inteligencia artificial en el aula puede beneficiar a los estudiantes de comunicación?	Fabricio Rosero	<p>Sin duda yo estoy muy seguro, tengo una premisa que la trabajo con mis estudiantes de que la inteligencia artificial es válida y es efectiva cuando hay un inteligente tras de esta inteligencia.</p>
	Juan Pablo Arrobo	<p>Herramientas como ChatGPT pueden ofrecer a cada estudiante feedback personalizado en tiempo real, lo que mejora su habilidad de redacción y argumentación.</p>
	Viviana Trejo	<p>Efectivamente pienso que la IA tiene beneficios en los estudiantes de comunicación.</p> <p>Las herramientas de IA les permiten a los estudiantes crear contenido material personalizado y creativo de diferentes tipos como texto, audio, video, entre otros.</p>
¿Ha notado algún impacto (sea positivo o negativo) en el rendimiento académico	Fabricio Rosero	<p>Ante el desconocimiento de cómo se puede generar productos efectivos y realmente valederos yo creo que ese desconocimiento hace que el impacto sea negativo.</p>

de los estudiantes, desde que comenzó a utilizar las herramientas de IA en sus clases?		Los estudiantes que lamentablemente por las deficiencias de la formación educativa no tienen la capacidad de conocer cómo se escribe.
	Juan Pablo Arrobo	En el lado positivo, estas herramientas han permitido a los estudiantes analizar grandes volúmenes de datos y crear contenido con una precisión y eficiencia que anteriormente no era posible.
	Viviana Trejo	<p>En aspectos negativos se puede notar que en los estudiantes que hacen un mal uso de la inteligencia artificial se genera un bajo análisis crítico.</p> <p>Desde otro punto de vista, en aspectos positivos, el buen uso de la inteligencia artificial permite tener herramientas de apoyo en los aspectos académicos de los estudiantes.</p>
¿Qué conocimientos y habilidades específicas considera que son necesarios en los estudiantes de comunicación, que deseen o necesiten incorporar las herramientas de IA en la creación de contenido?	Fabricio Rosero	Un dominio básico en la comunicación, por ejemplo, entender que para generar procesos informativos la referencia inicial es que tenga los datos y los datos deben ser verificados, contrastados y contextualizados.
	Juan Pablo Arrobo	<p>Son varias las habilidades que los estudiantes deben conocer antes de incorporar herramientas de IA en la creación de contenido</p> <p>Tener una comprensión básica de cómo funcionan los algoritmos y la capacidad de manipular un <i>prompt</i> básico puede ser invaluable</p>
	Viviana Trejo	<p>Los estudiantes de comunicación deben conocer y dar un buen uso de las herramientas de inteligencia artificial.</p> <p>Además, es importante que identifiquen la variedad de herramientas que existen y para qué sirven cada una de ellas</p>
¿Cómo cree que las herramientas de IA	Fabricio Rosero	Yo creo que es un proceso que todavía no está totalmente desarrollado.

<p>pueden ayudar a los estudiantes de comunicación a desarrollar habilidades específicas para su futura carrera?</p>		<p>Muy pocos utilizan ChatGPT 4 que te da un sinnúmero de opciones inclusive en el tema de desarrollo de redacción.</p>
	Juan Pablo Arrobo	<p>Las herramientas de IA pueden ser fundamentales para el desarrollo de habilidades clave para la futura carrera de los estudiantes.</p>
	Viviana Trejo	<p>Pienso que el uso de las herramientas de IA es algo que se encuentra en proceso.</p> <p>Considero que las herramientas de IA sí pueden ayudar a los estudiantes de comunicación a desarrollar y mejorar en los aspectos académicos y laborales.</p>
<p>¿De qué manera evalúa el nivel de eficacia que ha tenido la implementación de las herramientas de IA en el proceso de aprendizaje de sus alumnos?</p>	Fabricio Rosero	<p>Primero, auto prepararse, así los estudiantes tendrán mejor capacidad de ir desarrollando sus habilidades en IA.</p> <p>Las posibilidades de mejorar el proceso de enseñanza de aprendizaje son infinitas y por ende es una obligación de los docentes de conocer a profundidad de herramientas de inteligencia artificial.</p>
	Juan Pablo Arrobo	<p>Realizo evaluaciones comparativas periódicas contrastando el desempeño de los estudiantes antes y después de la introducción de las herramientas de IA.</p>
	Viviana Trejo	<p>Pienso que los procesos de aprendizaje están siendo beneficiados con el apoyo de las herramientas de IA.</p> <p>Es fundamental que los docentes reciban capacitaciones constantes sobre la IA.</p>
<p>¿Qué recomendaciones tiene para otros docentes que deseen integrar las herramientas de inteligencia artificial en</p>	Fabricio Rosero	<p>La inteligencia artificial como fue el desarrollo de todas las tecnologías digitales va a tener un efecto importante en la comunicación.</p> <p>El desarrollo de la tecnología siempre pero siempre va a necesitar una mediación humana.</p>

sus clases de comunicación?	Juan Pablo Arrobo	Los docentes tienen una responsabilidad autónoma en su actualización de conocimientos y en su capacitación continua en el uso de la IA. Pienso que esto implica un compromiso personal del profesional con el aprendizaje
	Viviana Trejo	Es crucial que los docentes no se rehúsen a utilizar las nuevas tecnologías. En la actualidad enfrentamos una situación similar ya que los jóvenes están inmersos en un mundo digital.
¿Cómo visualiza el papel de la inteligencia artificial en la formación de profesionales de la comunicación en los próximos años?	Fabricio Rosero	Como currículum no sé si tanto, porque al fin y al cabo como te decía la inteligencia artificial se va a activar siempre y cuando tú conozcas de elementos básicos del proceso comunicacional eso es movable. No creo que en este cambiar de currículum para tener ese dominio, pero como herramienta sí lo vas a tener que conocer.
	Juan Pablo Arrobo	Uno de los principales es asegurar que los estudiantes tengan el conocimiento técnico necesario para utilizar estas herramientas eficazmente. La curva de aprendizaje puede ser empinada, especialmente para aquellos menos familiarizados con la tecnología.
	Viviana Trejo	Considero que en los próximos años las herramientas de inteligencia artificial jugarán un papel cada vez más importante en la formación de los comunicadores.
¿Considera necesario un cambio en el currículo de la Carrera de Comunicación hacia el uso de la IA?	Fabricio Rosero	La inteligencia artificial creo que es un eje más que un conocimiento de por sí la inteligencia artificial ya ha existido. No creo que haya una materia que integrarse eso realmente no
	Juan Pablo Arrobo	Cambio en el currículo como tal no considero, pero si la implementación en algunas asignaturas.

	Viviana Trejo	<p>Me parece que implementar la inteligencia artificial en la malla de la carrera de comunicación es importante.</p> <p>Es importante que los planes de estudio reflejen estas tendencias y preparen a los estudiantes para los desafíos y oportunidades que ofrece la IA.</p>
<p>¿Considera que la Institución Educativa (Universidad) debe crear programas de capacitación para los docentes sobre el uso específico de la IA para comunicación, o considera que esto es una responsabilidad autónoma del docente en su actualización de conocimientos?</p>	Fabricio Rosero	<p>Considero que es una responsabilidad autónoma del docente en su dominio de conocimientos, pero también que la universidad pueda generar una capacitación a ver si nos especificamos en el ámbito de la comunicación.</p>
	Juan Pablo Arrobo	<p>Creo que la universidad y los docentes tienen roles complementarios en la capacitación en el uso de la IA para la comunicación. Por un lado, la Universidad tiene la responsabilidad de ofrecer cursos de capacitación actualizados</p>
	Viviana Trejo	<p>Creo que la universidad y los docentes tienen roles complementarios en la capacitación en el uso de la IA para la comunicación.</p>

Interpretación de las entrevistas desarrolladas a docentes en comunicación

Los docentes coincidieron en que la inteligencia artificial ya está siendo integrada en algunas materias, pero no en el currículo. Herramientas como ChatGPT son comúnmente utilizadas para la generación de contenidos específicos. Sin embargo, también reconocieron que el uso de estas herramientas por parte de los estudiantes a menudo es inadecuado, requiriendo una orientación adecuada por parte de los docentes.

La inteligencia artificial ha permitido una personalización del aprendizaje, mejorando el tiempo en la redacción y el análisis de contenido. No obstante, los educadores señalaron el riesgo de que los estudiantes se vuelvan dependientes de estas herramientas, lo que podría disminuir su capacidad de pensar de manera independiente y crítica.

Educadores estuvieron de acuerdo que la creación de *prompts* efectivos y la capacidad de verificar y contextualizar la información generada por la IA son acciones importantes que los estudiantes deberían realizar siempre para tener un mejor resultado.

Aunque las universidades han ofrecido algunas capacitaciones sobre el uso de herramientas de IA, los docentes consideraron que la formación continua y autoeducación de cada docente es importante para impartir sus conocimientos a los alumnos.

Se reconoció la necesidad de integrar la inteligencia artificial como un eje transversal en el currículo de comunicación, más que como una asignatura independiente.

La inteligencia artificial se visualiza a futuro como una herramienta que complementará, pero no reemplazará, las habilidades humanas en la comunicación. Los profesionales deberán seguir siendo el factor principal en la creación de sus productos.

Tabla 5. Cuestionario y frases más importantes de las entrevistas a especialistas en IA: Francklin Rivas y Hernán Yaguana

Pregunta	Entrevistado	Respuesta
¿Cuál es su opinión sobre el papel actual de la inteligencia artificial en la producción y distribución de contenido comunicacional?	Francklin Rivas	Efectivamente se ha convertido en una herramienta fundamental que puede ayudar muchísimo el desarrollo de contenido. También estamos corriendo riesgos importantes del punto de vista de información falsa, del punto de vista de derechos de autor.
	Hernán Yaguana	El uso a nivel del país es mínimo realmente hay un temor. Va a ser un cambio revolucionario brutal incluso más que cuando apareció la escritura o cuando apareció la imprenta o cuando apareció el intranet.
¿Cuáles son algunas de las aplicaciones más innovadoras de	Francklin Rivas	Hay herramientas en las cuales tú puedes poner de una persona que no

<p>la inteligencia artificial en el ámbito de la comunicación?, ¿Cuáles de ellas cree que son las más utilizadas actualmente por profesionales y estudiantes de comunicación?</p>		<p>exista, tú puedes crear una imagen de una persona que tú la ves con apariencia totalmente real.</p>
	Hernán Yaguana	<p>Se está utilizando más la inteligencia artificial de acuerdo a las variaciones o a las tecnologías con el nombre que vienen como ChatGPT, como Dall-E, como Midjourney, como Fliki, como Copilot.</p>
<p>¿Cómo cree que los estudiantes de comunicación están adoptando y utilizando herramientas de inteligencia artificial en su proceso de producción de contenidos?</p>	<p>Francklin Rivas</p>	<p>Los estudiantes son una de las principales personas que tienen mayor claridad y mayor búsqueda dentro de lo que son las herramientas para poder apoyarse en su trabajo.</p> <p>Muchas veces cuando los profesores ni siquiera sabemos que algo existe, los estudiantes ya lo conocen.</p>
	Hernán Yaguana	<p>Lo están haciendo sin la orientación de vida porque siempre es bueno primero no tener temor.</p> <p>Depende mucho de los estudiantes, de quienes son sus guías.</p>
<p>¿Cuáles son algunas de las barreras o desafíos particulares que los estudiantes de comunicación en Ibarra podrían enfrentar al implementar inteligencia artificial en su trabajo, y cómo cree que deberían abordarse, o cómo se están abordando estos desafíos?</p>	<p>Francklin Rivas</p>	<p>La mayor discusión que va a haber en los siguientes meses y tal vez años sobre la inteligencia artificial son temas asociados a la ética y aspectos legales más que la parte tecnológica.</p>
	Hernán Yaguana	<p>Enseñarle a comenzar a convivir con estas tecnologías y hacer una herramienta útil para que sea su soporte.</p> <p>Para enseñarle quién debe ser ese educador debe estar muy preparado y eso no existe.</p>
<p>¿Qué oportunidades específicas ve para que los estudiantes</p>	<p>Francklin Rivas</p>	<p>Hay herramientas las cuales yo simplemente describiéndole lo que yo</p>

aprovechen la inteligencia artificial en la creación de contenido original y creativo?		<p>quiero hacer, ellos me pueden hacer los dibujos por mí.</p> <p>Podemos utilizar herramientas que pueden potenciar mi creatividad a través del uso de estas herramientas y eso va a ser mucho más fácil.</p>
	Hernán Yaguana	<p>Puedes amenorar costos, puedes incluso hacer cosas como las que recién hicimos la primera flor en Marte.</p> <p>Yo no trabajo ya con actores que son personas, trabajo con actores que los modelo a través de inteligencia artificial.</p>
¿Qué consideraciones éticas son importantes tener en cuenta al utilizar inteligencia artificial en la producción de contenido comunicacional?	Francklin Rivas	<p>Primero que nada, nunca dejar de vista de que nunca debe ser utilizado para dañar a nadie en ninguna manera.</p> <p>La veracidad, debemos estar seguros en las cosas que estamos publicando y que vamos a generar.</p>
	Hernán Yaguana	<p>Mientras las cosas estén bien y no vayan en contra de la integridad de las personas, yo creo que la ética tendrá que parar.</p>
¿Existen iniciativas locales o proyectos a nivel nacional que estén promoviendo el uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos comunicacionales? ¿Cuáles son algunos ejemplos destacados?	Francklin Rivas	<p>Mira, no me atrevería a decirlo, supongo que sí debe haberlas.</p>
	Hernán Yaguana	<p>No lo conozco, no lo conozco porque somos bichos raros los que estamos con IA.</p> <p>La academia no está metida en la IA, o sea la academia no está.</p>
¿Qué impacto cree que tendrá la inteligencia artificial en el futuro	Francklin Rivas	<p>Estamos hablando del presente y hay lugares donde ya hay países donde inclusive los narradores de noticias</p>

del periodismo y la comunicación?		son avatar, son personas que no existen.
	Hernán Yaguana	<p>Va a hacer que el periodismo ya sea algo, perdón que la comunicación sea tan normal como lo fue la mecanografía en su momento.</p> <p>En el 2025 va a ser un año en el cual la industria periodística tradicional que no se haya subido a las plataformas de automatización de inteligencia artificial va a morir.</p>

Interpretación de entrevistas dirigidas a especialistas en IA

Los especialistas coincidieron en que la inteligencia artificial tiene un papel importante en la producción y distribución de contenido comunicacional. Sin embargo, también destacaron que su uso en Ecuador es limitado debido al temor, la desconfianza y la falta de capacitación adecuada.

Se mencionó que las herramientas más innovadoras y utilizadas por los estudiantes y profesionales en comunicación incluyen ChatGPT. Esta herramienta permite generar contenido de manera rápida y eficiente, aunque aún se utiliza solo una fracción de su potencial.

En paralelo, los expertos señalaron que las principales barreras incluyen el temor al uso de IA, la falta de guías y la resistencia a invertir en tecnología. Además, los desafíos éticos y legales, como el plagio y la propiedad intelectual, son aspectos que deben abordarse en la academia.

