UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Inteligencia artificial y producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025

TESIS:

Para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Br. Yosari Jasmin Moran Moran

Br. Fabián Jhoel Gutiérrez Suncion

TUMBES

2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Inteligencia artificial y producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda (Presidente)

Código ORCID 0000-0003-2754-6129

Dr. Wilfredo Barrientos Farias (Secretario)

Código ORCID 0000-0001-7155-9408

Dr. Ruperto Arroyo Coico (Vocal)

Código ORCID 0000-0003-0576-1872

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Inteligencia artificial y producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y forma.

Bach. Fabian Jhoel Gutierrez Suncion (Autor)

Código ORCID 0009-0000-8350-0913

Bach. Yosari Jasmin Moran Moran (Autor)

Código ORCID 0009-0002-8674-1477

Dr. Ruperto Arroyo Coico (Asesor)

Código ORCID 0000-0003-0576-1872

Mg. José Martín Mogollón Medina (Coasesor)

Código ORCID 0000-0002-5694-0339

Tumbes, 2026

Acta de sustentación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los quince días del mes de junio del dos mil veintiséis siendo las 8:45 horas de manera presencial, se reunió el jurado calificador, designado por **RESOLUCIÓN N° 014-2026/UNTUMBES-FACSO-D, del 14 de enero de 2026,** y conformado por el Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda, presidente; Dr. Ruperto Arroyo Coico, secretario; Dr. Ruperto Arroyo Coico, vocal; reconociendo, además, Dr. Ruperto Arroyo Coico, como asesor; se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: ***"Inteligencia artificial y producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025***";para optar el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, presentada por:

Bach. Yosari Jasmin Moran Moran y Bach. Fabián Jhoel Gutiérrez Sunción

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte de la sustentante y luego de la deliberación, el jurado, según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la **BR. YOSARI JASMIN MORAN MORAN y el BR. FABIÁN JHOEL GUTIÉRREZ SUNCIÓN**, aprobados, con calificativo de **BUENO.**

Se hace conocer a los sustentantes que deberán levantar las observaciones finales hechas al final del informe de tesis, que el jurado le indica.

En consecuencia, quedan aptos para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciados en Ciencias de la Comunicación, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N°30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 9:00 horas y treinta minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 15 de junio del 2026.

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda DNI Nº 41650620 Código ORCID: 0000-0003-2754-6129 **Presidente**	Dr. Wilfredo Barrientos Farias DNI Nº 06698660 Código ORCID 0000-0001-7155-9408 **Secretario**

Dr. Ruperto Arroyo Coico
DNI Nº 44752528
Código ORCID: 0000-0003-0576-1872
vocal

CC.
Jurados (03)
Asesor
Interesado - Archivo (Decanato)

Informe Turnitin

FABIAN JHOEL GUTIERREZ SUNCIÓN

Informe de tesis Yosari Moran y Fabian Gutierrez - Turnitin

INFORME DE TESIS YOSARI MORAN Y FABIAN GUTIERREZ

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::3117:599034955

Fecha de entrega
10 jun 2026, 13:23 GMT-5

Fecha de descarga
10 jun 2026, 13:27 GMT-5

Nombre del archivo
Informe de tesis Yosari Moran y Fabian Gutierrez - Turnitin.docx

Tamaño del archivo
143.0 KB

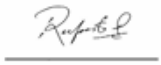
46 páginas

11.662 palabras

67.197 caracteres

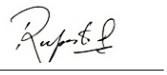
Dr. Ruperto Arroyo Coico (Asesor)

Código ORCID 0000-0003-0576-1872



15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...



Dr. Ruperto Arroyo Coico

Código ORCID 0000-0003-0576-1872

Filtrado desde el informe

▸ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

6% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

6% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Trabajos del estudiante Universidad Nacional de Tumbes on 2021-08-10	9%
2	Trabajos del estudiante Universidad Nacional de Tumbes on 2023-05-18	<1%
3	Internet repositorio.untumbes.edu.pe	<1%
4	Trabajos del estudiante Universidad Cesar Vallejo on 2025-12-29	<1%
5	Internet repositorio.ucv.edu.pe	<1%
6	Trabajos del estudiante Universidad Nacional de Tumbes on 2026-01-11	<1%
7	Trabajos del estudiante Universidad Nacional del Centro del Peru on 2025-05-07	<1%
8	Trabajos del estudiante Universidad Ricardo Palma on 2024-04-09	<1%
9	Internet www.uticvirtual.edu.py	<1%
10	Trabajos del estudiante Universidad Nacional de Tumbes on 2026-01-03	<1%
11	Trabajos del estudiante Universidad Privada del Norte on 2025-12-16	<1%

turnitin Página 3 de 50 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::3117:599034955



Dr. Ruperto Arroyo Coico

Código ORCID 0000-0003-0576-1872

12	Internet	
innovacioneducativa.upc.edu.pe		<1%
13	Internet	
arxiv.org		<1%
14	Trabajos del estudiante	
Universidad Tecnologica del Peru on 2026-05-04		<1%
15	Internet	
repositorio.utn.edu.ec		<1%
16	Internet	
repositorio.puce.edu.ec		<1%
17	Trabajos del estudiante	
Hankuk University of Foreign Studies on 2025-03-05		<1%
18	Internet	
repositorio.uncp.edu.pe		<1%
19	Publicación	
Hinojosa Mamani, Jhonatan. "Influencia de la inteligencia artificial en la elaboraci...		<1%
20	Trabajos del estudiante	
Infile on 2024-12-04		<1%
21	Trabajos del estudiante	
Universidad Nacional de Tumbes on 2025-07-25		<1%
22	Internet	
repositorio.usmp.edu.pe		<1%



Dr. Ruperto Arroyo Coico

Código ORCID 0000-0003-0576-1872

DEDICATORIA

Dedicamos la presente investigación, en primer lugar, a nuestras familias, quienes han sido el soporte fundamental durante todo este proceso académico.

Yosari Jasmin Morán Morán expresa su profundo agradecimiento a sus padres, por su apoyo incondicional, su confianza constante y por ser el pilar que le permitió seguir adelante en cada etapa de su formación profesional.

Fabián Jhoel Gutiérrez Sunción dedica este logro a su abuela Marisol y a su mamá Sandra, por su esfuerzo, paciencia y respaldo permanente. Asimismo, a sus hermanas y a sus amigos Fátima Querevalu y Stiven Astudillo, quienes, con su compañía, motivación y apoyo, contribuyeron significativamente en este camino.

Este trabajo representa no solo un logro académico, sino también el resultado del acompañamiento y la fortaleza que cada uno de ustedes nos brindó.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a los docentes que nos guiaron y acompañaron en el desarrollo de esta investigación, en especial al Dr. Ruperto Arroyo Coico y al Mg. Martín Mogollón Medina, por su orientación, compromiso y valioso aporte académico.

A pesar de las dificultades presentadas a lo largo del proceso, su apoyo nos permitió superarlas, fortaleciendo nuestras capacidades y motivándonos a seguir adelante con responsabilidad y dedicación.

Asimismo, agradecemos a la universidad por brindarnos la oportunidad de formarnos en sus aulas, permitiéndonos adquirir los conocimientos y experiencias necesarias para culminar esta etapa de nuestra vida profesional.

Índice

	Pág.
Carátula	i
Carátula firmada por el jurado	ii
Carátula de originalidad	iii
Dedicatoria	vii
Índice general	viii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Índice de anexos	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. Introducción	14
II. Revisión literaria	22
III. Métodos y materiales	32
IV. Resultados y discusión	41
V. Conclusiones	57
VI. Recomendaciones	58
VII. Referencias Bibliográficas	59
Anexos	68

Índice de tablas

Pág.

Tabla 1. Operacionalización de las variables 33

Tabla 2. Población de estudiantes de Ciencias de la Comunicación 36

Tabla 3. Muestra de estudiantes de Ciencias de la Comunicación 37

Tabla 4. Uso de IA en la preproducción 41

Tabla 5. Uso de IA en la producción 42

Tabla 6. Uso de IA en la postproducción 43

Tabla 7. Consolidado de la variable inteligencia artificial 44

Tabla 8. Calidad narrativa 46

Tabla 9. Calidad técnica 47

Tabla 10. Calidad estética 48

Tabla 11. Consolidado de la variable producción audiovisual 49

Tabla 12. Relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad narrativa de la producción audiovisual 50

Tabla 13. Relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad técnica de la producción audiovisual 51

Tabla 14. Relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad estética de la producción audiovisual 51

Tabla 15. Correlaciones entre inteligencia artificial y producción audiovisual 52

Tabla 16. Pruebas de chi-cuadrado 53

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Uso de IA en la preproducción	42
Figura 2. Uso de IA en la producción	43
Figura 3. Uso de IA en la postproducción	44
Figura 4. Consolidado de la variable inteligencia artificial	45
Figura 5. Calidad narrativa	46
Figura 6. Calidad técnica	47
Figura 7. Calidad estética	48
Figura 8. Consolidado de la variable producción audiovisual	49

Índice de anexos

	Pág.
Anexo 1. Matriz de consistencia de la investigación	68
Anexo 2. Instrumento de recolección de datos	71
Anexo 3. Escala de confiabilidad	75
Anexo 4. Validación del instrumento por el juicio de expertos	76
Anexo 5. Evidencia de aplicación de instrumento	79
Anexo 6. Procesamiento de datos	80
Anexo 7. Baremo estadístico	83

RESUMEN

La presente investigación titulada “Inteligencia artificial y producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025” tuvo como objetivo general determinar el nivel de relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en estudiantes del VIII ciclo de la Universidad Nacional de Tumbes. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, con diseño no experimental, de corte transversal y nivel microsociológico. La muestra estuvo conformada por 41 estudiantes, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado.