Además, se anticipó que la IA transformará el periodismo y la comunicación en los próximos años. A la vez, este cambio también traerá desafíos que requerirán una transformación continua por parte de profesionales y estudiantes.

Por otro lado, los estudiantes han adoptado herramientas de IA principalmente para tareas específicas como la generación de contenido escrito, imágenes y videos. Sin embargo,

esta adopción a menudo se realiza sin una orientación adecuada, lo que puede llevar a un uso ineficiente o inadecuado de la tecnología.

3.3 Discusión

El punto de partida de la investigación fue conocer el nivel de uso y habilidades de los estudiantes de la carrera de comunicación en Ibarra respecto al manejo de la inteligencia artificial en la producción de contenidos. Después de aplicar los instrumentos de investigación se identificó que los universitarios tienen una posición neutral respecto a la utilización de herramientas de IA. Esto da a entender que los universitarios utilizan frecuentemente la IA pero con un nivel altamente empírico pues no han recibido formación para ello.

Esto se corrobora con Zacharis (2016) quien menciona que el uso de la inteligencia artificial en el ámbito educativo

o ha experimentado un crecimiento notable a escala global, aprovechando que la información relacionada con los estudiantes ha estado disponible a través del uso diario de Sistemas de Gestión de Aprendizaje (LMS por sus siglas en inglés).

El uso de la aplicación de IA por parte de los estudiantes de las carreras de comunicación se concentró mayoritariamente en la creación y simplificación de textos, destacando una inclinación hacia la automatización en la generación de contenido. Esto tiene relación con lo demostrado por Shardlow et. al (2021), quienes afirman que la simplificación de textos permite reducir la sintaxis como el léxico al mismo tiempo, pero no está exenta de errores. Del mismo modo, la información recabada mediante las entrevistas a expertos refleja que la IA actúa únicamente con la información proporcionada en el *prompt*, y no tiene la capacidad de verificar, contrastar ni contextualizar los datos.

Otro punto neurálgico del presente trabajo fue evidenciar el nivel de conocimiento y habilidades de los estudiantes de la carrera de comunicación en Ibarra en cuanto al uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos comunicacionales. La gran mayoría de los encuestados se calificaron en un nivel intermedio, una muestra de que los universitarios ejecutan tareas con IA pero no cuentan con habilidades especializadas. Los docentes universitarios sostienen que el uso de herramientas de inteligencia artificial en la educación de los estudiantes está aún en desarrollo, lo cual deja entrever que no todos los estudiantes tienen conocimiento o acceso a estas tecnologías.

Paralelamente, mientras algunos estudiantes utilizan de forma activa herramientas como ChatGPT y Dall-E para la creación de contenidos, la falta de una capacitación estructurada sobre cómo usar la IA de manera efectiva es la principal limitante.

Por otra parte, si bien la IA tiene el potencial de mejorar el rendimiento académico al facilitar la personalización del aprendizaje y proporcionar retroalimentación instantánea. Existe el riesgo de que los estudiantes se vuelvan demasiado dependientes de la tecnología, lo que puede afectar negativamente su capacidad para realizar análisis críticos y creativos de manera independiente. En la investigación de Zou et. al (2023) exponen que el uso desmedido de los estudiantes universitarios está motivado por el ahorro de tiempo y esfuerzo, sin embargo, están sujetos a riesgos y limitaciones como la falta de pensamiento crítico.

Los docentes entrevistados sugieren que incorporar la IA de manera transversal en el currículo de comunicación podría ser más beneficioso que tratarla como una materia independiente. Esto permitiría una mejor integración de la tecnología en todas las áreas de estudio y facilitaría una comprensión más general de su aplicación. Asimismo, mencionan que la IA seguirá siendo una herramienta crucial en la educación de comunicación, pero su efectividad dependerá de cómo se maneje la capacitación y el desarrollo curricular. La necesidad de actualizar continuamente los contenidos en las materias debe estar guiada en incluir la IA.

Los datos cualitativos arrojados en la entrevista, señalan también que ChatGPT una herramienta que puede mejorar la eficiencia en la producción de contenidos, pero su incorporación en la educación debe ser supervisada cuidadosamente para asegurar que complementa y no suplanta el desarrollo de competencias esenciales como la investigación, el análisis crítico, y la redacción creativa. Esta perspectiva es respaldada por las respuestas de la encuesta, donde los estudiantes reconocen la utilidad de ChatGPT para tareas rutinarias, pero también señalan limitaciones en su capacidad para fomentar un aprendizaje profundo o crítico, asimismo Hemachandran et. al (2022) menciona que los sistemas de inteligencia artificial también necesitan muchos datos para entrenarse y convertirse en un sistema o proceso libre de errores, es decir la IA no es perfecta.

En paralelo, Canva emergió como la herramienta predominante, utilizada por los estudiantes de comunicación especialmente en la producción audiovisual y visual, evidenciando su facilidad de uso y accesibilidad, así también en su escrito Pedroso et. al

(2023) expresan que estudiantes universitarios tienen perspectivas positivas de Canva por su facilidad de uso, creatividad y optimización de tiempo. La diferencia clave entre Canva y las aplicaciones nativas de IA radica en la accesibilidad. Mientras que muchas herramientas de IA pueden ofrecer capacidades avanzadas, a menudo requieren una curva de aprendizaje considerable y habilidades técnicas que pueden ser una barrera para los usuarios menos experimentados. Canva, por otro lado, democratiza la creación de contenido al proporcionar una plataforma completa y accesible para usuarios de todos los niveles de habilidad y eso permite que Canva se mantenga relevante y preferida entre los estudiantes de comunicación. Por otro lado, el uso de software más complejo como Adobe Premiere y Adobe Illustrator indica que hay estudiantes que buscan profundizar en capacidades técnicas más avanzadas. Esta dualidad de habilidades resalta la disparidad en la formación que los estudiantes.

Por otra parte, la menor prevalencia de herramientas de IA en universitarios de comunicación, en referencia a la creación de audio refleja una falta de familiaridad o de necesidad percibida entre los estudiantes en este aspecto específico de la producción de contenido, esta realidad es evidenciada en las personas que fueron entrevistadas, ninguna de ellas en su intervención ha mencionado el uso gradual de herramientas de IA en la creación de contenido de audio, si han sido mencionadas para la realización de texto y visual.

De otro modo, la necesidad de capacitación docente en IA es un tema recurrente en las entrevistas. Los educadores reconocen la importancia de estar bien preparados para enseñar y guiar a los estudiantes en el uso de tecnologías emergentes. La integración de la IA en la malla curricular no solo demanda que los estudiantes aprendan sobre estas tecnologías, sino que también requiere que los docentes estén equipados para enseñarlas eficazmente. Esto implica que las instituciones deben invertir en programas de desarrollo profesional continuo que capaciten a los docentes en las últimas tecnologías de IA y sus aplicaciones prácticas en la comunicación, además este criterio se evidencia con los datos de las encuestas los cuales revelan que estudiantes perciben una falta de cobertura adecuada de temas relacionados con la IA en sus cursos actuales. Los estudiantes expresan la necesidad de que la IA sea tratada no solo como una herramienta técnica, sino como un componente crítico y transversal en su formación.

Desde otro ángulo, la responsabilidad debe ser dual de los educadores y las instituciones en la promoción de la integridad ética. Los especialistas señalan que los educadores deben

estar preparados para guiar a los estudiantes a través de los complejos dilemas éticos que la IA presenta. Es necesario que los programas educativos integren principios éticos fundamentales y capaciten a los estudiantes para enfrentar dilemas éticos que puedan surgir con el uso de tecnologías avanzadas, este resultado coincide con la investigación de Orchard (2023) quien menciona que es importante abordar temas relacionados con la ética, y la equidad en el currículo de inteligencia artificial. Para lograr esto, se debe examinar cómo los educadores e instituciones preparan a los futuros graduados para identificar y abordar problemas éticos.

En paralelo, las entrevistas con expertos en el campo, como Yaguana, resaltan la necesidad de adaptar las estrategias educativas para incluir una formación sólida en IA. Yaguana enfatiza que la preparación actual debe evolucionar para equipar a los futuros comunicadores con habilidades que les permitan manejar y maximizar el potencial de la IA. Los resultados de las encuestas respaldan esta perspectiva, mostrando una valoración de las herramientas de IA entre los estudiantes por su capacidad para optimizar la eficiencia en la creación de productos.

Otro aspecto clave identificado es la necesidad de preparar a los estudiantes para adaptarse continuamente a nuevas tecnologías. Los resultados de las encuestas indican que los estudiantes perciben la necesidad de actualización constante de habilidades, asimismo, los especialistas entrevistados señalan que aquellos estudiantes que estén actualizados en herramientas de IA, tendrán más opciones de laborar cuando sean profesionales.

4 CONCLUSIONES

Los estudiantes encuestados han adoptado mayoritariamente herramientas de inteligencia artificial como Canva que es una herramienta que entre los futuros comunicadores es la preferida para la creación de contenido visual, destacándose por su accesibilidad y facilidad de uso. Por su parte ChatGPT se ha consolidado como una herramienta fundamental para la creación de textos entre los estudiantes de comunicación, facilitando la generación de contenido escrito de manera rápida y eficiente.

No todas las herramientas de inteligencia artificial son accesibles para todos los estudiantes, lo que crea una disparidad en las competencias tecnológicas dentro del grupo estudiado. Esta falta de acceso puede limitar el desarrollo integral de habilidades en la producción de contenido comunicacional.

Existe riesgo de dependencia tecnológica entre los estudiantes, lo que podría limitar su capacidad de pensar de manera independiente y crítica. La integración de la IA debe equilibrarse con la promoción de habilidades de pensamiento crítico y creativo.

Estudiantes reconocen la necesidad de actualizar constantemente sus habilidades en el uso de herramientas de IA. Aquellos que se mantengan actualizados tendrán mayores oportunidades laborales en el futuro.

Los universitarios en comunicación valoran la capacidad de la inteligencia artificial para optimizar la eficiencia y personalizar la creación de productos comunicacionales, aunque esto debe ser complementado con una supervisión adecuada para evitar un uso ineficiente o inadecuado de la tecnología.

Actualmente, las mallas curriculares de las carreras de comunicación en Ibarra no incluyen asignaturas específicas sobre inteligencia artificial, lo que los estudiantes consideran necesario incluir en las materias que reciben periódicamente a fin de mantenerse actualizados con las tendencias tecnológicas y mejorar su formación profesional.

La capacitación continua de los docentes en el uso de herramientas de IA es importante. Los educadores deben estar preparados para enseñar y guiar a los estudiantes en el uso de estas tecnologías emergentes, asegurando una implementación eficaz.

La inteligencia artificial tiene la capacidad de transformar la carrera de comunicación, ofreciendo nuevas oportunidades para la innovación y el desarrollo profesional. No

obstante, su implementación efectiva requiere una formación adecuada, y un equilibrio entre el uso de la tecnología y el desarrollo de habilidades humanas fundamentales.

5 RECOMENDACIONES

Se sugiere que la universidad implemente programas de formación continua para docentes, enfocados en el uso y aplicación de la inteligencia artificial en el ámbito educativo. En paralelo, se recomienda a los docentes universitarios en comunicación se auto preparen en nuevas herramientas de IA. Estos programas deben asegurar que los educadores se mantengan actualizados con tecnologías y metodologías de enseñanza, optimizando así el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Del mismo modo, se recomienda a la academia que proporcione recursos tecnológicos para todos los estudiantes. Esto incluye acceso a software especializado y plataformas de IA, con el fin de garantizar que todos los estudiantes puedan desarrollar habilidades sin limitaciones económicas.

Paralelamente, se aconseja a los estudiantes de comunicación revisar el resultado que genera la inteligencia artificial, independientemente del propósito para que la IA sea utilizada es necesario que la información sea verificada porque es una herramienta que no es perfecta.

Se sugiere que el Concejo de Educación Superior haga una reforma en el currículo de la carrera de comunicación a fin de que se integre a las asignaturas la inteligencia artificial con el propósito de abordar el uso técnico de las herramientas, nuevas tendencias y simplificación de procesos en la creación de productos.

Además, se recomienda que la universidad colabore con expertos en inteligencia artificial para desarrollar programas y talleres prácticos. Estas colaboraciones pueden proporcionar a los estudiantes experiencias reales y conocimientos aplicados en el uso de IA.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abeliuk, A., & Gutiérrez, C. (2021). Historia y evolución de la inteligencia artificial. *Revistasdex*, 14-21.
- Acelera Pyme. (18 de noviembre de 2021). *Asistentes virtuales y Chatbots*. Obtenido de <http://www.fremm.es/portal/UserFiles/file/Publicaciones/OAP/ponenciaAsistentesVirtuales.pdf>
- Alfonso García, D., Fernández Hernández, C. (2024). Formación del comunicador social en entornos virtuales de aprendizaje. Potencialidades, fracturas y desafíos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 22-28. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd03>
- Alunni, L. (2022). *Inteligencia Artificial aplicado al Marketing Digital*. Cámara Argentina de Comercio Electrónico.
- Arco Comunicación. (26 de marzo de 2024). *SUENA A IA: LA REVOLUCIÓN DEL AUDIO YA ESTÁ AQUÍ*. Obtenido de <https://arcocomunicacion.com/suena-a-ia-la-revolucion-del-audio/>
- Ayuso, S., & Pascual, M. (11 de mayo de 2023). Europa quiere poner más obligaciones a la inteligencia artificial generativa como la de ChatGPT. *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/tecnologia/2023-05-11/europa-quiere-poner-mas-obligaciones-a-la-inteligencia-artificial-generativa-como-la-de-chatgpt.html>
- Barajas, S. (2023). Las redes sociales y la inteligencia artificial. *UDLAP*, 25-27.
- Basogain, X. (2020). *Redes neuronales artificiales y sus aplicaciones*. Escuela Superior de Ingeniería de Bilbao.
- Bedei, C. (06 de marzo de 2023). Herramientas de IA que todo periodista debe conocer. *ijnet Red Internacional de Periodistas*. Obtenido de <https://ijnnet.org/es/story/herramientas-de-ia-que-todo-periodista-debe-conocer>

- Big Data. (22 de diciembre de 2022). *La inteligencia artificial aplicada a la generación automática de contenido*. Obtenido de Big Data SOcial: <https://www.bigdata-social.com/inteligencia-artificial-aplicada-a-la-generacion-de-contenido/>
- Bordino, I., Battiston, S., & Caldarelli, G. (2023). Noticias generadas por IA y desinformación. *Naturaleza In teligencia Artificial*, 1, 14-16.
- Capterra. (2024). *Descript vs Lumen5*. Obtenido de <https://www.capterra.com/video-editing-software/compare/230702-167719/Descript-vs-Lumen5>
- Chávez Murga, J. L. (2022). Perfil profesional del comunicador en la sociedad actual: tareas y funciones. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3470-3482. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2478
- Datta, A., Luo, D., & Ross, A. (2022). ¿Cuándo se ajusta el modelo a la tarea? Aprendizaje multitarea sobre grafos de tareas. *IEEE Transacciones en Análisis de Patrones e Inteligencia Artificial*, 2, 385-400.
- Europa Press. (23 de mayo de 2023). *RTVE utilizará la IA para generar contenidos en tiempo real y de manera automática de las elecciones locales*. Obtenido de <https://www.europapress.es/sociedad/noticia-rtve-utilizara-ia-generar-contenidos-tiempo-real-manera-automatica-elecciones-locales-20230523175559.html>
- Faster Capital. (08 de marzo de 2024). *Futuro del periodismo con contenido generado por IA*. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Futuro-del-periodismo-con-contenido-generado-por-IA.html>
- Fernández, G. (noviembre de 2023). *La IA en la producción y distribución de contenidos audiovisuales*. Obtenido de <https://www.watchity.com/es/blog/ia-en-contenidos-audiovisuales/>
- Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *Revista de Ciencias Sociales*, 2, 1-17.
- García, A. (2022). El impacto de la inteligencia artificial en la creación de productos digitales. *Revista de Tecnología Digital*, 2, 45-58.

- GetApp. (2024). *Descript*. Obtenido de <https://www.getapp.es/software/2036215/descript#:~:text=Descript%20permite%20a%20los%20miembros,texto%20desde%20una%20plataforma%20centralizada.>
- Gómez, J., Martínez, M., & Rodríguez, P. (2023). La personalización en el marketing digital: el papel de los asistentes virtuales. *Journal of Digital Marketing, 1*, 112-125.
- Google Cloud. (s.f.). *¿Qué es el procesamiento del lenguaje natural?* Obtenido de <https://cloud.google.com/learn/what-is-natural-language-processing?hl=es#section-1>
- Google Cloud. (s.f.). *Convierte voz en texto con la IA de Google*. Obtenido de <https://cloud.google.com/speech-to-text?hl=es>
- Huet, P. (05 de junio de 2023). *OpenWebinars*. Obtenido de *Ética en la Inteligencia Artificial*: <https://openwebinars.net/blog/etica-en-la-inteligencia-artificial/>
- IBM. (s.f.). *IBM Watson Speech to Text*. Obtenido de <https://www.ibm.com/mx-es/products/speech-to-text>
- IMPULSO Formación y Futuro. (mayo de 2019). *El Community Manager y la Inteligencia Artificial: Una Simbiosis Digital*. Obtenido de <https://impulso06.com/el-community-manager-y-la-inteligencia-artificial-una-simbiosis-digital/>
- IMS Defending Journalism book series. (2021). *Usos de Inteligencia Artificial y Machine Learning en medios de mercados emergentes*. International Media Support (IMS).
- Kuz, A., Falco, M., Fiandini, R., & Nahuel, L. (2015). Integrando Redes Sociales y Técnicas de Inteligencia Artificial en Entornos Educativos. *Revista Q, 19*.
- Kaul, V., Enslin, S. y Gross, S. (2020). La historia de la inteligencia artificial en medicina. *Endoscopia gastrointestinal* . <https://doi.org/10.1016/j.gie.2020.06.040> .

- Li, M., Zhang, W., Wu, .., & Liu, Y. (2022). Construcción de sistemas de inteligencia artificial explicables y confiables: una revisión de perspectivas. *IEEE Transacciones en Inteligencia Artificial*, 1, 234-248.
- Liberos, E., Ahumada, S., & Sánchez, M. (2024). *Inteligencia artificial para el marketing*. ESIC.
- López, R. (2023). *OpenMind BBVA*. Obtenido de La inteligencia artificial y las artes. Hacia una creatividad computacional: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-inteligencia-artificial-y-las-artes-hacia-una-creatividad-computacional/>
- López, S. (2023). Asistentes virtuales: una herramienta clave en el desarrollo de productos digitales. *Revista de Innovación Tecnológica*, 3, 78-91.
- Martínez, C. (2021). La colaboración multidisciplinaria facilitada por los asistentes virtuales en la creación de productos digitales. *Revista de Gestión Empresarial*, 4, 23-36.
- Martínez, C., & Armas, P. (2023). Impacto de la inteligencia artificial en las redes sociales digitales. *CIESPAL*, 1-6.
- Medina, L. (2024). El futuro de la educación. *Ibero*, 24-39.
- Merodlo, J. (20 de julio de 2023). *EL COMMUNITY MANAGER Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL*. Obtenido de Cómo un community manager usa la inteligencia artificial: https://www.juanmerodio.com/community-manager-e-inteligencia-artificial/#Entendiendo_la_Inteligencia_Artificial_en_la_Gestion_de_Comunidades
- Microsoft Azure. (2024). *Video Indexer de Azure AI*. Obtenido de <https://azure.microsoft.com/es-es/products/ai-video-indexer#:~:text=Video%20Indexer%20de%20Azure%20AI%20es%20un%20servicio%20de%20an%C3%A1lisis,informaci%C3%B3n%20procesable%20de%20v%C3%ADdeos%20almacenados.>

- Momand, Z., Chan, J. y Mongkolnam, P. (2023). Tecnologías inmersivas en compañeros virtuales: una revisión sistemática de la literatura. ArXiv , abs/2309.01214. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2309.01214> .
- Morgan, J., Morgan, D., & Howard, M. (2023). Contenido generado por IA: ¿Quién es responsable? *Conferencia ACM sobre Factores Humanos en Informática*, (págs. 102-115).
- Naciones Unidas. (septiembre de 2021). *Dymaxion Labs*. Obtenido de Capacitación Data4Now: <https://unstats.un.org/capacity-development/data-for-now/training-materials/Aprendizaje-Automatico.pdf>
- Nafría, I. (2023). La inteligencia artificial generativa irrumpe en el mundo de los medios. *Cuadernos de Periodistas*. Obtenido de <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-inteligencia-artificial-generativa-irrumpe-en-el-mundo-de-los-medios/>
- Nguyen, A., Nguyen, T., Phan, X., & Huan, A. (2021). Abordar el sesgo algorítmico en herramientas de creación de contenido impulsadas por IA. *IEEE Transacciones en Multimedia*, 4, 789-802.
- Otanez, M. (31 de julio de 2023). *El Día*. Obtenido de Periodismo e Inteligencia Artificial: <https://eldia.com.do/periodismo-e-inteligencia-artificial/>
- Orchard, A. y Radke, D. (2023). Un análisis de las respuestas de los estudiantes de ingeniería a un escenario de ética de la IA., 15834-15842. <https://doi.org/10.1609/aaai.v37i13.26880> .
- Pedroso, J., SULLEZA, R., FRANCISCO, K., NOMAN, A., & MARTINEZ, C. (2023). Unlocking the Power of Canva: Students' Views on Using the All-In-One Tool for Creativity and Collaboration. *JOURNAL OF DIGITAL LEARNING AND DISTANCE EDUCATION*. <https://doi.org/10.56778/jdlde.v2i2.117>.
- Pennacchio, K. (22 de agosto de 2023). Recursos útiles de inteligencia artificial para periodistas. *LatAm Journalism Review*. Obtenido de

<https://latamjournalismreview.org/es/articles/recursos-utiles-de-inteligencia-artificial-para-periodistas/>

Popenici, S. y Kerr, S. (2017). Explorando el impacto de la inteligencia artificial en la enseñanza y el aprendizaje en la educación superior. *Investigación y práctica en aprendizaje mejorado con tecnología*, 12. <https://doi.org/10.1186/s41039-017-0062-8>

Pucha, C. (2023). CREACIÓN DE NARRATIVAS DIGITALES SOBRE LOS PELIGROS Y AMENAZAS EN RED USANDO HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL. *Ecociencia*, 91-113.

Remove Group. (14 de septiembre de 2023). *Uso de la IA para personalización y su impacto en la reputación* Personalización mediante inteligencia artificial: un recurso para mejorar la reputación online. Obtenido de <https://www.removegroup.com/uso-de-la-ia-para-personalizacion-y-reputacion-digital/>

Reyero, R. (14 de octubre de 2021). *La Inteligencia Artificial (IA) y su aplicación en marketing*. Obtenido de <https://www.hayasmarketing.com/blog/la-inteligencia-artificial-ia-y-su-aplicacion-en-marketing>

Rodríguez, E. (2024). Optimización de estrategias de marketing digital mediante el uso de asistentes virtuales. *International Journal of Digital Innovation*, 2, 167-180.

Rogstadius, J., Kostakos, V., & Sas, C. (2021). Desafíos éticos en la creación de contenido impulsada por IA. *Revista de Estudios Humano-Computadora*, 153.

Rojas, P. (27 de abril de 2023). Periodismo versus Inteligencia Artificial. ¿Quién se atreve a decir cómo la usa? *Delfino*. Obtenido de <https://delfino.cr/2023/04/periodismo-versus-inteligencia-artificial-quien-se-atreve-a-decir-como-la-usa>

Ruiz Banchón, G. N. (2024). Reflexiones sobre la formación del comunicador desde la práctica intercultural <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/27130>

Rousell, D. (2021). Collaborative augmentation and simplification of text (CoAST): pedagogical applications of natural language processing in digital learning

environments. *Learning Environments Research*, 25, 399 - 421. <https://doi.org/10.1007/s10984-021-09368-9>.

Salmerón, Y., Luna, H., Murillo, W., & Pacheco, V. (2023). El futuro de la Inteligencia Artificial para la educación en las instituciones de Educación Superior. 19. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442023000400027

Sánchez, P., Diez, A., Calvo, C., & Merayo, N. (11 de abril de 2023). *Periodismo automatizado: la IA ya escribe noticias, las verifica y ofrece información personalizada*. Obtenido de The Conversation: <https://theconversation.com/periodismo-automatizado-la-ia-ya-escribe-noticias-las-verifica-y-ofrece-informacion-personalizada-202803>

Shardlow, M., Sellar, S., & Rousell, D. (2021). Collaborative augmentation and simplification of text (CoAST): pedagogical applications of natural language processing in digital learning environments. *Learning Environments Research*, 25, 399 - 421. <https://doi.org/10.1007/s10984-021-09368-9>.Shardlow, M., Sellar, S., &

Smart Earthing. (19 de octubre de 2023). *Breve historia de la Inteligencia Artificial (IA) y cómo el desarrollo de modelos inteligentes crea soluciones de alta calidad*. Obtenido de <https://at3w.com/blog/inteligencia-artificial-historia-evolucion-soluciones-calidad/>

Smith, T. (2020). Asistentes virtuales: conceptos básicos y aplicaciones en la industria digital. *Journal of Virtual Assistance*, 1, 34-47.

UNESCO. (2021). *Recomendaciones sobre la ética de la inteligencia artificial*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000381137_spa&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_50daf52c-56dc-4375-ba1f-3574cd3d9b3f%3F_%3D381137spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/482

- UNESCO. (2023). *La IA generativa y el futuro de la educación*.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385877_spa.
- Universidad de Monterrey. (14 de febrero de 2024). *Universidad de Monterrey - Noticias*.
Obtenido de Reflexionan sobre arte digital e inteligencia artificial:
<https://www.udem.edu.mx/es/institucional/noticia/reflexionan-sobre-arte-digital-e-inteligencia-artificial>
- Universidad SEK. (2024). *EL BUEN USO Y LA ÉTICA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL AULA DE CLASES*. Universidad SEK.
- Vallenas, G. (18 de febrero de 2023). *Ensayo General*. Obtenido de La Inteligencia Artificial en el arte digital: <https://ensayo-general.com/la-inteligencia-artificial-en-el-arte-digital/>
- Vlasica, J. (09 de enero de 2023). *Ética e inteligencia artificial en la educación*. Obtenido de <https://innovacioneducativa.upc.edu.pe/2023/01/09/etica-e-ia-en-la-educacion/>
- Wallace, A., McCollough, C., & Lee, J. (2020). La brecha digital: abordar la inteligencia artificial en la educación en comunicación. *Educador en Periodismo y Comunicación de Masas*, 13.
- World Economic Forum. (23 de junio de 2023). *INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y ROBÓTICA*. Obtenido de Por qué el uso ético de la IA requiere un sistema educativo inclusivo y preparado para el futuro: <https://es.weforum.org/agenda/2023/06/por-que-la-ia-etica-requiere-un-sistema-educativo-inclusivo-y-preparado-para-el-futuro/>
- Zou, X., Su, P., Li, L., & Fu, P. (2023). AI-generated content tools and students' critical thinking: Insights from a Chinese university. *IFLA Journal*.
<https://doi.org/10.1177/03400352231214963>.

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Ibarra, 17 de junio de 2024

Dirigido a:

Mtr. Daniel Díaz

Director de la Escuela de Ciencias Sociales y Humana

De: Ximena Coronado

Docente de Integración Curricular

Asunto: Resultado de Turnitin

Tema: “USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN”

Autor: Fernando García

Una vez pasado y revisado el trabajo de Titulación por el programa Turnitin, dio como resultado una puntuación significativa del 8% de coincidencia. Por lo que el trabajo se consolida de acuerdo a los márgenes establecidos por la institución.



The image shows a document cover page on the left and a Turnitin similarity report on the right. The document cover page is for the Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra, and is titled 'INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR'. The topic is 'USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN'. The author is Fernando Marcelo García Cárdenas, and the date is June 2024. The Turnitin report, titled 'Resumen de coincidencias', shows an overall similarity score of 8%. The sources are listed as follows:

Rank	Source	Similarity
1	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	1 %
2	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	1 %
3	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	1 %
4	conocimientoglobal.org Fuente de Internet	1 %
5	dspace.pucesi.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
6	"Educação e Inteliçenci... Publicación	<1 %
7	eldia.com.do Fuente de Internet	<1 %
8	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
9	latamjournalismreview... Fuente de Internet	<1 %

Sin otro particular que hacer referencia.

Atentamente,



Ximena Coronado Otavalo

Docente de Integración Curricular

Av. Jorge Guzmán Rueda y Av. Aurelio Espinosa Pólit, Cdla "La Vic



ANEXOS

Anexo I. Cuestionario de encuesta a estudiantes de comunicación Ibarra

Pregunta 1. Sexo:

Hombre

Mujer

Pregunta 2. ¿Cuántos años tienes?

17-24 años

25-31 años

32-38 años

Más de 38 años

Pregunta 3. Qué nivel cursas en la carrera de comunicación:

De primer a tercer nivel

De cuarto a sexto nivel

De séptimo a octavo nivel

Pregunta 4. ¿Para qué propósitos utilizas la inteligencia artificial en la creación de contenidos comunicacionales? (Selecciona todas las opciones que apliquen):

Creación de texto (artículos, reportajes, guiones)

Generación de imágenes (ilustraciones, gráficos, ediciones fotográficas)

Producción de audio (podcasts, efectos sonoros, música)

Simplificación de texto (resúmenes, paráfrasis)

Traducción de contenidos a otros idiomas

Análisis de datos y tendencias para informar contenidos.

Otros:

Pregunta 5. Cómo apoyo en la creación y producción de contenido audiovisual que apps con IA utilizas:

Canva

Adobe Premiere Pro

After Effects

DaVinci

Otros:

Pregunta 6. Cómo apoyo en la creación y producción de imágenes que apps con IA utilizas:

Adobe Photoshop

Adobe Illustrator

DALL-E

Leonardo. AI

Canva

Luminar AI

Otros:

Pregunta 7. Cómo apoyo en la creación y producción de audio qué apps con IA utilizas:

Descript

ElebenLabs

Murf AI

Speechelo

Resemble AI

Otros:

Preguntas sobre conocimientos y habilidades (Escala de Likert)

Pregunta 8. ¿Cómo calificas tu conocimiento de los principios básicos de la inteligencia artificial aplicados a la comunicación?:

1 = Poco

2 = Debajo del promedio

3 = Promedio

4 = Por encima del promedio

5 = Excelente

Pregunta 9. ¿Qué nivel de capacidad tienes para utilizar herramientas de IA en la producción de contenidos comunicacionales?