En cuanto a los resultados descriptivos, se evidenció que el uso de la inteligencia artificial se concentra principalmente en un nivel medio (63.4%), con una adopción más marcada en las fases de producción y postproducción, mientras que en la preproducción su uso aún es limitado. Respecto a la producción audiovisual, predominan niveles medios en sus dimensiones narrativa, técnica y estética; sin embargo, a nivel global, el 73.2% de los estudiantes percibe un nivel bajo en la calidad de sus producciones.

En el análisis inferencial, se identificó una correlación positiva alta y significativa entre la inteligencia artificial y la calidad narrativa ($r = 0.785$; $p < 0.05$), así como correlaciones positivas moderadas y significativas con la calidad técnica ($r = 0.403$; $p < 0.05$) y la calidad estética ($r = 0.449$; $p < 0.05$). No obstante, la relación global entre inteligencia artificial y producción audiovisual resultó baja y no significativa ($r = 0.298$; $p = 0.059$). Por otro lado, la prueba de chi-cuadrado evidenció una asociación significativa entre ambas variables ($p = 0.002$).

Se concluye que, si bien la inteligencia artificial influye de manera positiva en dimensiones específicas de la producción audiovisual, su impacto global aún es limitado, lo que sugiere la presencia de otros factores determinantes en la calidad final de los productos audiovisuales.

Palabras clave: inteligencia artificial, producción audiovisual, estudiantes universitarios, correlación, calidad narrativa.

ABSTRACT

The present research entitled “Artificial Intelligence and Audiovisual Production in Communication Sciences Students, UNTUMBES, 2025” aimed to determine the level of relationship between artificial intelligence and audiovisual production among eighth-cycle students at the National University of Tumbes. The study followed a quantitative approach, with a descriptive-correlational scope, non-experimental design, cross-sectional cut, and microsociological level. The sample consisted of 41 students, to whom a structured questionnaire was applied.

Descriptive results showed that the use of artificial intelligence is predominantly at a medium level (63.4%), with greater application in production and post-production stages, while its use in pre-production remains limited. Regarding audiovisual production, medium levels prevail in narrative, technical, and aesthetic dimensions; however, at a global level, 73.2% of students perceive a low level in the overall quality of their productions.

Inferential analysis revealed a high and significant positive correlation between artificial intelligence and narrative quality ($r = 0.785$; $p < 0.05$), as well as moderate and significant correlations with technical quality ($r = 0.403$; $p < 0.05$) and aesthetic quality ($r = 0.449$; $p < 0.05$). However, the overall relationship between artificial intelligence and audiovisual production was low and not statistically significant ($r = 0.298$; $p = 0.059$). Additionally, the chi-square test showed a significant association between both variables ($p = 0.002$).

It is concluded that, although artificial intelligence positively influences specific dimensions of audiovisual production, its overall impact remains limited, suggesting that other factors play a more decisive role in the final quality of audiovisual products.

Keywords: artificial intelligence, audiovisual production, university students, correlation, narrative quality.

I. INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial (IA) se explica como la capacidad de un programa o sistema informático para realizar cosas que normalmente solo los humanos sabemos hacer bien: pensar un poco, razonar, aprender de lo que va pasando y resolver problemas por su cuenta. En síntesis, los programas de inteligencia artificial se desarrollan y evolucionan en lo que son actualmente gracias a comandos iniciales, aprendiendo como un cerebro humano.

Morandín-Ahuerma (2022) sostiene que la IA se puede entender en conceptos básicos como algoritmos y técnicas de aprendizaje autónomo que permiten a las máquinas tener la posibilidad de tomar decisiones solas o de forma casi asistida, donde se traza una brecha entre cuanto razona una máquina de forma genuina y cuanto margen de maniobra presenta por parte del ser humano. Esta definición manifiesta cómo la IA se convierte en un componente esencial para las actividades humanas cotidianas, procesos académicos y profesionales.

En cuanto a su relevancia actual, Numa-Sanjuán et al (2024) indican que la IA ya no es solo una tendencia pasajera de la tecnología sino una realidad hacia la asistencia digital y automatización más avanzada del siglo XXI, ya que transforma industrias, economías y sociedades al mejorar su eficiencia, productividad e innovación. La IA se empieza aplicar en diversos contextos desde la formación educativa, los centros de salud, las telecomunicaciones o la forma en que interactuamos. De esta manera, la IA se proyecta como un factor decisivo en la competitividad global.

Referente al mundo de la producción audiovisual, Hinojosa-Becerra et al (2024) menciona que la IA está revolucionando los procesos creativos, ya que, no solo ayuda a escribir guiones más rápido o a editar videos en la mitad de tiempo y con menos costos, también permite personalizar cada historia para que llegue justo a la audiencia que se necesita con el mensaje adecuado. Lo que resulta especialmente valioso para estudiantes de comunicación que buscan innovar en sus proyectos académicos y profesionales. En pocas palabras, hoy la IA no es un extra, es el compañero de equipo que todo estudiante o profesional del audiovisual necesita para ir un paso adelante.

En el contexto peruano, Rivero (2024) señala que la IA se está implementando en la educación con el propósito de mejorar procesos de aprendizaje. Los estudiantes en la

actualidad ya no tienen la obligación de memorizar o seguir un patrón de aprendizaje como los demás; sino que puede personalizar su formación ajustándola a su ritmo, intereses y lo que quiere reforzar. La evolución educativa incluye y promueven las competencias digitales en los jóvenes para enfrentar desafíos del mundo laboral contemporáneo, de esta forma se derriban las barreras físicas o de enseñanza de antes. La IA, en este sentido, se convierte en un aliado pedagógico que fortalece la formación integral de los estudiantes y la aplicación de proyectos.

De manera complementaria, Heredia et al (2025) refiere que la acelerada incorporación de la inteligencia artificial en las universidades peruanas está provocando que los modelos pedagógicos tradicionales se vean desfasados y desafiados por las nuevas habilidades disruptivas, resolución de problemas y creatividad que se complementan con IA por parte de los estudiantes. Esto fortalece el área profesional en que se desarrollan y posiciona al Perú en un camino de modernización educativa que busca mantenerse al ritmo de las tendencias globales.

En el contexto local, en la región Tumbes se están dando los primeros pasos hacia la integración de la inteligencia artificial en proyectos de innovación tecnológica, emprendimientos y el sector educación. Aunque su adopción todavía se mantiene en una fase exploratoria, se observa un creciente interés en aprovechar estas herramientas para potenciar la producción audiovisual de los estudiantes universitarios de la especialidad de Ciencias de la comunicación. En este contexto, la IA aparece como un recurso estratégico que permite a los jóvenes comunicadores generar contenidos de mayor calidad técnica, más innovadores y con un alcance de audiencia más amplia.

La presencia de la inteligencia artificial en las industrias creativas ha provocado un replanteamiento de los procesos y la forma de producción de contenidos audiovisuales en todo el mundo. Herramientas como Sora, Descript y Adobe Sensei han permitido democratizar el acceso a recursos y espacios de trabajo avanzados que antes requerían más tiempo y complejidad, beneficiando especialmente a estudiantes especializados en las distintas áreas de la comunicación. Según Galarza-Ligña et al (2024) la IA representa una oportunidad para que los profesionales relacionados al mundo de las comunicaciones desarrollen competencias digitales más innovadoras y útiles al mercado global fusionando la creatividad con los avances tecnológicos.

En este contexto, varios investigadores manifiestan su preocupación sobre los riesgos que entraña la automatización excesiva en los procesos creativos audiovisuales. Cortés et al (2024) advierten que, aunque la IA potencia la productividad reduciendo costos y tiempo, subrayan que es necesario una formación profundamente crítica al ejecutar estas operaciones de software para obtener un resultado diferenciador. Monzó (2024) destaca que la IA está transformando no solo el ámbito educativo dentro de las aulas, sino también la forma en que los estudiantes producen y distribuyen contenidos en el espacio digital creando una comunidad. En consecuencia, el desafío actual desde la educación consiste en lograr que la tecnología actué como amplificador de la creatividad y no como sustituto de la misma.