1 = Poco

2 =Debajo del promedio

3 = Promedio

4 = Por encima del promedio

5 = Excelente

Pregunta 10. Consideras que el uso de la inteligencia artificial puede mejorar la calidad de los productos comunicativos que desarrollas:

1 = Poco

2 =Debajo del promedio

3 = Promedio

4 = Por encima del promedio

5 = Excelente

Pregunta 11. Tu nivel de formación crees que es suficiente durante la carrera para utilizar la inteligencia artificial en la creación de contenido:

1 = Poco

2 =Debajo del promedio

3 = Promedio

4 = Por encima del promedio

5 = Excelente

Pregunta 12. La inteligencia artificial es una herramienta esencial para tu futuro profesional en el campo de la comunicación:

1 = Poco

2 = Debajo del promedio

3 = Promedio

4 = Por encima del promedio

5 = Excelente

Pregunta 13. Con qué frecuencia utilizas tecnologías de inteligencia artificial en tus proyectos o estudios cada semana

Muy frecuentemente (5 veces o más por semana)

Frecuentemente (3-4 veces por semana)

Ocasionalmente (1-2 veces por semana)

Raramente (menos de una vez por semana)

Pregunta 14 ¿En la malla curricular de tu carrera existe alguna asignatura que se oriente hacia el aprendizaje y la gestión de la inteligencia artificial?

Si la respuesta es SI, menciona el nombre de la o las asignaturas

Si la respuesta es NO, ¿consideras que es necesaria una materia que te brinde estos conocimientos?

Anexo II. Entrevista a Fabricio Rosero

Pregunta	Entrevistado
<p>¿Usted tiene experiencia en la integración de las herramientas de IA en el aula?</p>	<p>Efectivamente la inteligencia artificial es parte del currículo en el aula. Si se está generando con los estudiantes algunas experiencias en el tema de uso de inteligencia artificial para la generación de contenidos muy específicos o para productos comunicacionales.</p>
<p>¿Qué tipo de herramientas de IA ha utilizado o está utilizando en sus clases?</p>	<p>Básicamente lo que están utilizando es el ChatGPT, o sea, el chatGPT es un fenómeno que ingresó en las aulas mucho más antes que se establece como parte de un uso formal dentro de la academia. Los estudiantes ya empezaron a utilizar el GPT, pero lamentablemente, su uso era un uso inadecuado equivocado. Entonces, bajo esa circunstancia, lo que correspondió en nuestra formación de docentes como de la carrera de comunicación de universidad, tiene que al norte es un poco oriental sobre el uso adecuado de ChatGPT dentro de lo que es la producción de contenidos.</p> <p>Básicamente, los chicos utilizaban como una opción para hacer tareas de manera mucho más rápida, pero sin el dominio, el conocimiento necesario. Entonces. Para nosotros como docentes en mi in particular, era muy fácil identificar cuando un estudiante estaba usando ChatGPT y lógicamente, por los elementos importantes, primero por el uso del lenguaje, que no era un dominio estudiantil.</p> <p>El resultado que se tenía con el ChatGPT al no saber adecuadamente la construcción de prompts era la información que no terminaba siendo válida. Entonces, bajo esa circunstancia de manera particular, considero necesario y empezado a orientar a los chicos para el uso adecuado de Chat GPT y también orientar el uso de esta tecnología para el tema de la generación de contenidos comunicacionales y periodísticos.</p>
<p>¿Ha recibido capacitación o formación específica para utilizar estas</p>	<p>Bueno, hemos recibido en la universidad capacitación para lo que es la producción de artículos científicos académicos, de inteligencia artificial, pero específicamente de herramientas</p>

<p>herramientas de manera efectiva en su enseñanza?</p>	<p>para la formación educativa pedagógica y metodológica, no. Sin embargo, eh, al ser una tecnología que está presente y como docentes investigadores, es nuestra obligación autoeducarnos y también como periodistas todas las posibilidades que te puede brindar la inteligencia artificial para la formación en comunicación y para el uso de comunicacional de esta inteligencia.</p>
<p>¿Cómo cree que el uso de inteligencia artificial en el aula puede beneficiar a los estudiantes de comunicación?</p>	<p>Sin duda, yo estoy muy seguro, tengo una premisa que la trabajo con mis estudiantes de que la inteligencia artificial es válida, la inteligencia artificial es válida y es efectiva cuando hay un inteligente tras de esta inteligencia, entonces para utilizar la inteligencia artificial y como tengamos los resultados que queremos y que realmente sea algo que sea trascendente y valedero en la producción del tema académico, en el tema de comunicación y periodístico, el estudiante debe tener un dominio del tema que quiere desarrollar a través de inteligencia artificial y luego también debe tener la capacidad de identificar y determinar la información que le arrojó la inteligencia artificial para evitar sesgos en el manejo de la información, entonces, lógicamente para tener un uso adecuado y correcto de inteligencia artificial, quien incentive o quien active el proceso de desarrollo de contenido con inteligencia artificial debe ser una persona que profundamente el tema que le está pidiendo de inteligencia artificial que desarrolle basado en la experiencia desde el uso en mi trabajo periodístico, porque también sigo ejerciendo el periodismo, inteligencia artificial en la generación de periodísticos y también en lo que ha sido en el aula, es sin duda que se necesita tener profundos conocimientos para que realmente de inteligencia artificial sea algo valedera, porque si no conoces como la inteligencia artificial va a redactar una noticia, pero tú no sabes la diferencia entre una redacción para prensa, la diferencia de reacción para radio, la diferencia de reacción para televisión, la diferencia de la reacción periodística para los entornos digitales y no conoces lo que es la voz activa, lo que no conoces lo que es la construcción de bautista que sea la persona, no conoces como son los pelos y modos en el tema de la producción de noticias, pues, lógicamente, si tú no les hace en la construcción del prompt toda esa información, esas orientaciones que están</p>

	<p>basados en un dominio técnico en conocimiento muy difícilmente el resultado va a ser adecuado, entonces, yo creo que es fundamental que para el uso de inteligencia artificial en este caso, las ciencias de comunicación conozcan profundamente el proceso, los elementos, las características, las condiciones, las particularidades de lo que es la comunicación para que puedan obtener resultados realmente estos sean valederos.</p>
<p>¿Ha notado algún impacto (sea positivo o negativo) en el rendimiento académico de los estudiantes, desde que comenzó a utilizar las herramientas de IA en sus clases?</p>	<p>Bueno ante el desconocimiento de cómo se puede generar productos efectivos y realmente valederos, yo creo que ese desconocimiento hace que el impacto sea negativo, porque tenlo por seguro que yo me he dado cuenta, sin necesidad de revisar por ningún software de plagio o de utilización de inteligencia artificial cuando se utilizó inteligencia artificial, eh, los estudiantes que lamentablemente por las deficiencias de la formación educativa, no tienen la capacidad de conocer cómo se escribe cómo se redacta una noticia o cómo se utiliza de manera adecuada los términos, resultan que luego tienen una redacción bastante pulida y bastante con uso de términos que yo entiendo, yo conozco a los estudiantes que no lo dominan, entonces terminan perjudicándose o, por ejemplo, yo conozco que después reviso un trabajo artificial y la información generada no es una información que esté académicamente sustentada, ¿Por qué? porque simplemente pusieron un pront básico de hazme un ensayo sobre, no sé, el uso de comunicación digital, pero si tú no le pones autores, referencias y todo lo académico y como tiene que escribir, lógicamente va a cualquier tipo de resultado y la referencia es que utiliza ChatGPT, sino tienes el conocimiento de dónde buscar, qué autor de referencia va a ser, una referencia muy básica y a veces hasta bastante poco académica, entonces, hasta ahora, el desconocimiento de los chicos al usar inteligencia artificial creo que ha perjudicado mucho porque para un docente es muy fácil identificar cuando se usó esta tecnología y las deficiencias que tienen al utilizar esta esta tecnología por eso insisto, o sea, la inteligencia artificial, funciona cuando hay un inteligente atrás.</p>
<p>¿Qué conocimientos y habilidades específicas considera</p>	<p>Un dominio básico de lo que es la comunicación, es decir por ejemplo entiendo que para generar procesos informativos la referencia inicial es que</p>

<p>que son necesarios en los estudiantes de comunicación, que deseen o necesiten incorporar las herramientas de IA en la creación de contenido?</p>	<p>tenga los datos y los datos deben ser verificados, contrastados y contextualizados, la inteligencia artificial no va a ser eso, la inteligencia artificial no tiene la capacidad de contrastar, verificar y contextualizar simplemente actúa basado en lo que tú le generas dentro del pront, entonces esa es una labor que tú tienes que tenerla previamente antes de pedirle que redacte una noticia es decir que tenga la garantía de que los datos que tienes para ingresar al plan realmente sean datos verificados que la información que le vas a pedir a la inteligencia artificial que procese como una noticia, tú tienes que darle los alimentos diferenciados del contexto y la contestación es que tú tengas el elemento verificado de que realmente los datos que obtuviste comprobaste que son ciertos entonces eso no va a hacer la inteligencia artificial eso lo tienes que hacer tú como comunicador una vez que tengas todo este proceso realizado lógicamente ahí sí puedes pedirle a la inteligencia artificial que proceda a redactar y luego tienes que saber cuáles son las normas de redacción periodística, claridad, posición que la información este en la redacción, sea en voz activa que no se utilicen gerundios que no se utilicen algún tipo de terminaciones verbales que ChatGPT utiliza muy frecuentemente y que luego tengas la capacidad de hacer una curaduría de la información que te genere es decir necesitas dominar la redacción periodística porque por más que tú hayas cumplido todos los elementos necesarios para construir un buen pront aún así el texto que te genera inteligencia artificial necesita pasar por un proceso de curaduría correcciones ortográficas o correcciones gramaticales para no cambiar los contextos o para que no se distorsione la contextualización de la información entonces esos son conocimientos que el comunicador debe dominar y debe saber para que realmente la inteligencia artificial sea una herramienta que le permita mejorar la producción de contenidos o reducir los tiempos en la producción de contenidos es una herramienta que por ejemplo para los comunicadores lo que hace es mejorar los tiempos, si antes te demorabas redactando una noticia de 450 palabras para un medio digital y te demorabas 30 o 40 minutos hoy te vas a demorar 2 o 3 minutos pero claro necesitas tener los datos de información, la contestación, la verificación y</p>
--	--

	<p>ese es un tema que no te va a ayudar la inteligencia artificial, ese es un trabajo que tú tienes que hacerlo entonces yo creo que esos conocimientos básicos de comunicación y periodismo son indispensables para poder aprovechar al máximo la inteligencia artificial.</p>
<p>¿Cómo cree que las herramientas de IA pueden ayudar a los estudiantes de comunicación a desarrollar habilidades específicas para su futura carrera?</p>	<p>Bueno, yo creo que es un proceso que todavía no está totalmente desarrollado los estudiantes, por ejemplo utilizan ChatGPT como la principal referencia y a veces por el tema del costo utilizan Chat GPT 3.5 que es el modo gratuito y muy pocos utilizan ChatGPT 4 por ejemplo que te da un sinnúmero de opciones inclusive en el tema de desarrollo de redacción y procesos de redacción en el tema de por ejemplo; diseño te puede ayudar pero necesitas el acceso chat GPT 4 por ejemplo, a Dali 2 por ejemplo que es una opción para diseño para lo que es la producción de dibujo o para el tema de edición de video o producción de videos a con inteligencia artificial o el tema por ejemplo el análisis de data entonces yo creo que realmente todavía los estudiantes están explorando el nivel básico por un tema de aparente comodidad y no están todavía dimensionando todas las posibilidades que la inteligencia artificial lo permite claro con una limitación que todas esas opciones que te permiten hacer un trabajo amplio y profundo en inteligencia artificial son pagadas y para los estudiantes universitarios a veces pagar 20 USD mensuales para tener todas las posibilidades de ChatGPT que es básico ChatGPT 4 es muy limitada entonces creo que esa todavía es una limitación a nivel de acceso total para poder explotar la totalidad que se puede el tema de inteligencia artificial.</p>
<p>¿De qué manera evalúa el nivel de eficacia que ha tenido la implementación de las herramientas de IA en el proceso de aprendizaje de sus alumnos?</p>	<p>Primero auto prepararse es decir esto no es algo como, lo que está pasando es lo que pasó en el tema del desarrollo digital en todos los elementos de la cotidianidad muchos docentes decían no, no entiendo la computadora es que yo los temas de internet siempre había entre los estudiantes la burla de que, inclusive habían docentes que no sabían cómo funcionaba el proyector que pedían a un estudiante que le dé prendiendo el proyecto y le dé programando el proyector entonces a lo que voy es que los docentes independientemente de la edad tienen que actualizarse conocer y dominar cada uno de estos elementos de</p>

	<p>desarrollo tecnológico que se están integrando, es una obligación no es una opción, ah, no importa yo no voy a utilizar inteligencia artificial, no, lo tiene que usar porque esto ya está, ya está en el aula no es solamente se está haciendo, ya está en el aula usted tiene que conocerla y dominarla y las posibilidades que te da la inteligencia artificial también a nivel académico en la formación educativa son muy amplias puede ser mucho más enriquecedor en el tema de generación de contenidos en el tema de orientación de trabajos muchas veces por ejemplo los profesores tienen problemas en el tema de diseñar una tarea y resulta que la inteligencia artificial te puede dar algunas opciones que basado en tu conocimiento y en intencionalidad de que tienes como docente puedes utilizar para generar tareas que sean mucho más efectivas para los estudiantes entonces las posibilidades de mejorar inclusive el proceso de enseñanza de aprendizaje son infinitas y por ende es una obligación de los docentes de conocer a profundidad de herramientas de inteligencia artificial no es una opción pues yo creo que independientemente de la edad eso de que, es que ya soy mayor ya me voy a jubilar o lo que sea no, eso no puede ser, la inteligencia artificial como fue tema digital es una exigencia y los profesores tenemos que estar actualizados porque los estudiantes conocen más cosas que nosotros y eso no está bien nosotros tenemos que estar a la par del conocimiento para entender estas nuevas lógicas y lógicamente acoplar y beneficiar en el proceso de enseñanza de aprendizaje el desarrollo de la formación de los estudiantes conociendo esto entonces yo creo que mi mayor consejo es que los docentes deben auto educarse si es posible o formarse en estas nuevas tecnologías y sacar todo el provecho para mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje porque el uso adecuado de inteligencia artificial puede generar ese efecto.</p>
--	--

<p>¿Qué recomendaciones tiene para otros docentes que deseen integrar las herramientas de inteligencia artificial en sus clases de comunicación?</p>	<p>Es un eje transversal o sea la inteligencia artificial como fue desarrollo de todas las tecnologías digitales va a tener un efecto importante en la comunicación eso no se puede negar la ventaja es que creo que a pesar de lo que muchos consideran el periodismo y la comunicación quizás es una de las profesiones que menos se va a ver afectadas por el uso de inteligencia artificial y que más se va a ver beneficiada con el uso de la inteligencia artificial porque la comunicación independientemente al desarrollo de la tecnología siempre pero siempre va a necesitar una mediación humana es imposible que la inteligencia artificial de por sí te construya una noticia va a ser imposible, yo apuesto mi vida que eso va a ser imposible la inteligencia artificial en la comunicación y el periodismo siempre va a necesitar una mediación humana siempre es siempre por qué porque los procesos comunicacionales tienen una referencia no solamente el hecho de una estructura técnica para la escritura de una noticia o el manejo de información o el manejo de opinión sino que siempre va a haber un tema humano porque el objeto de la comunicación siempre va a ser humanos me explico entonces en esa mediación hay un elemento humano que no puede obviarse pero la inteligencia artificial lo que va a hacer es que podamos generar productos comunicacionales y periodísticos mucho más detallados mucho más pulidos más rápidos porque la información como tú sabes ahora es más que inmediata entonces la inteligencia artificial va a poder cumplirse va a ayudar a los periodistas a cumplir este rol hacer información mucho más rápida y de mejor calidad como mayores elementos de atracción pero siempre a través de esta mediación humana para que el manejo ético y el manejo objetivo en lo que cabe de la información se mantenga entonces yo creo que para para los comunicadores la inteligencia y aparte de eso la inteligencia artificial va a crear más fuentes de trabajo a los periodistas para los periodistas que realmente estén interesados en conocer a profundidad y dominar este tipo de inteligencia como pasó con la comunicación digital los periodistas de antaño que solo pensaban que se mantuvieron en los dominios de saber escribir trabajabas en un periódico saber hablar bien y trabas de una radio y poder</p>
---	--

	<p>expresarte de manera adecuada trabajar en televisión tú ves que hay periodistas que 40 a 50 años vivieron ahí y murieron ahí y se jubilaron ahí y cuando llegó la comunicación digital dijeron no yo voy a seguir siendo periodista de prensa y resulta que muchos perdieron sus trabajos por qué porque no he entendieron la lógica de los nuevos momentos y los que dieron el paso a estas nuevas tecnologías siguieron tan vigentes como a mí mismo pasa con inteligencia artificial la oportunidad laboral para los comunicadores va a estar ahí pero siempre y cuando entienda estas nuevas lógicas es decir periodistas que sepan construir un buen pront para construir buenas historias entonces esta es una oportunidad laboral pero si tú no conoces estas nuevas lógicas lo hace muy complicado entonces yo creo que la comunicación entendida desde la necesidad de que los comunicadores se vayan acoplando estas nuevas tecnologías y dominándolas va a ser un cambio, va a generar un impacto muy importante en la profesión a los periodistas y los comunicadores.</p>
<p>¿Cómo visualiza el papel de la inteligencia artificial en la formación de profesionales de la comunicación en los próximos años?</p>	<p>Como currículum no sé si tanto porque al fin y al cabo como te decía la inteligencia artificial se va a activar siempre y cuando tú conozcas de elementos básicos del proceso comunicacional eso es una movible pero el hecho de que como herramientas porque la inteligencia artificial es una herramienta no es un concepto, no sé si me explico entonces la inteligencia artificial es una herramienta para hacer cosas para producir cosas para generar cosas pero el concepto y la teoría se mantiene el nivel básico entonces no sé si eso genera un impacto en el currículum yo creo que no, lo que sí es que tendrá que integrarse herramientas en los procesos de formación por ejemplo entonces discriminar información pues una noticia quién cómo cuándo dónde porque discriminar todo eso de acuerdo al tipo de información qué es lo más importante que lo menos importante es un proceso que le hacemos nosotros cierto, pero convertir eso en un pront para redactar la noticia eso sí es un dominio que necesitas desarrollarlo entonces no creo que en este cambiar de currículum para tener ese dominio pero como herramienta sí lo vas a tener que conocer entonces yo creo que no creo que tenga un impacto en el currículum porque no está haciendo un nuevo periodismo estás inventando</p>

	<p>una nueva forma de periodismo pero sí en el uso de herramientas como por ejemplo en diseño hace 20 años 30 años la enseñanza de diseño era diferente cierto porque no había Adobe ni todas las opciones que te da Adobe photoshop Adobe illustrator Adobe pymes etc, apareció Adobe pero los conceptos de diseño se mantuvieron lo único que cambió fue la herramienta me entiendes el software entonces lo que sabía de los conceptos de diseño color formas líneas etc, se mantiene pero ahora en vez de hacerlo a mano tú lo haces en un software, el software es una herramienta, la inteligencia artificial también es una herramienta.</p>
<p>¿Considera necesario un cambio en el currículo de la Carrera de Comunicación hacia el uso de la IA?</p>	<p>No creo que haya una materia, no se me ocurre hasta ahora una materia que pueda decir tiene que integrarse eso realmente no, o sea la inteligencia artificial creo que es un eje transversal más un eje transversal más que un conocimiento de por sí, la inteligencia artificial ya ha existido no es algo nuevo o sea la web semántica está basada en inteligencia artificial cuando tú dejas los datos de navegación y luego terminas sufriendo las cosas que posiblemente te gusten a ti basada en los datos de información que tú generaste en lo que a veces en Facebook en lo que buscas en Google es inteligencia artificial esas son las primeras referencias de la inteligencia artificial, entonces si te das cuenta que no se necesitó un dominio específico para hacer algo que está empecé en el uso del entorno digital entonces no creo que se necesite una materia como tal, dudo mucho a lo mejor puedo estar equivocado pero basado en la experiencia y lo que sé hasta este momento estamos viendo así como una materia inteligencia artificial no, por ejemplo recién estaba leyendo que la empresa que creó ChatGPT tiene una serie de elementos de formación y decía hay un capítulo que dice ingeniería en prompts y te dice cómo construir los prompts y te dice si quiere hacer un prompts para la construcción de índole académico utilice esto, y te da todas las opciones que tu necesitabas pero al final de todas las opciones que te decía en el capítulo de ingeniería de construcción de prompts que está en “Open AI” que es la empresa que creó ChatGPT al final te dice de todas maneras usted puede ir desarrollando los datos de acuerdo a sus necesidades e ir ajustando el prompt de acuerdo a lo que usted revisa como resultados y lo que necesita generar, entonces resulta que no es que hay una</p>

	<p>fórmula exacta para hacer un pront de noticias tiene que ser a más b más c igual d no, tú a medida que vas conduciendo vas ajustando entonces no creo que se necesite una integración como una materia pero sí como un eje transversal en la materia de redacción periodística OK qué debo conocer para que el pront de inteligencia artificial genere exactamente una noticia con las características que debe tener una noticia pero eso yo creo que ya es un eje transversal de la formación de la carrera así como materia cambiar una materia en el currículo y no lo veo porque te va eso te va a utilizar en pues en medios digitales necesitas tener eje transversal en inteligencia artificial en producción de radio y televisión necesitarás tener dentro de producción de radio y televisión un capítulo que habla sobre producción de contenidos audiovisuales con inteligencia artificial pero de todas maneras deberías conocer qué planos que ángulos que movimientos etc, para que construyas de pront pero el dominio sigue siendo producción audiovisual el manejo el manejo de teoría de la imagen eso es un conocimiento que no va a cambiar entonces por ahí veo que cambiar o integrar una materia como tal no que va a ser una presencia transversal para todas las materias, más bien no sería un cambio en el currículum sería cambio o integración en los sílabos de las materias.</p>
<p>¿Considera que la Institución Educativa (Universidad) debe crear programas de capacitación para los docentes sobre el uso específico de la IA para comunicación, o considera que esto es una responsabilidad autónoma del docente en su actualización de conocimientos?</p>	<p>Considero que es una responsabilidad autónoma del docentes en su dominio de conocimientos pero también que la universidad pueda generar una capacitación a ver, si nos especificamos en el ámbito de la comunicación yo creo que es una responsabilidad autónoma del docente sí hablamos de inteligencia artificial en el manejo pedagógico o andrógono de la de la formación educativa yo creo que ahí es una responsabilidad institucional cuando una universidad contrata un docente para un área del conocimiento específico se supone que el docente tiene todos los conocimientos y dominios para poder brindar esa información y poder brindar ese proceso de educación pues yo no porque yo como universidad debo contratar a alguien tengo que capacitarme en algo que se supone que debe estar como parte de su praxis profesional el estar actualizándose y dominar estas nuevas líneas de formación pero si ya hablo en el campo pedagógico, metodológico, académico e</p>

	<p>investigativo bueno lógicamente hay sí hay una responsabilidad institucional porque yo como universidad tengo la responsabilidad de formar a mi equipo de trabajo a mis docentes en los temas que como universidad necesito académico, investigación y pedagógico entonces lógicamente ahí tengo una formación pero ya en el campo de formación profesional en una responsabilidad propia de cada uno de los docentes está sexualizando y tener un dominio de estas nuevas tecnologías.</p>
--	--

Anexo III. Entrevista a Juan Pablo Arrobo

Pregunta	Entrevistado
<p>¿Usted tiene experiencia en la integración de las herramientas de IA en el aula?</p>	<p>En la Universidad Técnica Particular de Loja, he tenido la oportunidad de incorporar herramientas de inteligencia artificial en varias asignaturas de comunicación. Esta experiencia ha sido enriquecedora y desafiante, ya que ha requerido adaptar constantemente nuestros métodos pedagógicos a las capacidades que la IA ofrece, asegurando al mismo tiempo que estas herramientas sean accesibles y</p>

	<p>provechosas para todos los estudiantes, sin embargo no todas las herramientas de IA son accesibles para todos los estudiantes, existen limitantes todavía para una incorporación completa.</p>
<p>¿Qué tipo de herramientas de IA ha utilizado o está utilizando en sus clases?</p>	<p>Entre las herramientas de IA que he incorporado en mis clases de comunicación en la UTPL, son algunas en las que se incluyen plataformas como ChatGPT o Copilot que utilizamos para desarrollar habilidades de escritura y análisis de contenido. También hemos empleado herramientas otras a aplicaciones como Leonardo AI que sirven para crea imágenes y sistemas de edición automática que ayudan a los estudiantes a crear vídeos más atractivos y profesionales, esas por mencionarte algunas de las herramientas que más utilizamos.</p>
<p>¿Ha recibido capacitación o formación específica para utilizar estas herramientas de manera efectiva en su enseñanza?</p>	<p>Para asegurar una implementación efectiva de estas tecnologías en la UTPL, he participado en diversos programas de formación que la universidad ofrece a su personal docente, como cursos, webinar, seminarios. Estos programas están diseñados para ayudarnos a comprender no solo el funcionamiento técnico de las herramientas de IA, sino también sus aplicaciones pedagógicas y las mejores prácticas para integrarlas en el aula, pero son cursos que son distantes y que la universidad lo hace en cooperación con otras universidades, pero una formación continua de inteligencia artificial en nuestra universidad no hay.</p>
<p>¿Cómo cree que el uso de inteligencia artificial en el aula puede beneficiar a los estudiantes de comunicación?</p>	<p>Partiendo que nuestra universidad ofrece dos modalidades en la carrera presencial como a distancia, el uso de inteligencia artificial en las aulas de comunicación ha permitido una personalización del aprendizaje que antes era difícil de alcanzar. Por ejemplo, herramientas como ChatGPT pueden ofrecer a cada estudiante feedback personalizado en tiempo real, lo que mejora su habilidad de redacción y argumentación. Además, estas tecnologías facilitan un acceso más amplio y democrático a recursos educativos avanzados, beneficiando especialmente a aquellos estudiantes que</p>

	<p>podrían tener menos oportunidades de recibir retroalimentación individualizada.</p> <p>El tiempo, es un gran aliado para los futuros comunicadores y periodistas que ahora en cuestión de segundos ya tienen una redacción o una nota de prensa o un guion, es muy beneficioso la rapidez con la que se puede producir el contenido.</p>
<p>¿Ha notado algún impacto (sea positivo o negativo) en el rendimiento académico de los estudiantes, desde que comenzó a utilizar las herramientas de IA en sus clases?</p>	<p>Desde la incorporación de herramientas de inteligencia artificial en mis clases he notado varios impactos en el rendimiento académico de los estudiantes, tanto positivos como negativos. En el lado positivo, estas herramientas han permitido a los estudiantes analizar grandes volúmenes de datos y crear contenido con una precisión y eficiencia que anteriormente no era posible. Por ejemplo, el uso de plataformas como Claude AI ha mejorado significativamente sus habilidades de escritura, también, herramientas automatizadas de edición de video y análisis de redes sociales han habilitado a los estudiantes a producir trabajos más profesionales y atractivos, lo que ha aumentado su confianza y habilidades técnicas.</p> <p>Sin embargo, también hay desafíos y efectos negativos. Algunos estudiantes pueden volverse excesivamente dependientes de la inteligencia artificial para la generación de contenido, lo que podría disminuir su capacidad de pensar de manera independiente y creativa, al mismo tiempo los estudiantes tienden a entregar los trabajos sin revisar y la IA no te entrega la información confiable en su totalidad es por ello que tienes que revisar la información antes de complementarla en cualquier trabajo.</p>
<p>¿Qué conocimientos y habilidades específicas considera que son necesarios en los estudiantes de comunicación, que deseen o necesiten incorporar las herramientas de IA</p>	<p>Son varias las habilidades que los estudiantes deben conocer antes de incorporar herramientas de IA en la creación de contenido para así desarrollar una base sólida en habilidades técnicas como por ejemplo la creación de prompts, aunque no se espera que los estudiantes sean programadores expertos, tener una comprensión básica de cómo funcionan los</p>

<p>en la creación de contenido?</p>	<p>algoritmos y la capacidad de manipular un prompt básico puede ser invaluable, otra baluarte importante es con que nivel de detalle le decimos a la inteligencia artificial que nos de una respuesta, entre más específico será mucho mejor. Además de ello es importante ya conocer del tema antes de preguntarle para tener la capacidad de analizar y modificar en caso de que no sea una información legible.</p>
<p>¿Cómo cree que las herramientas de IA pueden ayudar a los estudiantes de comunicación a desarrollar habilidades específicas para su futura carrera?</p>	<p>Como docente de comunicación veo que las herramientas de IA pueden ser fundamentales para el desarrollo de habilidades clave para la futura carrera de los estudiantes. Por ejemplo, el uso de IA en la gestión de redes sociales enseña a los estudiantes a interpretar grandes volúmenes de información y a anticipar tendencias del mercado, habilidades esenciales en campos como el marketing y las relaciones públicas. Además, herramientas como ChatGPT ayudan a mejorar sus capacidades de escritura y argumentación crítica, preparándolos para desafíos como la creación de contenido relevante y la interacción efectiva con diversos públicos.</p>
<p>¿Qué desafíos ha enfrentado al incorporar estas herramientas de IA en sus actividades de enseñanza?</p>	<p>Al incorporar herramientas de IA en la enseñanza, he enfrentado varios desafíos. Uno de los principales es asegurar que los estudiantes tengan el conocimiento técnico necesario para utilizar estas herramientas eficazmente. La curva de aprendizaje puede ser empinada, especialmente para aquellos menos familiarizados con la tecnología. Otro desafío significativo es mantener el equilibrio entre la tecnología y los métodos de enseñanza tradicionales, asegurando que la IA complemente y no sustituya el pensamiento crítico y creativo. Además, constantemente debemos actualizar nuestros planes de estudio para integrar las últimas innovaciones y aplicaciones de la IA, lo que requiere un compromiso continuo con el desarrollo profesional y la formación docente.</p>
<p>(En caso de existir desafíos) ¿Qué estrategias ha implementado para superar estos</p>	<p>He fomentado un enfoque de aprendizaje basado en proyectos, donde los estudiantes pueden aplicar la IA en tareas reales, lo que facilita un entendimiento práctico y profundo. Además, para abordar la rápida</p>

desafíos y garantizar que las herramientas de IA se utilicen de una manera efectiva en sus clases?	evolución de la IA, mantengo una colaboración continua con expertos en tecnología y otros educadores para compartir recursos y mejores prácticas. Estas iniciativas nos ayudan a crear un entorno de aprendizaje adaptativo y receptivo que maximiza los beneficios de la IA mientras minimiza sus desafíos.
¿De qué manera evalúa el nivel de eficacia que ha tenido la implementación de las herramientas de IA en el proceso de aprendizaje de sus alumnos?	Analizo los resultados académicos a través de de los proyectos y tareas, observando mejoras específicas en áreas como creatividad y eficiencia en la producción de contenido. Además, realizo evaluaciones comparativas periódicas, contrastando el desempeño de los estudiantes antes y después de la introducción de las herramientas de IA, para medir mejoras concretas en competencias específicas. Este enfoque integral me permite ajustar continuamente nuestra metodología y herramientas para optimizar los beneficios educativos de la IA.