No obstante, este avance también plantea retos éticos y pedagógicos. Según Ferrucci (como se cita en FayerWayer, 2023), la inteligencia artificial puede canalizar y guiar la creatividad humana para obtener mejores resultados al obtener respuestas innovadoras que ayudan a tomar caminos diferentes en las decisiones que se luego se materializaran. Pero también puede encasillar los resultados en patrones recurrentes, reduciendo la originalidad del propósito inicial. Este doble filo abre un debate necesario en el ámbito académico que trasciende lo meramente técnico y nos obliga a repensar los objetivos formativos de las carreras de comunicación en la era de la inteligencia artificial generativa.

De acuerdo con los datos del informe Global AI Student Survey, recogidos y analizados por Bossio (2024), un rotundo 86 % de los estudiantes de educación superior a nivel mundial ya incorpora de manera habitual herramientas de inteligencia artificial generativa en su aprendizaje académico, pero por otro lado demandan mayor capacitación e incorporación de IA en sus universidades, marcando una tendencia global en la actualización de programas formativos que exige habilidades tecnológicas y críticas para el uso de estas herramientas.

Por su parte, la Universidad Pontificia Bolivariana pone de relieve que la incorporación de la inteligencia artificial en el sector audiovisual no solo eleva los estándares de eficiencia operativa y permite una personalización mucho más precisa de los contenidos dirigidos a audiencias específicas, sino que, al mismo tiempo impone

nuevas exigencias competenciales. Esta evolución demanda que las instituciones educativas adapten sus planes formativos para preparar a los estudiantes de manera integral ante un entorno profesional cada vez más automatizado.

El debate sobre creatividad publicitaria y automatización tecnológica ya se ha instalado en el ámbito académico peruano. Aunque el empleo de inteligencia artificial en la educación superior muestra una curva ascendente sostenida, su avance continúa condicionado por restricciones estructurales de carácter económico, institucional e infraestructura. Ramos et al (2025) constatan que la introducción de herramientas de IA ha elevado de manera objetiva la calidad técnica y estética de los productos elaborados por los estudiantes, especialmente en áreas como publicidad, diseño y producción audiovisual. A pesar del interés creciente, muchas universidades aún no cuentan con políticas y metodologías claras para integrar estas herramientas en sus programas académicos.

Ramos et al (2024) han constatado, a partir de un estudio realizado con estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Altiplano, que el dominio de la inteligencia artificial entre este colectivo es marcadamente heterogéneo, ya que, mientras algunos alumnos manejan con seguridad herramientas generativas y de edición automatizada, otros presentan conocimientos apenas incipientes o directamente nulos. Esta disparidad refleja una falta de estandarización en la enseñanza de competencias digitales en el país.

El Ministerio de Educación del Perú ha posicionado la inteligencia artificial y las tecnologías accesibles como ejes estratégicos de su acción institucional, como parte del Plan Nacional de Transformación Digital (Ministerio de Educación, 2025). Se han destinado más de 45 millones de soles para asistencia técnica y modernización tecnológica. Entre las iniciativas emblemáticas destaca el programa Aula Móvil con el apoyo de la empresa Huawei, concebido como un aula itinerante equipada con recursos digitales de última generación que recorre zonas rurales y de difícil acceso con el propósito de garantizar formación en competencias tecnológicas y en el uso creativo de la IA. Con ello, el Estado peruano no solo busca reducir la brecha digital

histórica que afecta a las regiones más alejadas, sino también sentar las bases para que la creación de contenidos educativos innovadores y culturales.

En el ámbito local, la Universidad Nacional de Tumbes ha comenzado a registrar trabajos de titulación que abordan la inteligencia artificial en prácticas comunicacionales y académicas. Sin embargo, es necesario que se generen más investigaciones en este campo de la inteligencia artificial, que permita conocer y analizar las oportunidades que ofrece esta tecnología en los diferentes contextos de proyectos profesionales y procesos creativos. Podemos mencionar la tesis de Rios (2025) en su investigación "Estilos gráficos generados mediante inteligencia artificial en los contenidos en Facebook por Dircetur, Tumbes 2024". El estudio evalúa el impacto estético y comunicacional de materiales visuales como el grado de innovación que supone la aplicación institucional de tecnologías de inteligencia artificial en el diseño gráfico.

En Tumbes, el uso de inteligencia artificial en la producción audiovisual por parte de estudiantes de Ciencias de la Comunicación es aún incipiente. Las universidades de la zona enfrentan obstáculos estructurales de peso, entre los que destacan la insuficiencia de infraestructura tecnológica adecuada (equipos, conectividad estable y licencias de software actualizadas) y, sobre todo, una capacitación docente aún no tan avanzada en el manejo pedagógico y técnico de estas herramientas. Ramos et al (2024) evidencian que, en regiones como Puno, comparable en ciertos aspectos a Tumbes. Los niveles de conocimiento sobre inteligencia artificial son bajos, lo que demanda una intervención educativa que transforme tanto la enseñanza como la aplicación de estas herramientas.

La Universidad Pontificia Bolivariana (2024) sostiene que el aprovechamiento efectivo de la inteligencia artificial en la realización de proyectos audiovisuales exige a los estudiantes el dominio simultáneo de dos tipos de competencias que rara vez se cultivan de manera integrada en los contextos educativos locales; por un lado, habilidades técnicas avanzadas para operar, configurar y optimizar herramientas de IA generativa y, por otro, una capacidad creativa crítica que permita dirigir, cuestionar y enriquecer los resultados automatizados en lugar de aceptarlos pasivamente.

Además, Tumbes presenta una intensa dinámica intercultural, un notable tejido de emprendimiento juvenil, una economía marcada por el comercio transfronterizo y el turismo en este escenario se hace propicio que las producciones de contenidos audiovisuales estén apoyadas en inteligencia artificial con un papel transformador para la creación. En este contexto, piezas publicitarias, promocionales o de marca personal generadas con herramientas de IA podrían convertirse en un instrumento poderoso para visibilizar productos locales, fortalecer la identidad regional y competir en mercados digitales cada vez más saturados.

Por lo tanto, frente a la descripción de la situación problemática de la presente investigación, donde se han expuesto los diferentes escenarios del comportamiento de la variable de estudio y su relación, se formula la interrogante de investigación:

¿Cuál es el nivel de relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES), en el año 2025?

La presente investigación contribuye al desarrollo teórico del campo de la comunicación al explorar la relación entre inteligencia artificial y la producción audiovisual en contextos universitarios. Al centrarse en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, se busca enriquecer el conocimiento sobre cómo las nuevas tecnologías están transformando los procesos creativos y narrativos. El estudio permitirá identificar patrones de uso, niveles de apropiación y posibles modelos de integración de la IA en la formación profesional, contribuyendo así a la actualización de marcos conceptuales en educación mediática y comunicación digital. Además, puede servir de base para futuras investigaciones que profundicen en el impacto de la IA en otras áreas de la comunicación, como el periodismo, la publicidad o la narrativa de medios digitales.

Desde una perspectiva práctica, esta investigación ofrece información enriquecedora para docentes y estudiantes sobre el uso real de herramientas de inteligencia artificial en la producción audiovisual. Los resultados permitirán tener decisiones informadas sobre la incorporación de tecnologías emergentes en el aula, optimizar tiempo, recursos y diseñar estrategias pedagógicas más efectivas. Además, se podrán identificar brechas de conocimiento o acceso que requieren intervención, promoviendo

una formación más alineada con las exigencias del mercado laboral contemporáneo. Este estudio también puede orientar el diseño de capacitaciones específicas para docentes y estudiantes, fortaleciendo el ecosistema educativo en torno a la innovación tecnológica de la IA.

Asimismo, de forma metodológica el estudio se justifica por su enfoque cuantitativo y descriptivo, que permite obtener datos claros sobre cuál es la relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en un grupo específico de estudiantes. Esta elección metodológica facilita la sistematización de información, descripción del fenómeno de estudio y la generación de indicadores útiles para futuras investigaciones en esta área. Al centrarse en estas variables de estudio, se garantiza un adecuado análisis y precisión de resultados, lo que fortalece la validez interna de la investigación y su aplicabilidad en contextos similares. Además, el diseño metodológico puede ser replicado en universidades de otras regiones, lo que amplía su utilidad como modelo de investigación.

Socialmente, esta investigación pretende contribuir al cierre de brechas tecnológicas en regiones como Tumbes, donde el acceso y uso de herramientas digitales aún es limitado. Al destacar el nivel de uso de la inteligencia artificial y su relación con la producción audiovisual en estudiantes de comunicación, se promueve una reflexión sobre las necesidades educativas actuales y la revisión de políticas públicas que fomenten la inclusión inteligencia artificial. Asimismo, se reconoce el papel de los jóvenes como agentes de cambio en la transformación digital de la comunidad donde pertenecen, fortaleciendo su protagonismo en la construcción de una sociedad más innovadora y participativa. Este aporte social también puede incentivar acuerdos entre universidades, gobiernos locales y empresas tecnológicas para mejorar el acceso y la formación en IA.

El objetivo general de la presente investigación es determinar el nivel de relación de las variables inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025. En ese sentido, se plantean como objetivos específicos, en primer lugar, evaluar el nivel de relación entre la variable inteligencia artificial y la calidad narrativa de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Asimismo, se busca establecer el nivel

de relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad técnica de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. De igual manera, se propone examinar la relación entre la inteligencia artificial y la dimensión estética de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Finalmente, se pretende establecer el nivel de correlación de las variables inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación; según prueba de hipótesis.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

La inteligencia artificial en la producción audiovisual. La inteligencia artificial (IA) se posiciona como un elemento central en la creación audiovisual, al modificar de forma sustancial prácticas tradicionales como el montaje, redacción de guiones, generación de efectos visuales y síntesis vocal. En este sentido, Uddin (2021) destaca que la presencia de la IA posibilita una automatización más profunda dentro de la industria cinematográfica, lo que se traduce en una importante reducción de costes operativos y aceleración significativa de los plazos de postproducción del producto.

En el plano internacional. Según Moya (2023), en su investigación “La inteligencia artificial en la industria audiovisual de la animación docuficción”. (Trabajo de pregrado) Universidad Nacional de Cuyo, Argentina. Examina la irrupción de la inteligencia artificial en la producción de animación docuficcional. Tiene un enfoque cualitativo y diseño no experimental, basado en creación teórica y práctica con un objeto de creación audiovisual. El instrumento fue un objeto de creación (producción animada) más el análisis reflexivo del autor sobre su propio proceso. Los resultados indican que la IA contribuye de forma notable a incrementar la precisión técnica, acelerar los tiempos de producción y reducir sustancialmente los costos, todo ello sin reducir la calidad artística final. Sin embargo, el verdadero valor de estas herramientas radica en su carácter asistido como extensión de la intención creativa del autor. De este modo, la investigación propone una postura equilibrada que reconoce el potencial transformador de la IA y la sensibilidad humana en el acto creativo.

Además, la investigación de Civit y Cuadrado (2024), es su estudio titulado “Diseño de sonido para producciones audiovisuales e historias sonoras en el aula. Hacia una docencia creativa mediante el uso de herramientas inteligentes”. (Investigación de postgrado) Universidad Loyola, España. Este estudio investiga cómo integrar herramientas inteligentes (IA) en la enseñanza del diseño de sonido en producciones audiovisuales. Tiene un enfoque cualitativo, diseño descriptivo y de estudio de caso. Los autores analizan y comparan proyectos estudiantiles mediante la observación reflexiva y el examen detallado de las piezas producidas. Los hallazgos revelan que la integración de IA reduce las barreras técnicas especialmente para quienes carecen de formación previa en sonido y amplía el margen de libertad creativa. En síntesis, el

estudio demuestra que la IA puede actuar como un aliado que enriquece la experiencia formativa y eleva la calidad de los resultados sonoros alcanzados en el aula.

De igual forma, García (2024), en su tesis de licenciatura (pregrado) “Uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos por parte de los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación”. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, utiliza un enfoque mixto con un diseño no experimental. Se aplicaron encuestas a estudiantes de comunicación de dos universidades y entrevistas semiestructuradas a cinco docentes y especialistas. El objetivo fue explorar cómo los estudiantes usan herramientas de IA como ChatGPT y Canva para producir contenido. Los resultados muestran que estas herramientas agilizan tareas, generan ideas iniciales y personalizan materiales de aprendizaje, lo que se traduce en una mejora perceptible del rendimiento académico. Sin embargo, el autor advierte sobre el riesgo de una dependencia excesiva que podría mermar el desarrollo de competencias autónomas.

En el contexto nacional Cano (2024), en su investigación “Uso de la inteligencia artificial en los egresados de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno”. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional del Altiplano, Perú. Enfoque cuantitativo de diseño no experimental. Se aplicaron encuestas estructuradas a 52 egresados para medir su conocimiento, uso y aplicaciones de IA en su campo laboral. El objetivo fue evaluar el uso de la IA en prácticas profesionales de egresados universitarios. Los resultados muestran que una proporción de los egresados hace uso habitual de inteligencia artificial para agilizar tareas recurrentes (redacción de guiones, edición básica de imagen o video, generación de voz). No obstante, se identifica también una marcada dependencia tecnológica en algunos casos, así como un bajo nivel de formación formal y actualizada en estas herramientas.

Por otra parte, Álvarez (2025) en su investigación “Uso de la inteligencia artificial generativa para mejorar la producción oral de los estudiantes de un curso de inglés universitario de nivel A1”. (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. Estudio cuantitativo con diseño cuasi-experimental: se puso en práctica una propuesta de innovación docente con la herramienta de IA Alelo (avatares conversacionales) y la metodología Task Based Learning, y se validó con expertos. Los resultados muestran que, la interacción sostenida con avatares inteligentes

incrementa de manera considerable la fluidez, la precisión fonética y eleva la confianza de los estudiantes al practicar el idioma en un ambiente libre de juicio social. En resumen, el estudio demuestra que la IA conversacional es un recurso poderoso para superar las limitaciones tradicionales de la enseñanza de la producción oral en niveles iniciales entorno a un nuevo idioma.

De acuerdo con García (2023), en su investigación “Implementación de herramientas de inteligencia artificial para optimizar la producción de un proyecto transmedia en el curso de Taller de Televisión Interactiva”. (Tesis de posgrado) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Perú. Este estudio tiene un enfoque mixto con diseño aplicado no experimental. Se mostraron herramientas de IA como ChatGPT, entre otras, a estudiantes de televisión interactiva con sesiones de capacitación y luego se observó su proceso de producción transmedia. Se usaron entrevistas y observación de proyectos. Los hallazgos indican que, la integración temprana de IA en las fases de preproducción y producción permitió acelerar la generación de conceptos, la redacción de guiones y la estructuración narrativa. La asistencia inteligente les liberó de tareas mecánicas repetitivas y les brindó mayor margen para explorar propuestas arriesgadas y originales en los participantes.

En el contexto local encontramos a Bayona y Hidalgo (2024), en su investigación “Percepción sobre la comunicación audiovisual y divulgación científica de la UNTUMBES en estudiantes de Comunicación”. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional de Tumbes, Perú. Esta investigación tiene enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel descriptivo-correlacional. Se aplicó un cuestionario a 90 estudiantes de la carrera de Comunicación de la UNTUMBES para medir su percepción sobre la relación entre comunicación audiovisual y divulgación científica. Los resultados revelan una correlación positiva que indica que aquellos estudiantes que otorgan mayor valor a las competencias y prácticas audiovisuales también tienden a reconocer mayor relevancia a la divulgación. No obstante, aún no se ha consolidado una valoración plenamente alta sobre el potencial estratégico de esta articulación en el contexto formativo y profesional.

Asimismo, Moncada (2024), en su investigación “Análisis de la narrativa audiovisual de los contenidos del programa “Aprendo en Casa” (área comunicación secundaria, 2022)”. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional de Tumbes, Perú. Tesis de enfoque cualitativo, con diseño no experimental mediante análisis de caso. El instrumento fue

una ficha de observación para examinar morfología y semántica de los videos del programa educativo “Aprendo en Casa”. El objetivo fue analizar cómo está construida la narrativa audiovisual para facilitar el aprendizaje. Los resultados muestran que la construcción narrativa del programa resulta eficaz para sostener la atención del alumnado en un contexto de enseñanza remota. La combinación de elementos sonoros y visuales se reflejan de forma coherente y funcional, mientras que los recursos morfológicos, sintácticos y semánticos están seleccionados y articulados con el propósito de facilitar la comprensión conceptual.

En el contexto académico, García et al (2024) manifiestan que los estudiantes de ciencias de la comunicación incorporan de manera espontánea y articulada diversas herramientas de inteligencia artificial en sus procesos creativos; incluso cuando carecen de una capacitación específica al respecto, buscan formación autodidacta en estas materias; este fenómeno pone de manifiesto una apropiación práctica y creciente de dichas tecnologías en entornos universitarios. Además, Garrón (2020) sostiene que la IA en la producción audiovisual académica no solo hace el trabajo más eficiente, sino que también potencia la creatividad del estudiante, permitiéndoles materializar ideas y prototipos audiovisuales con una rapidez antes inimaginable.

Sin embargo, esta integración no está desprovista de ser un proceso perfecto y sin conflictos: la IA desafía conceptos de autoría, ya que algunas herramientas podrían desplazar la intervención humana en ciertos procesos creativos, generando así serias disputas tanto de orden ético como estético. En ese sentido, la IA no solo es una herramienta tecnológica, sino un elemento con repercusiones socioculturales que debe analizarse al detalle.