Anexo IV. Entrevista a Viviana Trejo

Pregunta	Entrevistado
¿Usted tiene experiencia en la integración de las herramientas de IA en el aula?	Si conozco de las herramientas de la IA y las he aplicado en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, estas permiten un aprendizaje más interactivo con los estudiantes dejando de lado las clases tradicionales ya que las herramientas de inteligencia artificial permiten explorar nuevas estrategias educativas que permiten estar a la vanguardia de los jóvenes universitarios.
¿Qué tipo de herramientas de IA ha utilizado o está utilizando en sus clases?	Una de las herramientas que he utilizado es ChatGPT, la misma que se usa en gestión de información académica para la elaboración de trabajos de investigación que presentan los estudiantes como parte de proyectos de integración curricular encaminados a diferentes áreas de comunicación.
¿Ha recibido capacitación o	Desde la PUCE-I se han generado varios espacios de capacitaciones en

<p>formación específica para utilizar estas herramientas de manera efectiva en su enseñanza?</p>	<p>inteligencia artificial para la planta docente con el fin de innovar el sistema educativo. Además, considero que desde la universidad se debería planificar cursos continuos de tal manera que los docentes estén al día con las nuevas tecnologías, por otra parte, es importante que los docentes busquen la manera de auto educarse ya que los procesos educativos deben adecuarse a las generaciones que están en constante cambio.</p>
<p>¿Cómo cree que el uso de inteligencia artificial en el aula puede beneficiar a los estudiantes de comunicación?</p>	<p>Efectivamente pienso que la IA tiene beneficios en los estudiantes de comunicación dado que las herramientas de IA les permiten a los estudiantes crear contenido material personalizado, creativo de diferentes tipos como texto, audio, video entre otros. Además de que les va permitir generar respuestas prontas en los procesos de comunicación.</p>
<p>¿Ha notado algún impacto (sea positivo o negativo) en el rendimiento académico de los estudiantes, desde que comenzó a utilizar las herramientas de IA en sus clases?</p>	<p>En aspectos negativos, se puede notar que en los estudiantes que hacen un mal uso de la inteligencia artificial se genera un bajo análisis crítico y, por ende, la falta de aprendizaje autónomo baja el rendimiento académico, disminuye la capacidad de aprendizaje, además de que los estudiantes pueden generar una dependencia hacia las herramientas de la inteligencia artificial.</p> <p>Desde otro punto de vista, en aspectos positivos, el buen uso de la inteligencia artificial permite tener herramientas de apoyo en los aspectos académicos de los estudiantes. Las herramientas de IA son de gran ayuda para realizar actividades de manera precisa y en menos tiempo. Además, solventar y dar resoluciones a problemáticas del ámbito universitario.</p>
<p>¿Qué conocimientos y habilidades específicas considera que son necesarios en los estudiantes de comunicación, que deseen o necesiten</p>	<p>Los estudiantes de comunicación deben conocer y dar un buen uso de las herramientas de inteligencia artificial. Además, es importante que identifiquen la variedad de herramientas que existen y para qué sirven cada una de ellas, pues cada una</p>

<p>incorporar las herramientas de IA en la creación de contenido?</p>	<p>tiene características que las distinguen y por ende unas son mejores para generar texto e imágenes, otras para audio y video, entre otros usos que tienen las herramientas de IA.</p> <p>Además de eso, los estudiantes deben tener presente que la IA existe y funciona gracias a los seres humanos. Es por ello que es fundamental que los estudiantes posean conocimientos previos sobre los procesos de comunicación, cómo generar procesos informativos y un buen dominio de lenguaje, puesto que para obtener resultados positivos de las herramientas de IA deben formular instrucciones claras de lo que necesitan. En esta misma línea, los comunicadores deben ser críticos y evaluar la información que brindan las herramientas de IA, pues estas facultades las tienen los seres humanos y no la inteligencia artificial, ya que somos nosotros quienes somos capaces de verificar, analizar y contrastar la información que nos brinda la IA, ya que la misma trabaja a base de lo que generamos y solicitamos.</p>
<p>¿Cómo cree que las herramientas de IA pueden ayudar a los estudiantes de comunicación a desarrollar habilidades específicas para su futura carrera?</p>	<p>Pienso que el uso de las herramientas de IA es algo que se encuentra en proceso, ya que no todos los estudiantes conocen y tienen acceso a las diferentes herramientas que ofrece la IA. Por otro lado, cuando se habla de herramientas de IA se habla de innovación en diferentes aspectos como: educativos, profesionales, académicos...Considero que las herramientas de IA sí pueden ayudar a los estudiantes de comunicación a desarrollar y mejorar en los aspectos académicos y laborales, pues el buen uso de las herramientas les permitirá generar un aprendizaje continuo, mayor creatividad en los productos comunicacionales, tomar decisiones de manera óptima y breve, tener una pronta respuesta en los diferentes medios de comunicación que maneje la organización en la que labora el</p>

	<p>comunicador y sobre todo ser capaces de impulsar soluciones en las diferentes áreas del mundo de la comunicación.</p>
<p>¿De qué manera evalúa el nivel de eficacia que ha tenido la implementación de las herramientas de IA en el proceso de aprendizaje de sus alumnos?</p>	<p>En efecto, pienso que los procesos de aprendizaje están siendo beneficiados con el apoyo de las herramientas de IA, puesto que las mismas no son solo un apoyo para los estudiantes, pues también los docentes debemos innovar y estar a la par con las nuevas tecnologías, pues los estudiantes en la actualidad presentan diferentes necesidades de aprendizaje y los procesos de comunicación cambian con el tiempo. En este sentido, es fundamental que los docentes reciban capacitaciones constantes sobre la IA, dado que la misma ofrece herramientas que permiten dar un giro a las clases tradicionales y, por ende, ofrecer un proceso de aprendizaje más dinámico y creativo.</p>
<p>¿Qué recomendaciones tiene para otros docentes que deseen integrar las herramientas de inteligencia artificial en sus clases de comunicación?</p>	<p>Es crucial que los docentes no se rehúsen a utilizar las nuevas tecnologías. ¿Qué habría ocurrido si, durante la pandemia de COVID-19, los docentes no hubieran innovado ni capacitado en los nuevos métodos de enseñanza? Es posible que muchos de aquellos que no lograron adaptarse a las nuevas herramientas digitales se hubieran visto sin empleo. En la actualidad, enfrentamos una situación similar, ya que los jóvenes están inmersos en un mundo digital y, en muchas ocasiones, poseen un dominio tecnológico mayor que el de sus propios docentes.</p> <p>Este desafío se extiende también al ámbito profesional de los comunicadores. Si analizamos el panorama actual, observamos que varios medios de comunicación que no se han adaptado al mundo digital han tenido que cerrar, mientras que otros han migrado completamente a plataformas digitales. Esto subraya la importancia del desarrollo humano: incluso con los mejores recursos</p>

	<p>tecnológicos, una organización no podrá progresar si su personal no se capacita adecuadamente. Es esencial recordar que, aunque la inteligencia artificial desempeña un papel crucial en nuestra era digital, sigue necesitando del factor humano para su correcto funcionamiento.</p> <p>Por tanto, en el ámbito educativo es crucial que los docentes se capaciten en el uso de herramientas de inteligencia artificial y estén en constante búsqueda de nuevos métodos de enseñanza y evaluación para adaptarse a un entorno educativo en constante evolución. En lo que respecta a la evaluación, creo que los docentes deberían buscar nuevas rúbricas y estrategias que aseguren que los estudiantes no se limiten a copiar y pegar la información proporcionada por herramientas de inteligencia artificial, sino que realmente lleven a cabo investigaciones con un enfoque crítico para sus trabajos académicos y demuestren un conocimiento profundo del tema.</p>
<p>¿Cómo visualiza el papel de la inteligencia artificial en la formación de profesionales de la comunicación en los próximos años?</p>	<p>Considero que, en los próximos años, las herramientas de inteligencia artificial jugarán un papel cada vez más importante en la formación de los comunicadores. Tomando en cuenta que la IA tiene el potencial de trabajar en diversos aspectos de la práctica comunicativa, desde la recopilación y análisis de datos hasta la creación de contenido y la interacción con audiencias.</p> <p>En la formación de profesionales de la comunicación, la IA puede ser una herramienta que apoye a los estudiantes en la generación de nuevas habilidades para el mundo digital y para la industria de los medios. Por ejemplo, los estudiantes pueden aprender a utilizar herramientas de IA para aspectos como: redacción de noticias, producción de videos, generación de imágenes, análisis de tendencias en redes sociales, investigaciones de mercado más efectivas o</p>

	<p>personalizadas según el público objetivo y las necesidades que tenga la organización en la que esté prestando sus servicios.</p> <p>Sin embargo, como lo mencione anteriormente es importante destacar que la IA no reemplazará el criterio, la creatividad y el juicio humano en los procesos de comunicación. Los profesionales de la comunicación seguirán siendo el actor principal y los responsables de tomar decisiones éticas y estratégicas sobre cómo utilizar la tecnología de manera efectiva en su trabajo.</p> <p>En mi opinión, la IA tendrá un impacto significativo en los procesos de formación de profesionales de la comunicación en los próximos años, ya que ofrece nuevas oportunidades para aprender y crear contenido de manera más eficiente, pero siempre con la intervención del humano.</p>
<p>¿Considera necesario un cambio en el currículo de la Carrera de Comunicación hacia el uso de la IA?</p>	<p>Me parece que, implementar la inteligencia artificial en la malla de la Carrera de Comunicación es importante sobre todo por el perfil profesional que debe tener un comunicador. Tomemos en cuenta que nos encontramos en la era digital que ha transformado rápidamente los procesos de comunicación y esto hace que las universidades consideren el aspecto de implementar en el currículo asignaturas que se destinen para temas de IA. Por lo tanto, creo que es importante que los planes de estudio reflejen estas tendencias y preparen a los estudiantes para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece la IA en el campo de la comunicación.</p> <p>Esto implicará incorporar cursos y asignaturas que enseñen a los estudiantes a utilizar herramientas de IA para el análisis de datos, la creación de contenido personalizado, la automatización de procesos y la comprensión de las implicaciones éticas y sociales de la IA en la</p>

	<p>comunicación. Además, es importante mencionar que el rediseño de las carreras no es algo nuevo, pues el Consejo de Educación Superior solicita cada 5 años la renovación de la malla curricular, es aquí donde se podrían implementar las nuevas asignaturas vinculadas a la IA. En resumen, considero que un cambio en el currículo de la Carrera de Comunicación hacia el uso de la IA es necesario para preparar a los estudiantes para los desafíos y oportunidades del mundo digital actual y futuro.</p>
<p>¿Considera que la Institución Educativa (Universidad) debe crear programas de capacitación para los docentes sobre el uso específico de la IA para comunicación, o considera que esto es una responsabilidad autónoma del docente en su actualización de conocimientos?</p>	<p>Creo que la universidad y los docentes tienen roles complementarios en la capacitación en el uso de la IA para la comunicación. Por un lado, la Universidad tiene la responsabilidad de ofrecer cursos de capacitación actualizados que aborden el uso específico de las herramientas de la IA en el campo de la comunicación. Las capacitaciones deberían incluir talleres y recursos educativos que permitan proveer a los docentes con las habilidades y conocimientos necesarios para integrar la IA de manera efectiva en su práctica educativa.</p> <p>Por otro lado, también considero que los docentes tienen una responsabilidad autónoma en su actualización de conocimientos y en su capacitación continua en el uso de la IA. Pienso que esto implica un compromiso personal del profesional con el aprendizaje y la exploración de nuevas tecnologías, así como la apertura a adaptarse y experimentar con herramientas innovadoras en su enseñanza.</p> <p>Finalmente, creo que tanto la universidad como los docentes juegan un papel importante en los procesos de capacitación en el uso de la IA para la comunicación. La Universidad debe proporcionar recursos de aprendizaje, mientras que los docentes debemos asumir la responsabilidad de nuestro</p>

	propio desarrollo profesional y estar abiertos a la integración de nuevas tecnologías en nuestro campo laboral educativo.
--	---

Anexo V. Entrevista a Franklin Rivas, especialista en IA

Pregunta	Entrevistado
¿Cuál es su opinión sobre el papel actual de la inteligencia artificial en la producción y distribución de contenido comunicacional?	El tema que es bastante complejo hay muchas cosas al respecto ahí efectivamente se ha convertido en una herramienta fundamental que puede ayudar muchísimo el desarrollo de contenido por otra parte también estamos corriendo riesgos importantes del punto de vista de información falsa del punto de vista de derechos de autor de punto de vista porque intelectuales muchas cosas que tienen que ver con eso obviamente está haciendo un trabajo mucho más fácil las personas que deseen crear contenido el tener herramientas de inteligencia artificial.
¿Cuáles son algunas de las aplicaciones más innovadoras de la inteligencia artificial en el ámbito de la comunicación?, ¿Cuáles de ellas cree que son las más utilizadas actualmente por profesionales y estudiantes de comunicación en Ibarra (Ojo: o podría ser a nivel nacional)	No muchísimo, ya de hecho tú puedes hay herramientas en las cuales tú puedes poner de una persona que no exista tú puedes crear una imagen de una persona que tú la ves con apariencia totalmente real de hecho hemos hecho algunas aplicaciones de eso en la cual tú pones una persona que te narra una noticia de alguna información te haga alguna publicidad que pueda narrar un texto te puede poner hasta inclusive personas que no existen tú puedes poner yo hecho algunos videos donde sale la Mona Lisa sale cualquier otro artista inclusive una estatua hablando y esas cosas lo puede hacer, hay herramientas para además para también un bien trabajar con videos con audio con imágenes o sea hay muchas herramientas que hay sobre eso.
¿Cómo cree que los estudiantes de comunicación están adoptando y utilizando herramientas de inteligencia artificial en	Mira por supuesto que los estudiantes son una de las principales personas que tienen mayor claridad y mayor búsqueda dentro de lo que son las herramientas para poder apoyarse en su trabajo así que eso es muy valioso pues muchas veces a veces cuando