Usos y aplicaciones de la IA en la producción audiovisual. Las posibilidades que presenta la inteligencia artificial en el campo de la producción audiovisual son diversas al desarrollar un proyecto creativo. Durante la preproducción, por ejemplo, se pueden elaborar guiones bien estructurados, al proponer ideas originales con las indicaciones adecuadas, diálogos preliminares o esquemas argumentales que sirven de punto de partida en la creación humana asistida.

En la etapa de producción, los avances en redes neuronales y modelos generativos permiten crear imágenes sintéticas, animaciones complejas, entornos virtuales o incluso personajes digitales con un nivel de realismo notable que no permite

diferenciar a simple vista con lo no generado por sistemas de inteligencia artificial y a un costo menor del previsto a la manera tradicional.

En postproducción, la IA se ha incorporado de manera creciente en tareas como el montaje automático, la corrección y gradación de color con el objetivo de transmitir emociones de acuerdo a la narrativa que se persigue. La sugerencia inteligente de cortes a partir del análisis del metraje, la generación de efectos visuales avanzados y la síntesis de voces para doblaje o locuciones, que antes requerían grandes estudios de producción ahora se ven simplificados en eficiencia y calidad. Investigaciones realizadas en el sector creativo confirman que estas tecnologías no solo automatizan procesos repetitivos, sino que también optimizan los flujos de trabajo a gran escala al ofrecer recomendaciones contextualizadas que enriquecen las decisiones de los profesionales.

El papel del comunicador en el uso de la IA. En la actualidad, el rol del comunicador ya no solo se centra en brindar información con las herramientas tradicionales o convencionales, sino que se transforma de forma compleja en ser un mediador entre el uso de la tecnología y su audiencia. Al comprender el potencial de la inteligencia artificial para transmitir un mensaje de forma creativa, pero con una visión crítica sobre la autoría de los elementos que utiliza, los deberes éticos y la calidad de su información.

Según Garrón (2024), integrar IA en la formación académica de los comunicadores puede acelerar el aprendizaje técnico de herramientas más avanzadas, no solo de producción creativa, sino también de verificación de información. En este sentido, el comunicador debe conservar su capacidad crítica y la capacidad de tomar decisiones creativas para no depender completamente de la automatización. Este rol técnico, creativo y ético es clave para que la IA sea una aliada y no una amenaza para la profesión. Además, los comunicadores deben asumir responsabilidades éticas, por ejemplo, supervisar que la IA no perpetúe sesgos, garantizar transparencia en su uso y preservar la autenticidad de las producciones audiovisuales.

Impacto de la IA en la formación profesional. La inteligencia artificial en medios audiovisuales puede facilitar el acceso a la creación de contenido, democratizando las herramientas que antes requerían altos recursos técnicos y económicos que solo grandes estudios se podían permitir. Por otro lado, plantea desafíos sociales como la

desinformación a través de la suplantación de identidades, derechos de autor y dependencia tecnológica. En el ámbito educativo, los estudiantes pueden experimentar con herramientas avanzadas incluyéndolas en sus proyectos, acelerar su proceso de aprendizaje y producir materiales audiovisuales de calidad con menos recursos. Pero también existe el riesgo de una dependencia excesiva; si los estudiantes usan la IA sin una formación crítica, pueden perder parte de la reflexión creativa o la capacidad de resolver problemas por sí mismos.

La inteligencia artificial se ha convertido en un recurso habitual dentro de los proyectos universitarios, especialmente en aquellos vinculados a la creación de contenidos audiovisuales. En términos generales, como indica Morales (2024) la IA puede entenderse como un conjunto sistemático capaz de ejecutar tareas que tradicionalmente dependían de la intervención humana, como el análisis de textos, la generación de contenido o la automatización de procesos. Su presencia en la creación de materiales audiovisuales ha generado un amplio debate, pues abre oportunidades valiosas para los estudiantes, pero también introduce desafíos éticos, técnicos, formativos que deben ser analizados en sus riesgos y ventajas.

Beneficios del uso de inteligencia artificial en la producción audiovisual. El uso de herramientas basadas en IA ofrece ventajas significativas para los estudiantes que elaboran materiales de video, audio o imagen en sus proyectos, por ejemplo, su uso optimiza el tiempo y es proceso es más eficiente. Tareas que antes exigían conocimientos avanzados como la edición detallada, la corrección de color, la creación de efectos o la generación de narraciones ahora pueden resolverse en minutos gracias a asistentes automatizados que entienden las indicaciones del operador.

Otro aporte importante es la democratización del acceso a recursos de calidad. Las tecnologías de IA han permitido que estudiantes con equipos básicos o conectividad limitada puedan producir materiales audiovisuales con una calidad que antes solo estaba reservada a grandes estudios con software costoso. Esta igualdad de condiciones favorece que el resultado final dependa más de la creatividad y el compromiso del estudiante que de sus posibilidades económicas o del lugar donde desarrolla sus actividades académicas.

Asimismo, la IA se ha convertido en un impulsador para la creatividad. Herramientas capaces de sugerir guiones preliminares, estilos visuales o estructuras narrativas

pueden aportar una mejor experiencia y resolver bloqueos creativos. En diversos contextos educativos se ha observado que estos apoyos tecnológicos pueden abrir horizontes estéticos o narrativos desde el punto de partida de la asistencia de la IA.

Finalmente, la IA también interviene en etapas posteriores a la elaboración del video. Algunas plataformas permiten recibir retroalimentación inmediata del público y ajustar el contenido en función de las reacciones observadas: modificar tonos de voz, reorganizar secuencias, incluir nuevos personajes o resaltar fragmentos clave. La edición desde un entorno participativo mejora la didáctica del material elaborado desde el aula hacia las audiencias.

Riesgos asociados al uso de inteligencia artificial en la producción audiovisual. A pesar de sus aportes, la incorporación de la IA también implica riesgos que deben considerarse de forma analítica. Uno de ellos es la posible pérdida de autenticidad en las producciones al mezclar tanto elementos propios como otros ya generados. Como identificar que parte del trabajo creativo es automatizado, los videos pueden presentar una estética uniforme o impersonal, lo que genera la sensación de una obra sin la identidad propia del autor. Esta homogeneización puede menoscabar el valor formativo del proceso creativo, que requiere justamente la expresión individual, el estilo propio y la toma de decisiones conscientes.

Otro riesgo es la dependencia excesiva de la tecnología. Si los estudiantes se acostumbran a delegar gran parte de sus procesos técnicos y creativos en sistemas automatizados, pueden ver limitada su capacidad para resolver problemas al no desarrollar su sentido crítico y de autonomía, improvisar ante fallas o dominar competencias técnicas fundamentales dentro del campo audiovisual que requieren formación y juicio para operar estás herramientas de forma original.

A ello se suman desafíos éticos y legales que aún se encuentran en discusión sobre su implicancia de sus límites en la libertad de creación. Los sistemas de IA pueden reproducir sesgos presentes en los datos con los que originalmente encontraron la información, lo que implica riesgos de perpetuar estereotipos culturales, de género, de origen étnico o ideología política. Además, no siempre está claro quién posee los derechos de autor cuando se utilizan voces modificadas o generadas a través de algoritmos.

Finalmente, no debe ignorarse el uso potencialmente malintencionado de estas tecnologías. La misma capacidad que permite elaborar videos educativos de calidad puede utilizarse para crear contenidos engañosos o manipulados que afecten la integridad de individuos o grupos sociales. Aunque en teoría el acceso a la IA es cada vez más amplio y libre, existen todavía brechas importantes: quienes cuentan con versiones sujetas a membrecías de pago o mejores equipos obtienen ventajas importantes, lo que podría profundizar desigualdades preexistentes.

Aspectos de la IA en la producción audiovisual. La producción audiovisual puede analizar a partir de diversos aspectos que permiten comprender su alcance técnico, creativo, formativo, ético, social y económico. Desde el enfoque tecnológico, la IA se incorpora en flujos de trabajo donde automatiza procesos, reduce tiempos de edición y mejora la calidad técnica de los contenidos. Sánchez y Contreras (2023) manifiestan que las herramientas de inteligencia artificial evolucionan de forma directa las fases de captura, edición y posproducción, generando una nueva estructura de trabajo audiovisual donde se complementa lo práctico con lo asistido. Estas mejoras no solo optimizan la producción, sino que redefinen los roles técnicos y profesionales dentro del proceso comunicativo.

Desde un aspecto creativo, la inteligencia artificial funciona como un soporte para la creación de ideas, guiones, imágenes y soluciones narrativas donde el productor necesita inspiración y asistencia técnica. Según Sánchez y Contreras (2023) la IA incrementa las posibilidades expresivas de los creadores al articular varias herramientas tecnológicas, permitiendo experimentar con estilos, formatos visuales y recursos estéticos que antes requerían mayores recursos técnicos y dinero. Esta dimensión destaca el uso de algoritmos e indicadores de texto para la generación de contenido, lo que abre paso a una creatividad asistida donde el estudiante no reemplaza su sensibilidad artística, sino que la potencia mediante tecnología.