<p>su proceso de producción de contenidos?</p>	<p>los profesores ni siquiera sabemos que algo existe los estudiantes ya lo conocen alumnos ya lo conocen entonces ellos están haciendo su trabajo de buscarlo y de dónde viene parte de los desafíos los retos como nuevas formas de enseñar dentro las instituciones universitarias de cómo poder aprovechar esas herramientas y poder guiar a la persona en el uso de ellas.</p>
<p>¿Cuáles son algunas de las barreras o desafíos particulares que los estudiantes de comunicación en Ibarra podrían enfrentar al implementar inteligencia artificial en su trabajo, y cómo cree que deberían abordarse, o cómo se están abordando estos desafíos?</p>	<p>Mira la mayor discusión que va a haber en los siguientes meses y tal vez años sobre el inteligencia artificial son temas asociados a la ética y aspectos legales más que la parte tecnológica la parte tecnológica va una velocidad muy grande tanto así que va más rápido lo que nosotros mismos podemos imaginar que va avanzando pero más bien los aspecto tiene que ver con su aspecto ético y los aspectos legales tiene que ver mucho sobre todo tiene que tener el área de comunicación social y el área de desarrollo de contenido tiene que ver con partes de derechos de autor sobre esos elementos que están ahí propiedad intelectual plagio y muchos otros elementos asociados con eso hay que ser muy cuidadosos para hacer eso hay que tener mucho cuidado cuando desarrollemos nuestro contenido obviamente saber qué imágenes puede utilizar cuáles no saber en qué contexto puedo usar no sacarlo y obviamente no utilizarlo nunca para alguna campaña que sea inapropiada que sea para dañarle la imagen a alguien o para hacer un desprestigio o algo por el estilo sino siempre obviamente tratando de rescatar lo positivo de estas herramientas.</p>
<p>¿Qué oportunidades específicas ve para que los estudiantes aprovechen la inteligencia artificial en la creación de contenido original y creativo?</p>	<p>Mira, las oportunidades hay muchísimas, muchísimas pues todos los días hay herramientas nuevas que salen para para el uso de la inteligencia artificial y eso justamente explota esa característica que tú me estás hablando que es la creatividad pues cada día quien tiene una idea y que tal vez antes era más difícil poderla plasmar por ejemplo si yo quería antes hacer una imagen un dibujo y yo realmente no tengo destrezas para dibujar entonces ahora ya ni siquiera lo necesito y</p>

	<p>herramientas las cuales yo simplemente describiéndole lo que yo quiero hacer ellos me pueden hacer los dibujos por mí entonces decir podemos utilizar herramienta que me pueden potenciar mi creatividad a través del uso de estas herramientas y por supuesto eso va a ser mucho más fácil trabajar muchísimas cosas nos va a permitir ayudar a corregir inclusive textos con ustedes que estar encargado tanto en el desarrollo de texto tú puedes hacer un texto que quieres que te lo corrija tanto desde el punto de vista gramatical el punto de vista sintáctico semántico y todo lo demás tú puedes tener herramientas que te pueden hacer de que tengan mayor impacto y que mayor veracidad porque imagínate que una de las cosas que uno ve a veces en mucho inclusive noticias en televisión empresas en cualquier sitio ponte una información que puede tener errores de ortografía entonces obviamente eso no debe ocurrir tú tienes sistemas ahora que te pueda ayudar dentro de lo que es la revisión dentro de lo que es la corrección la edición la generación de contenido.</p>
<p>¿Qué impacto cree que tendrá la inteligencia artificial en el futuro del periodismo y la comunicación?</p>	<p>Mira ya lo tienes yo creo que ni siquiera hay que hablar de futuro estamos hablando del presente y hay lugares donde ya hay países donde inclusive los narradores de noticias son avatar son personas que no existen y que están haciendo estas cosas que están ahí la búsqueda de información utilizando como nuevas herramientas los ELMS que como se llaman los “Large Language Models” que es chat GPT el equivalente a chat GPT hay muchas herramientas ahora similares a chat GPT inclusive mejor a chat GPT entonces eso sistema te pueden ayudar muchísimo tanto buscar cómo plantearla buscar cómo redactarla y tú puedes además adecuar la redacción, tú puedes tener tu noticia escrita pero tú dices yo quiero hacérsela llegar a un segmento particular de la población tú puedes hacerle que esta herramienta te ayuden hasta a vocalizar la forma la cual tú lo estás expresando para que le llegue el mensaje más claro a una</p>

	<p>población que tú estés buscando así que como ves son muchísimas las cosas que ya están impactando actualmente y que a futuro se va a potenciar mucho más.</p>
<p>¿Cómo pueden los estudiantes de comunicación aprovechar mejor las herramientas y tecnologías de inteligencia artificial en la creación de contenido?</p>	<p>Mira yo creo que eso es parte primero de un proceso de capacitación, yo creo que es importante que se capaciten dentro de lo que es primero que nada la inteligencia artificial sus mecanismos cómo funcionan las aplicaciones y obviamente siempre teniendo el resguardo de entrar dentro de lo ético dentro legal y dentro de lo apropiado dentro de la profesión que vamos a desarrollar.</p>
<p>¿Qué consideraciones éticas son importantes tener en cuenta al utilizar inteligencia artificial en la producción de contenido comunicacional?</p>	<p>Primero que nada, nunca dejar de vista de que nunca debe ser utilizado para dañar a nadie en ninguna manera segundo la veracidad debemos estar seguros en las cosas que estamos publicando y que vamos a generar esos son algunos aspectos fundamentales tercero obviamente la honestidad que debe haber en todo contexto siempre tenemos que ser honesto lo que estamos diciendo tenemos que ser claros específicos y siempre con un fin positivo dentro de los elementos que estamos llevando a cabo.</p>
<p>¿Cuáles son algunos ejemplos concretos de cómo la inteligencia artificial está mejorando la eficiencia y la calidad del contenido producido por los medios de comunicación?</p>	<p>Muchísimo como te digo simplemente en ayudar a revisar redacciones y es importante muchas veces antes quedaba a criterio de solamente quien escribió una noticia y si no lo escribía bien no llegaba bien el mensaje como te digo podía tener errores de todo tipo tanto errores contextuales pudiera tener errores hasta de fechas tú podrías estar haciendo una noticia y tú hablabas algo históricamente no era real tú puedes tener ahora esta herramienta te pueden ayudar a validar veracidad de los contenidos que estás diciendo ayudar a revisar tanto en contexto como en contenido la información que hay y eso son herramientas fundamentales que son de ayuda en el desarrollo de la profesión de la comunicación social.</p>
<p>¿Existen iniciativas locales o proyectos a nivel nacional que estén promoviendo el uso de</p>	<p>Mira no me atrevería a decirlo supongo que sí debe haberlas digamos desde el punto de vista de inteligencia artificial hay mucha iniciativa en el Ecuador que están</p>

inteligencia artificial en la producción de contenidos comunicacionales? ¿Cuáles son algunos ejemplos destacados?	llevando a cabo hay muchas universidades e instituciones empresas privadas que están llevando no conozco de forma puntual y específica en el área de los medios de comunicación social, pero estoy casi seguro de que deben estar haciendo uso de ello también puesto que es parte de la tendencia que se está llevando a cabo mundial.
--	---

Anexo VI. Entrevista a Hernan Yaguana, especialista en IA.

Pregunta	Interpretación
¿Cuál es su opinión sobre el papel actual de la inteligencia artificial en la producción y distribución de contenido comunicacional?	<p>Hola buenas tardes, gracias por tu interés, bueno, el uso a nivel del país es mínimo, realmente hay un temor lo hemos conversado con varias personas te voy a hablar el contexto ecuatoriano después pasará a lo mejor al sudamericano y después al mundial, le tenemos temor porque creemos que todavía la inteligencia artificial es una estructura muy parecida a lo que es el código informático cuando en realidad no es así por lo tanto el uso es mínimo o sea para el potencial que tiene para las capacidades que se podrían aprovechar para los avances significativos que existen el uso es mínimo en comunicación y en periodismo y en áreas afines, como te digo yo creo que es por el temor, segundo hay la desconfianza y tercero no estamos capacitados para poder tener una tecnología como la que está entrando y que va a ser un cambio revolucionario brutal incluso más que cuando apareció la escritura o cuando apareció la imprenta o cuando apareció el intranet, este cambio que está provocando y que lo vamos a sentir en poco tiempo y que será necesario ya adaptarse quienes quieran pues va a ser tremendo si va a ser un cambio impensado es una revolución realmente cognitiva, científica, estructural en todos los campos entonces volviendo a la pregunta y reiterándote lo que te he dicho yo creo que la gente de ciencias sociales de comunicación de periodismo lo utilizan muy poco los que están utilizando en</p>

	<p>realidad esto son personas que sin tener esa capacitación previa de ser licenciados o ingenieros en una carrera de ciencias sociales lo están haciendo y por eso para mí es un poco preocupante el ver como la gente lo hace el lado o lo utiliza en un mínimo porcentaje realmente de la experiencia que te cuento y lo que hemos podido ver, de hecho cuando participamos el año anterior obtuvimos un premio a nivel internacional que fue a nombre de Ecuador, obtuvimos un premio de producción audiovisual utilizando inteligencia artificial y competimos con equipos de Francia de Estados Unidos de China pues con los que trabajé fue con gente de artes con gente de informática y con gente de matemática porque el resto de compañeros del área donde yo también tengo especialización que es en comunicación les da un poco de temor y a veces incluso el temor hace que no tengan esa empatía para poder coordinar y mirar lo que está haciendo lo que se puede si me fantaseaba ya lo que pasó ahora con “OpenAI” de la semana anterior que sí la semana anterior fue con esto de que el cuatro ovni que es una cosa increíble que nos está mostrando ya lo que se viene con Gpt 5 pero incluso otros más avanzados que son de pago y que están ahí están haciendo cosas increíbles y todavía nosotros estamos muy rezagados en eso, bueno hasta ahí para no ir más allá.</p>
<p>¿Cuáles son algunas de las aplicaciones más innovadoras de la inteligencia artificial en el ámbito de la comunicación?, ¿Cuáles de ellas cree que son las más utilizadas actualmente por profesionales y estudiantes de comunicación en Ibarra</p>	<p>Tengo una base de datos que hemos levantado ahí pero poderte decir cuales en realidad dependería habría que levantar una investigación algo tengo un ligero recuerdo también hasta ahora pero yo creo que lo uso, a ver voy a partir por eso voy a partir por el fondo se está utilizando más la inteligencia artificial de acuerdo a las variaciones o a las tecnologías con el nombre que vienen como ChatGPT, como Dall-E, como Midjourney, como Fliki, como Copilot, más no la inteligencia artificial desde la funcionalidad de uno mismo generar este tipo de código que es sencillo porque ahora tú lo generas ya no con programación o sea ya no lo haces con funciones ni con los famosos reels que</p>

	<p>hacíamos de poder program X G, ahora lo haces con palabras entonces lo preocupante también de esto es que estamos utilizando pero solo las herramientas que nos están dando más no entendido pero además imagínate que no aprendes hoy Midjourney en su última versión en 5 meses, menos en 2 meses Midjourney ya cambia porque la competición le hace que cambie, aprendes Fliki, por ejemplo en mi caso yo me inicié con Fliki, pero que fue hace 6 meses atrás cuando yo empecé a lo que es ahora es un cambio radical y ni siquiera avance a descifrar todo lo que tenía Fliki por eso las sugerencias siempre es de que más que aprender las versiones que están saliendo o los programas, es que aprendamos qué es la inteligencia artificial no podemos nosotros entender lo que es un algoritmo y cómo es el algoritmo nos puede servir incluso para automatizar procesos todo esto demanda un poquito más de profundidad, entonces vuelvo a ir a la pregunta anterior hay un miedo y temor y como siempre será que mi información es atípica porque yo primero soy ingeniero en sistemas la primera carrera y a mí se me hace más fácil pero creo que tampoco sería tan alejado un comunicador un periodista de poder averiguar un poco indagar como te repito ya no es códigos ya no es línea de código ya no son 5000 líneas de código ni 2000 son simplemente averiguar.</p> <p>A ver combino lo que es por ejemplo, a ver vamos déjame mostrarte por aquí para que tengas una idea lo que estamos por aquí un compilador, mira tengo por aquí por ejemplo un compilador, mira te voy a compartir, esto que acabas de ver aquí mira por ejemplo qué hago, una estadística justo aquí que viene al tema que tú me estabas preguntando hicimos un levantamiento de datos con un par de colegas de cuál es el uso que le están dando los periodistas a la inteligencia artificial y mira por ejemplo estas barras de aquí pero que estoy haciendo, estoy modificando datos que me salen de esta entrevista que hicimos, perdón, de esta encuesta que hicimos luego los convierto a través del ChatGPT de</p>
--	--

	<p>OpenAI que tengo la de pago y luego me voy a Mad plal de Payton y saco las gráficas y la interpretación o sea y realmente esto de aquí no es ni siquiera algo que estoy haciendo anti ético no estoy manejando una cuestión que sea qué sé yo fantasiosa, no estoy inventándome, por el contrario estoy simplificando un proceso que me ahorra un montón de tiempo fíjate que ahora estoy haciendo más o menos un par de papers por mes o sea a la final si es que le doy continuidad tendrá 24 en el año que es impensable pero es impensable desde la lógica anterior, con estas facilidades hay cómo hacerlo.</p>
<p>¿Cómo cree que los estudiantes de comunicación están adoptando y utilizando herramientas de inteligencia artificial en su proceso de producción de contenidos?</p>	<p>Se han utilizado de la manera en la cual no hay una orientación de vida, no sé cómo salgo de acá, vamos a ver, ah bueno creo que estamos ahí, lo están haciendo sin la orientación de vida porque siempre es bueno primero no tener temor pero yo escucho también que se dice mucho plagio se habla muchísimo de he, si haces con inteligencia artificial pues no vale, no claro que vale porque el proceso si es que tú lo das inicialmente como el autor de algo y la herramienta te sirve solamente para gestionar ciertos procesos es válido o sea, ¿por qué no va a ser válido? pero yo veo que también hay ese temor o sea no lo voy a hacer, no lo voy a generar, editar porque es plagio, le repito las palabras porque es antiético porque si lo hago con inteligencia artificial me van a destinar, claro me van a descifrar como por ejemplo yo a la IA le pido que me haga a partir de un artículo otro similar y que me ponga las citas que sea ahí sí me estoy inventando porque estoy haciendo esta palabra que es muy común en la IA que se llama alucinar, estoy haciendo que alucine ahí sí o sea incluso por ética por veracidad mía como persona digo, si esto no es mío pero cuando me de apoyo por ejemplo para interpretar datos, para que sé yo, limpiar una base de datos yo no le veo que eso sea antiético, como te digo depende mucho de los estudiantes de quienes son sus guías por eso nuestra universidad la semana pasada bueno, en estos días lo que fue el lunes o martes ya</p>