En el contexto educativo, la inteligencia artificial adquiere un rol crucial en la formación de nuevos comunicadores, especialmente dentro de instituciones universitarias. Cabero y Llorente (2022) manifiestan que la IA contribuye a desarrollar competencias digitales que favorecen el aprendizaje práctico, autónomo y adaptativo aplicado a su especialidad por medio de la planificación, producción y evaluación de productos audiovisuales con fines informativos.

Desde una mirada ética, se relaciona con los dilemas que emergen al utilizar la inteligencia artificial, especialmente en términos de autoría y transparencia. Floridi (2023) indica que toda aplicación de IA debe considerar responsabilidad y claridad en los procesos de creación de contenido, debido a que la tecnología puede producir obras indistinguibles de las humanas que difícilmente se pueden juzgar con utilizar solamente la observación. Esto implica que los comunicadores tienen el deber de identificar cuándo un material fue asistido o generado por IA, haciendo uso en contraparte de otras herramientas de verificación avanzadas, preservando la integridad del discurso audiovisual y los derechos creativos.

Asimismo, desde el impacto social, la inteligencia artificial promueve nuevas interacciones que influyen significativamente en la relación entre productores y audiencias. Rogers (2022) explica que la adopción de tecnologías emergentes produce cambios en la percepción y circulación de contenidos; esto significa en cómo la audiencia interpreta el valor de la información y la forma de consumirla, generando nuevas dinámicas culturales y mediáticas.

En el contexto económico, la IA facilita que cualquier persona pueda desarrollar un producto audiovisual al reducir costos, automatizar tareas y democratizar el acceso a herramientas avanzadas. Navas y García (2024) destacan que la IA permite que creadores con recursos limitados puedan producir materiales de alta calidad sin la necesidad de depender de una formación compleja o personal altamente especializado y disminuyendo la dependencia de equipos costosos. De esta forma, la tecnología se convierte en un motor de independencia económica, accesibilidad y expansión de nuevos modelos de producción audiovisual.

Dimensiones para evaluar el uso de IA en procesos audiovisuales. Uso de la IA en la preproducción Wang et al (2025) indica que los sistemas de agentes colaborativos con IA puede organizar de forma más eficiente las distintas etapas de preproducción (ideación, guion, diseño, storyboard). Esta dimensión se refiere a la intervención de la inteligencia artificial en las fases iniciales de un proyecto audiovisual: generación de ideas, guionización, estructuración narrativa, elaboración de storyboards, planificación de escenas, selección de recursos, presupuesto, casting, entre otros. Este soporte temprano permite que los autores visualicen su idea con antelación, reduzcan costos en términos de ensayo o error, y se enfoquen más al concepto central del proyecto.

El uso de la IA en la producción se entiende en términos de rodaje y generación de contenido: filmación, captura de movimiento, generación de animaciones, decisiones en cámara, efectos en tiempo real y entornos virtuales. Sun (2024) en su estudio sobre IA en la producción cinematográfica menciona que la IA contribuye a mejorar la eficiencia y reducir costos en la producción de filmes a pequeña y gran escala. Aquí la IA sin necesitar un costoso presupuesto puede permitir realizar escenas complejas, generar contenido de forma rápida, mejorar la experiencia creativa y colaborar remotamente

En la postproducción la IA se centra en las operaciones posteriores al rodaje o generación: edición de vídeo, corrección de color, montaje, generación de metadata, edición de audio, composición, efectos visuales, animaciones, sincronización audiovisual, subtítulos automáticos, entre otros. Jironza (2024) indica que el apoyo de herramientas de IA en la producción audiovisual presenta oportunidades y desafíos que requieren un criterio técnico, creativo y de consciencia. En este sentido la IA permite automatizar procesos técnicos habituales, reducir costos, y posibilitar la producción de contenidos con estándares técnicos elevados sin necesidad de un equipo profesional que cubra todas las especialidades del proyecto.

Integración de la IA en el producto final: En esta dimensión se evalúa cuán consciente, crítica y controlada es la inserción de IA en los resultados obtenidos de todo el proceso audiovisual. Xu (2025) menciona que la IA no solo se centra en realizar tareas técnicas o creativas, sino que debe haber una supervisión humana, ética, autoral con decisiones conscientes sobre cuándo y cómo usar la IA. Para mantener un equilibrio entre automatización y autonomía humana con juicio crítico. Es decir, hasta qué punto los creadores siguen siendo dueños del proceso, preservan la autenticidad y garantizan valores éticos o pedagógicos.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

Hipótesis de investigación

Hi: Existe una relación significativa entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES), en el año 2025.

Ho: No existe una relación significativa entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES), en el año 2025.

Definición conceptual

Variable 1: Inteligencia artificial. Según Guerrero-Solé (2022) la inteligencia artificial se presenta el conjunto de herramientas y aplicaciones digitales basadas en algoritmos que permiten automatizar, optimizar o asistir procesos creativos, técnicos y de gestión en la producción audiovisual con el propósito de construir el mensaje.

Variable 2: Producción audiovisual. Para Martínez y Fernández (2010) la producción audiovisual es el proceso creativo y técnico mediante el cual se elaboran productos audiovisuales, integrando aspectos narrativos, estéticos y técnicos para comunicar un mensaje mediante la planificación de etapas.

Definición operacional:

Variable 1: Inteligencia artificial. En el presente estudio la variable independiente se operacionaliza mediante el uso de herramientas de inteligencia artificial por parte de los estudiantes en las etapas de preproducción, producción y postproducción audiovisual, medido mediante un cuestionario en escala Likert.

Variable 2: Producción audiovisual. En el presente estudio la variable dependiente se operacionaliza mediante las dimensiones enfocadas a la calidad de la producción audiovisual desarrollada por los estudiantes, evaluado a partir de criterios narrativos, técnicos y estéticos mediante un cuestionario en escala Likert.

Operacionalización de las variables.

Tabla 1 *Matriz de operacionalización de las variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO	MEDICIÓN
INTELIGENCIA ARTIFICIAL	La variable independiente se operacionaliza mediante el uso de herramientas de inteligencia artificial por parte de los estudiantes en las etapas de preproducción, producción y postproducción audiovisual, medido mediante un cuestionario en escala Likert.	Uso de IA en la preproducción	- Planificación asistida por IA - Desarrollo de guion con IA	Cuestionario	Likert
		Uso de IA en la producción	- Asistencia técnica durante el rodaje - Automatización de procesos técnicos		
		Uso de IA en la postproducción	- Edición audiovisual con IA - Mejora de sonido y efectos visuales		
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	La variable dependiente se operacionaliza mediante las dimensiones enfocadas a la calidad de la producción audiovisual desarrollada por los estudiantes, evaluado a partir de criterios narrativos, técnicos y estéticos mediante un cuestionario en escala Likert.	Calidad narrativa	- Coherencia del mensaje - Creatividad y originalidad		
		Calidad técnica	- Calidad de imagen - Calidad de sonido		
		Calidad estética	- Edición y montaje - Presentación final		

Fuente: Elaboración propia.

Método. Para Ramos (2018) define que, los métodos de investigación son un conjunto de procedimientos lógicos que se adaptan a los diversos escenarios de estudio, por medio de los cuales se plantean problemas científicos. Asimismo, se ponen a prueba

los instrumentos de trabajo para dar respuesta al planteamiento de la investigación. Permitiendo el uso de los siguientes métodos:

Método Inductivo – Deductivo. De acuerdo con Vásquez (2017) en este tipo de método se empieza desde casos particulares para llegar a conocimientos generales, permitiendo en el transcurso la formación de hipótesis, indagación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede llegar a ser completa o incompleta dependiendo del investigador; este método científico se efectúa al recopilar diversos estudios desde el ámbito internacional, nacional y local, permitiendo comprender a través del razonamiento tanto general como particular el contexto de las variables.

Método Analítico – sintético. De acuerdo con Orellana (2020) este método de investigación consiste en la descomposición de un todo, separando en sus elementos o partes con el objetivo de observar las causas, la naturaleza y los efectos; se entiende como análisis a la observación de una realidad en particular, asimismo, es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. El método analítico utilizado en la revisión literaria permite analizar la información para descomponerla en sus partes del objeto de estudio, con el propósito de estudiar cada variable de forma más específica con sus respectivos indicadores y dimensiones.

Método Estadístico. De acuerdo con Rus (2021) explica que en este método existen fases como: recolección de datos, clasificación, síntesis, organización, análisis e interpretación, lo que permitirá propiciar mejores decisiones ante la incertidumbre, además, de facilitar su comprensión mediante la presentación ordenada de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación por medio de tablas y gráficos estadísticos.

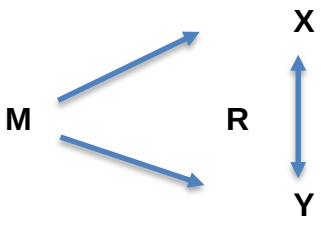
Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación. La presente investigación “Inteligencia artificial y producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025”, por su finalidad básica, de enfoque cuantitativo, de tipo de estudio descriptivo - correlacional. De acuerdo con Bisquerra (2014) la investigación es básica porque tiene como objetivo ampliar y generar más contenido científico del que existe, sin tener la necesidad de aplicarlo de forma inmediata. Es cuantitativa, según Mata (2019) porque

su base se encuentra en el positivismo, donde la relación entre el investigador y el fenómeno de estudio es controlada, midiendo objetivamente las variables de estudio a través del análisis estadístico; asimismo, para Hernández et al (2014), es de tipo descriptivo, debido a que se centra en especificar las características, propiedades y perfiles claves de fenómenos, personas o grupos; además, Arias y Covinos (2021) expresan que, las investigaciones correlacionales son de tipo no experimental donde se miden dos variables y se evalúa su relación mediante un análisis estadístico, se trata de medir asociaciones sin manipular variables ni establecer causalidad, y es útil para describir y predecir relaciones en contextos naturales.

Diseño de investigación. Estudio de diseño No experimental, de corte transversal y microsociológico. Según, Montano (2021) una investigación No experimental no manipula las variables de estudio, puesto que analiza el fenómeno mediante la observación o por la aplicación de un instrumento con el fin de recoger los datos en el lugar de estudio. Asimismo, es de corte transversal y microsociológico según Ayala (2021) los datos recopilados se analizan en un periodo específico sobre un subconjunto o una población muestral predefinidas.

Se representa con el siguiente esquema:



Donde:

M: Muestra de estudio.

X = V.I: Inteligencia artificial

Y = V.D: Producción audiovisual

R = Relación entre las dos variables

Población y muestra

Población. Según Westreicher (2020) refiere a la población como el conjunto o totalidad de elementos que se han delimitado y definido para la realización de la investigación, lo integran cada uno de los individuos asociados, debido a que comparten características comunes.

La población o totalidad de elementos a estudiar, sobre la cual se van a generalizar los resultados de la investigación, está conformada por 262 estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de acuerdo con la Secretaría Académica de la Facultad de Ciencias Sociales, UNTUMBES, tal como se especifica en el siguiente cuadro:

Tabla 2

Distribución de la población conformada estudiantes Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES, 2025

Escuela	N° total de matriculados
Educación primaria	45
Educación inicial	223
Psicología	301
Ciencias de la comunicación	262
Turismo	193
Total en Facultad	1024

Fuente: Elaboración propia.

Muestra

Muestra. Según Franco (2014) define a la muestra como el grupo de individuos o de elementos tomados de una población determinada, procura representar las propiedades de la totalidad del conjunto.

Muestreo intencional o de conveniencia. De acuerdo con Hernández y Carpio (2019) este método se caracteriza por conseguir muestras representativas cualitativamente con mucha dedicación. Es decir, cumplen con características de interés del investigador, asimismo, seleccionando de forma intencional a los individuos de la

población por la facilidad de acceso que se tiene o por medio de convocatorias abiertas, en el que las personas voluntariamente acuden para participar en el estudio, hasta poder llegar al número necesario para el estudio.

La muestra de estudio está constituida por los 41 estudiantes matriculados del VIII ciclo de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes; durante el año 2025, de acuerdo con la Secretaria Académica de la Universidad Nacional de Tumbes, tal como se especifica en el siguiente cuadro:

Tabla 3

Distribución de la muestra conformada por estudiantes Ciencias de la Comunicación del VIII ciclo de la UNTUMBES, 2025

Reporte de matriculados periodo 2025

Escuela de ciencias de la comunicación	N° total de matriculados
VIII ciclo de Ciencias de la comunicación	41

Fuente: Elaboración propia.

Criterios de Inclusión

- Estudiantes de la Universidad Nacional de Tumbes matriculados en la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en el año 2025.
- Estudiantes que hayan llevado un curso relacionado a la producción audiovisual como parte de sus actividades académicas.
- Estudiantes que utilicen o hayan utilizado herramientas relacionadas a la IA en alguna etapa del proceso audiovisual (preproducción, producción o postproducción).
- Estudiantes que acepten participar de manera voluntaria e informada
- Estudiantes que completen el cuestionario de manera íntegra y válida.

Criterios de Exclusión

- Estudiantes que no pertenezcan a la carrera de Ciencias de la Comunicación.

- Estudiantes que no tengan relación con el campo audiovisual durante su formación académica.
- Estudiantes que no acepten participar o que no otorguen consentimiento informado.
- Estudiantes que no estén matriculados en el periodo académico 2025.

Técnicas e instrumentos de investigación

Técnica. López-Roldán y Fachelli (2015) indican que la encuesta es una técnica de investigación que implica el uso de cuestionarios estandarizados para recolectar datos en forma cuantitativa y sistemática de una muestra representativa de una población con el fin de describir o relacionar características específicas de interés. Para este estudio se aplicó la técnica de la encuesta, lo que posibilitó una recolección de datos con el nivel de confidencialidad y objetividad que amerita la investigación.

Instrumento. El instrumento de recolección de datos para esta investigación fue el cuestionario, esta forma de aplicar este instrumento ayudó a que el investigador obtenga la información de manera objetiva y confiable, para su posterior análisis. Según Osorio (2001) expresa que, el cuestionario es un instrumento de investigación utilizado de modo preferente para la recolección de datos en el campo de las ciencias sociales, donde se presentaron una serie de interrogantes que trabajan en función a la variable o variables de estudio. El cuestionario para esta investigación se conforma por 36 ítems correspondientemente a la escala valorativa de Likert, la cual permite medir las opiniones y actitudes de un individuo, de tal forma que, se establece la sistematización en relación a las preguntas, indicadores, dimensiones y finalmente las variables de estudio.

Procedimiento de recolección de datos. La elaboración de un cuestionario forma parte del proceso de la obtención de datos, en este instrumento se precisan las dimensiones e indicadores para esta investigación. Asimismo, la muestra representativa conformada por los estudiantes del VIII ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, participaron del cuestionario a través de su aplicación de manera presencial, se realizó de forma anónima, por única vez y en un tiempo respuesta de 30 minutos; en este se instrumento se detalló la finalidad de su aplicación con el propósito que pueda ser desarrollado eficientemente. Los resultados que se obtuvieron tras su aplicación fueron trasladados a una matriz de datos para su

organización, asimismo, se hizo uso en el procesamiento de los datos del programa informático Excel 2019.

Métodos de análisis de los datos. Una vez obtenida la información por medio del cuestionario y organizada en la matriz de datos conforme a las dimensiones e indicadores planeados en la investigación, se utilizó el software Excel 2019 para someter los datos al tratamiento necesario con el fin de ordenarlos, asimismo, al conocer los resultados se procedió a convertirlos en figuras y tablas estadísticas que facilitaran una mejor comprensión e interpretación del comportamiento de las variables de estudio haciendo uso del método inductivo-deductivo.

Confiabilidad y validación del instrumento

Validación y confiabilidad del instrumento. Contreras (2015) refiere que, la validez y confiabilidad reflejan la manera en que el instrumento se adapta a los requerimientos de la investigación, permite obtener datos de forma exacta y objetiva. La validez se refiere a la capacidad del instrumento para cuantificar de manera adecuada y significativa cierta característica o evento para cuya medición ha sido diseñado. El instrumento de investigación que es el cuestionario fue validado y certificado mediante “el juicio de expertos” los cuales conforman tres profesionales del campo de la comunicación, con el fin de dar objetividad, validez y confiabilidad a los resultados que se obtuvieron del proceso de recolección y análisis de datos, para su posterior interpretación.

Asimismo, la confiabilidad del instrumento se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, con la finalidad de determinar la consistencia interna del cuestionario. Para ello, se realizó una prueba piloto, la cual fue aplicada a 21 estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, lo que representa aproximadamente el 51,2 % de la muestra total, conformada por 41 estudiantes.

El instrumento se conforma por 36 ítems y los datos obtenidos fueron procesados mediante el software estadístico SPSS. El análisis de confiabilidad arrojó un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,958, lo cual evidencia un nivel de confiabilidad muy alto. De acuerdo con los criterios metodológicos aceptados, valores superiores a 0,90 indican una excelente consistencia interna entre los ítems del instrumento.

Condiciones éticas de la investigación

La presente investigación se comprometió en garantizar los principios éticos vinculados a la seguridad y dignidad de todos los participantes involucrados. Con el objetivo de desarrollar este estudio de forma responsable, transparente y respetuosa sin vulnerar algún derecho que afecte su dignidad o integridad en el proceso.

Consentimiento voluntario: los participantes han tenido la libertad de aceptar o rechazar su inclusión en esta investigación de forma autónoma y libre de coerción académica, institucional o de los autores de la investigación. Esto implica que la participación de los estudiantes en el estudio se realizó por decisión personal y sin ningún tipo de chantaje o influencia externa que los condicione.