	<p>comenzó a anticipar de que tiene que irse formando el profesorado en lo que es integrar de una manera limpia, pura lo que es la inteligencia artificial ya, sin temores, porque a veces los temores también crean miedos crean incluso situaciones como te digo esto de que el profesor le dice bueno yo tengo un software que detecta si usted lo hizo con IA pero tú crees que se puede detectar si algo por ejemplo se ha levantado por ti una base de datos y solamente la limpió la IA o sea cómo se va a poder detectar eso es imposible o sea no estamos hablando de esas cosas entonces claro cómo me dice el profesor y yo no leí, yo como estudiante no indague más allá de ver qué es ético y qué no es ético entonces me quedo ahí y digo no, no lo hago porque en realidad esto no va a pasar un filtro a lo mejor el profesor va a saber o sea el profesor omnipoderoso conoce todo lo cual es mentira en este momento como te digo por ese lado es muy bajo, ahora he tomado un curso con los chicos que están haciendo sus tesis.</p> <p>Segundo a ver invertir 20 USD creo que en una tecnología como OpenAI o qué sé yo como prioridad a mí me rentabiliza al mil por ciento, los estudiantes a veces dicen no es que son 20 USD lo que pasa que nosotros como estudiantes 20 USD es muchísimo pero le digo por qué no se juntan cuatro y ponen cada quien 5 y comparten ahí porque la final pueden compartir la misma cuenta pero claro te digo, son esos temores y la falta de guías que les indiquen cómo debería utilizar inteligencia artificial para que se convierta en ese soporte de las actividades que hacen y así amenorar el tiempo en los procesos.</p>
<p>¿Cuáles son algunas de las barreras o desafíos particulares que los estudiantes de comunicación en Ibarra podrían enfrentar al implementar inteligencia artificial en su trabajo, y cómo cree que deberían abordarse, o cómo se están abordando estos desafíos?</p>	<p>Igual que cuando llegó el internet porque si te hablo de la llegada de la radio a lo mejor tú no me vas a entender pero cuando llegó el internet también había muchos temores de que por ejemplo el sonido se iba a escuchar mal de que solamente se tenía unas ciertas partituras de frecuencias que a la final era verdad en un cierto porcentaje</p>

	<p>pero no era la totalidad ¿qué desafíos? enseñarle a comenzar a convivir con estas tecnologías y hacer una herramienta útil para que sea su soporte y más no para que le facilite un trabajo y lo haga la máquina como tal para mí el temor más grande es que por ese fue facilismo que tenemos los seres humanos acuérdate tú no sé si conociste el control remoto que el control remoto que hacía de que la persona en vez de ir a cambiar manualmente porque si solo hacía el canal anterior incluso se lo sintonizaba para que tenga mejor resolución desde la cama lo podías hacer entonces había que sopesar al ver esta tecnología qué está produciendo beneficios y contras y el control remoto que hizo que mucha gente tenga obesidad mucha gente que se duerma con la televisión prendida y que incluso muchas veces el dormir con la televisión prendida no podía conciliar bien el sueño es un factor negativo entonces acá el reto es ese enseñarle a manejar muy bien pero para enseñarle quién debe ser ese educado debe estar muy preparado y eso no existe entonces esos son los retos primero son los retos de las personas grandes, segundo mira muy buenos tutoriales seguir a personas que están incidiendo pero con siempre con esa resistencia de que la IA es un soporte para el trabajo de creatividad e ingeniería que yo como ser humano siempre voy a estar al frente y no que me lo va a dar haciendo porque ahí hay un parámetro en el cual puede que se confundan y como te digo esa facilidad a veces, incluso los latinos tenemos eso de que bueno, ya lo hace la máquina tengo un foro no, le pregunto a ChatGPT o a copilot que lo haga no, no perdamos eso porque después incluso el cuerpo lo va a sentir o sea van a ver situaciones emocionales van a haber aquí conexiones cerebrales que se van a ir perdiendo por qué porque estamos acostumbrados a que todo nos vaya a ser una máquina y llegar un momento en el cual el ser humano pues todo ese potencial que hasta ahora ha logrado se vaya para atrás y nos gobiernen en si las máquinas y ahí ¿qué puede pasar? no lo sé pero no es</p>
--	---

	<p>tampoco una utopía lo que te estoy diciendo puede ser una realidad o que nos gobiernen ciertas personas que se manejan a las máquinas.</p>
<p>¿Qué oportunidades específicas ve para que los estudiantes aprovechen la inteligencia artificial en la creación de contenido original y creativo?</p>	<p>Te voy a hablar desde el audiovisual que es mi fuerte porque yo más que periodista lo que hago es producción audiovisual todas, todas las posibilidades por ejemplo tú puedes amenorar costos, tú puedes incluso hacer cosas como las que recién hicimos la primera flor en Marte fíjate que ahí nosotros fuimos creando naves espaciales fuimos creando astronautas y llegamos con nuestros equipos a Marte bueno, llegamos entre comillas porque fueron todos creados con inteligencia artificial una producción que normalmente no lo hubiéramos podido hacer porque primero no tenemos el contingente logístico ni económico para poder lograr eso y segundo porque es muy difícil o sea desde un país tan pequeño como el nuestro poder hacer producciones de ese tipo entonces pues es una ventaja pero hay que saberla aprovechar o sea que hay que mirar a ver segundo yo casi ya no trabajo y no por eso quiere decir que va a ser la norma yo no trabajo ya con actores que son personas trabajo con actores que los modelo a través de inteligencia artificial o que anteriormente se llamaba 2D o 3D ¿qué me hace? me ahorra un cierto tiempo, me permite que los ponga en situaciones extremas al fin y al cabo son modelamientos no pasa nada así que los ponga a unas temperaturas aunque sea lo puedo poner dentro de un volcán lo puedo poner que se yo en un helicóptero y que caiga no pasa nada entonces también me permite despertar la creatividad para poder hacer cosas que a lo mejor en cierto momento no estaban pensadas o no se exigían que se hagan desde acá eso solo quedaba para los grandes laboratorios de México de Colombia de Hollywood o de que sé yo otros países que tenían esa tecnología pues hoy en día esa barrera permite romperla y hay que saber aprovecharla lo mismo que pasa con el ejemplar no sé si tú conoces, esta súper producción que te genera lo que son voces</p>

	<p>realistas superrealistas incluso pero claro saber utilizarlas muy bien, ahora quiero hacer un podcast muy bien el contenido va a ser súper bien ejecutado por mí como persona y ahí voy a buscar la voz o las voces para que esto suene muy bien y competir fíjate que recién conversábamos con unos colegas argentinos y mexicanos, no es tan necesario hoy en día laboratorio físico como antes que te necesitabas un laboratorio en tu campo por ejemplo con 5 cámaras HD de 50 de resolución que necesitaba los flashes de luces que necesitabas el escenario que necesitaba las notas o sea y tantas cosas más que no se bajaban de 150.000 o de 200. 000, hoy en día puedes hacer producción o sea yo veo una ventaja más que negativo yo fíjate que no soy tan escéptico con la tecnología pese a que también me ha jugado malas pasadas pero siempre le veo el lado positivo que se pueden hacer cosas increíbles se pueden hacer cosas de ficción que es uno de los géneros que no hemos despertado en producción audiovisual en Ecuador más hemos sido realistas más hemos sido informativos se puede despertar ficción y comenzar a hacer producciones de alto calibre, entonces por ese lado e incluso se puede comenzar a combinar o sea que sé yo, tengo actores robóticos con actores físicos y comenzar a combinar en producciones no sé qué sé yo, de pronto una radio serie una teleserie en la cual se conversa con robots, humanos que conversan con ellos interactúan o sea en este momento decir que podemos hacer una película como las que se hacen en Hollywood sí y fíjate que todavía ni siquiera estas horas puesto ya para todo mundo y los competidores despeguen va a ser la cosa más increíble yo veo muchas ventajas pero te repito nuevamente depende de quién los guíe y bajo qué norma yo me estoy llevando a trabajar con la IA soy el ingeniero y la IA es mi ayudante o la IA es el ingeniero y yo soy el ayudante, no tiene que ser siempre lo contrario o sea yo soy el que mando las condiciones necesarias soy el arquitecto soy el</p>
--	---

	<p>diseñador del producto y la IA es un soporte para poder abaratar costos para ahorrar y hacer cosas que en su momento no se podía.</p>
<p>¿Qué consideraciones éticas son importantes tener en cuenta al utilizar inteligencia artificial en la producción de contenido comunicacional?</p>	<p>O sea la ética también acuérdate que es un término filosóficamente nunca, nunca defendido ni aceptado por un solo concepto o sea la ética siempre ha sido un punto de vista muy particular de cada persona o de cada grupo de personas mientras se actúe bien mientras se tenga conciencia que lo que estamos haciendo no va en contra de las personas, yo creo que la ética tendrá que parar porque a veces la ética frena también o sea frena muchas cosas entonces te repito esto mientras las cosas estén bien y no vayan en contra de la integridad de las personas ni con un fin de dañar o qué sé yo de crear zozobra o esta palabra tan utilizada de fake news que a veces incluso ya llega a cansar de tanto que la pronuncian de aquí para allá pero no se hace nada para contrarrestar, mientras no llegue a esos extremos o sea yo creo que la ética está para ser filosófica más que para llegar a una tecnología también tengo mucho conocimiento de la filosofía como te digo en su momento incluso escribimos un libro para para las rutas que hicimos sobre lógicas y antilógicas de la tecnología y ahí hablábamos de la ética a veces, incluso cómo que ha adormecido ciertas cosas y no ha permitido que vayas más allá pero ese grupo de personas que se adormeció porque puso mucho énfasis en la ética como qué se rezagó sé que hay que mirarlo con suavidad o sea la ética es dura la ética siempre está si tú sales a la calle te preguntan qué opinas de este joven técnicamente, nada que salió, que está divirtiéndose, nada, pero es que mírale desde la ética, lo que pasa es que no está bien vestido, depende de cada quien como lo mire, con que tú no me hagas daño no sé, no estás violentado nada, vive tu vida como sea y la tecnología hay que vivirla y aprovecharla.</p>
<p>¿Existen iniciativas locales o proyectos a nivel nacional que estén</p>	<p>No lo conozco, no lo conozco porque somos bichos raros los que estamos con IA,</p>

<p>promoviendo el uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos comunicacionales? ¿Cuáles son algunos ejemplos destacados?</p>	<p>por ahí Cristian, se me fue el apellido, bueno Cristian y un par de conocidos más de mi época, Cristian Espinoza y un par más de ahí conocidos el resto no lo sé porque lo que pasa es que la academia no está metida en la IA o sea la academia no está la academia hace un paper y analiza cuántas noticias son hechas con IA pero no hay experimentación y fijate que una de las cosas tú que entiendes, estas graduándote ya, una de las cosas que aquí se requieren en comunicación y en periodismo es menos retórica es menos hablar en tantos congresos y es más acción en laboratorios y me refiero a laboratorios de experimentación así con 2 o 3 computadoras no a lo super laboratorios que te decía que no son necesarios lo que pasa que la comunicación está llegando a eso porque hay tantos congresos que se habla demasiado se dice tanto y a la final no se llega a nada tal vez a un libro pero el libro ya no se lo lee ahora ni una revista no se lee eso es lo que necesitamos son creadores de contenido me imagino muchísimos, ahora conversamos con una asociación que se llama Conelad que agrupa a todas estas netbooks o productoras de contenido de la región sur por ejemplo ellos saben que existe la IA, saben que hay como hacer muchas cosas pero son muy pocos los que están ahí entonces ese es el referente que tengo y fijate que la mayoría de ellos no son graduados son gente que está monetizando como me imagino por tu localidad habrá gente que está monetizando haciendo videos para Facebook para diferentes redes sociales pero que tiene esa necesidad de capacitarse sabe que existe la IA pero también como tiene ese temor o sea que están haciendo están haciendo producciones como salga pero ya se dieron cuenta por ejemplo que este mes que la caída en cuanto a esos productos pese a que son hasta de 2 o 3 diarios ya Facebook les está mermando la cantidad de ingresos que se tiene entonces a nivel de país yo siento que es poco lo que estamos haciendo como gente y universidad no sé si en la tuya están</p>
---	---

	<p>pero de acá conozco soy un bicho raro de hecho te digo lo vengo haciendo desde 2017 porque cuando ya OpenAI lanzó su playground desde ahí comenzábamos a hacer cosas y le decíamos a la gente por aquí va, no es que esto suena muy robótico es que esto no va a ser, llegó acá y nada muchos se van a quedar de hecho mucha gente se va a quedar.</p>
<p>¿Qué impacto cree que tendrá la inteligencia artificial en el futuro del periodismo y la comunicación?</p>	<p>Va a hacer que el periodismo ya sea algo perdón que la comunicación sea tan normal como lo fue la mecanografía en su momento tú a lo mejor no conoces esto pero hace unos diez o veinte años atrás se estudiaba mecanografía, se estudiaba secretaría de ejecutivo bilingüe porque había que aprender cómo redactar un oficio porque había que aprender cómo redactar tal cosa hoy en día por ejemplo eso es tan común que no se necesita que nadie lo estudie, la comunicación ya lo está haciendo también muy común o va a ser muy común ya no va a ser necesario estudiar cuatro o cinco años para ser licenciado en comunicación ya no se va a necesitar porque va a ser común, unos mejor que otros, otros apoyados con tecnologías el futuro es una cosa increíble y el futuro no hablo de cinco años te hablo 2025 va a ser un año en el cual la industria periodística tradicional que no se haya subido a las plataformas de automatización de inteligencia artificial va a morir tenlo por seguro incluso las emisoras que no estén utilizando ciertas tecnologías que les ayuden a simplificar procesos van a desaparecer porque la vida siempre ha sido evolutiva y este cambio como te repito pese a que los otros tres fueron radicales cuando llegó la escritura cuando aparece al imprenta y cuando aparece internet fueron radicales este les lleva un 10 o 20% de concentración mayor de expansión mayor entonces va a haber unos cambios increíbles de hecho ahora mismo ya la mayoría noticias que estamos consumido por redes sociales son hechas por IA, son</p>

	<p>la mayoría son hechas por IA los contenidos son si bien no todos creado por IA pero son por lo menos editados por IA son soportados por IA son buscados por IA son regulados o relacionados por IA entonces estamos en un momento de cambio donde muchas disciplinas van a aparecer y otras a la par con la IA y otras tecnologías como la física cuántica también y los elementos robóticos que nos vengán adelante van a florecer, ¿cuáles son? no lo sabremos pero habrá que ir experimentando a partir poniendo esos lineamientos y plantear cuáles son esas nuevas alternativas nosotros como tal acá en la universidad ya no tenemos comunicación tenemos creación y audiovisual digital son cuatro ciclos cada ciclo tiene dos y de cuatro asignaturas y cada asignatura dura un periodo de dos meses incluso vamos cambiado, fíjate esta tecnología nos ha hecho cambiar lo pedagógico nos hace cambiar todos los aspectos lo económico también va a cambiar es un cambio radical que lo vas a sentir pese a que estamos en Ecuador en el 2025 ya lo vamos a hacer.</p>
--	--