Consentimiento informado: en este sentido se asegura que los estudiantes comprendan los alcances de su participación en esta investigación, sus objetivos, procedimientos y características que la integran antes de decidir participar. Este proceso brindo información transparente, accesible y detallada sobre qué se observó, qué materiales se utilizaron y cuál es su resultado final.

Protección de datos y confidencialidad: toda información obtenida, incluyendo correos, nombres o respuestas individuales, fue tratada respetando su consentimiento informado para su posterior procesamiento de datos; además, se almacenó en espacios seguros, protegidos con acceso restringido, y utilizados únicamente con fines académicos.

Derecho a poner fin a la participación sin sufrir represalias: los participantes han tenido el derecho de retirarse de la investigación en cualquiera de las etapas del proceso, sin necesidad de explicar sus razones y sin que ello genere algún inconveniente. Este derecho implicó que la desvinculación del estudio no afectará sus calificaciones, actividades académicas o actitudes por parte de sus docentes.

Materiales

En el desarrollo de la investigación, se utilizó material de escritorio como; hojas bond para la impresión del formulario de la encuesta, lápices, borrador, entre otros. Además, equipo electrónico como; una laptop HP para realizar toda la elaboración del proyecto. Asimismo, se utilizó el software SPSS versión 25 y el programa Microsoft Excel 2019.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

Los resultados dentro del estudio de investigación son fundamentales e importantes, puesto que, otorgan congruencia y una visión clara para constatar con las teorías existentes. Por ello, se interpretan de una manera clara y ordenada en los cuadros y figuras.

Resultados de la variable 1: Inteligencia artificial

Tabla 1

Uso de IA en la preproducción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	21	51.2
Medio	20	48.8
Total	41	100.0

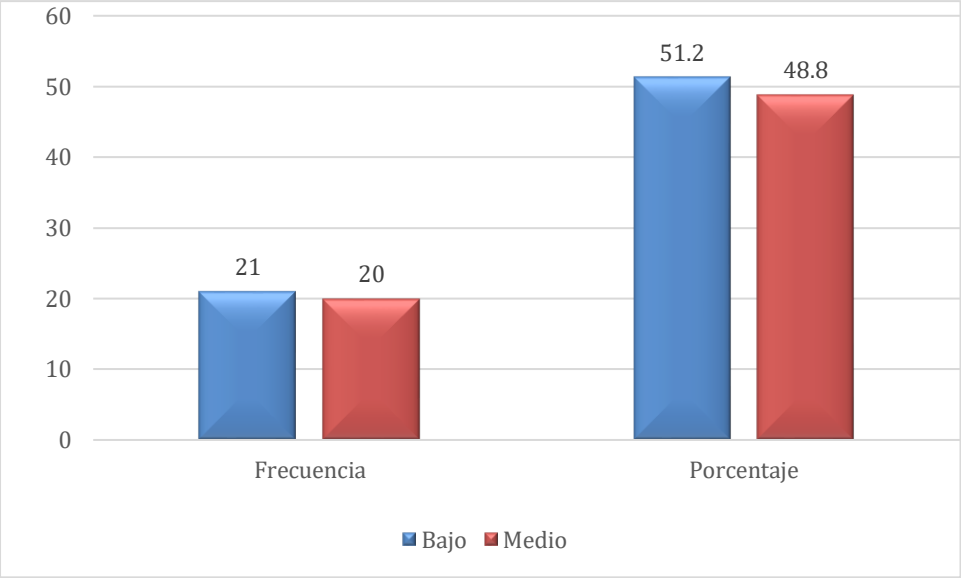
Nota: Elaboración propia

Interpretación

La mayoría de los estudiantes (51.2%) presenta un nivel bajo en el uso de herramientas de IA durante la fase de preproducción audiovisual, mientras que el 48.8% muestra un nivel medio. Esto indica que, aunque casi la mitad tiene cierto manejo de estas herramientas en etapas iniciales como la planificación y guionización, más de la mitad aún no las incorpora de forma significativa, reflejando una adopción incipiente o limitada en el inicio de sus proyectos creativos.

Figura 1

Uso de IA en la preproducción



Nota: Elaboración propia

Tabla 2

Uso de IA en la producción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	17.1
Medio	34	82.9
Total	41	100.0

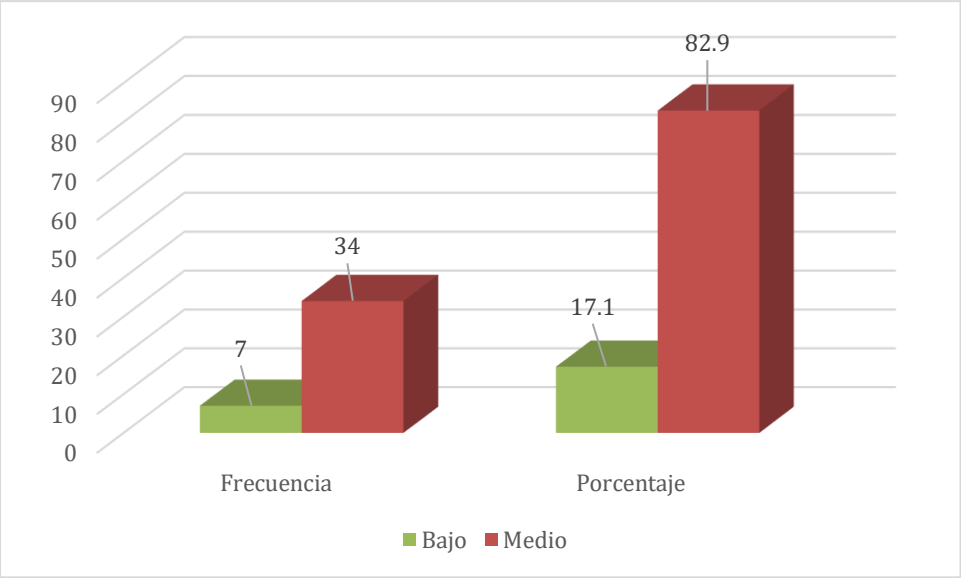
Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la etapa de producción, el 82.9% de los estudiantes se ubica en un nivel medio de uso de IA, contrastando con solo un 17.1% en nivel bajo. Esto sugiere que, durante la grabación y captura de material, los estudiantes tienden a emplear herramientas de IA con mayor frecuencia, posiblemente para asistencia técnica en iluminación, encuadre o sonido, lo cual refleja una apropiación más notable en esta fase operativa.

Figura 2

Uso de IA en la producción



Nota: Elaboración propia

Tabla 3

Uso de la en IA postproducción

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	17.1
Medio	34	82.9
Total	41	100.0

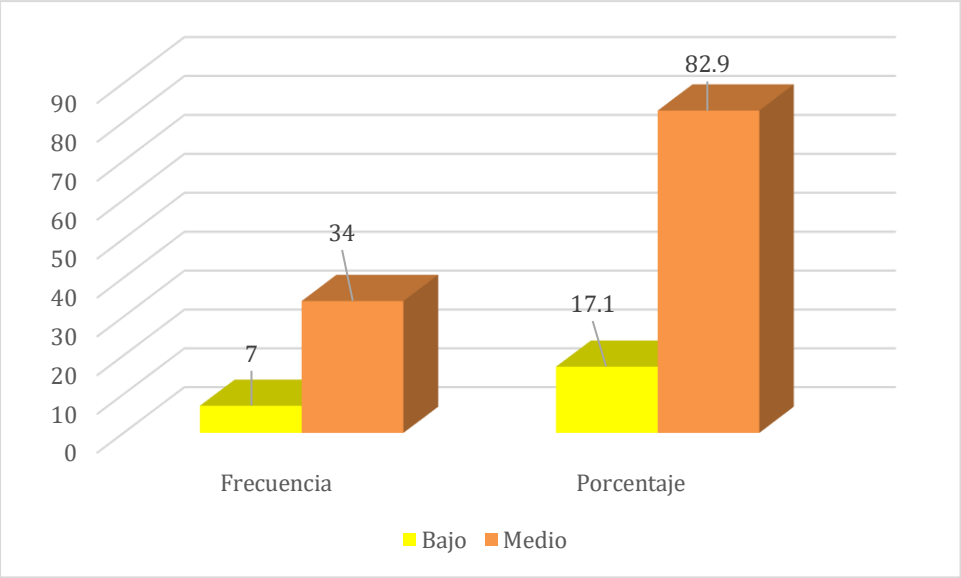
Nota: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados son idénticos a los de la producción: el 82.9% tiene un nivel medio y el 17.1% bajo. Esto evidencia que la IA es utilizada de manera moderada pero consistente en actividades de postproducción, como edición, mejora de sonido o efectos visuales, lo que refleja su valor percibido para optimizar y pulir el producto audiovisual final.

Figura 3

Uso de IA en la postproducción



Nota: Elaboración propia

Tabla 4

Consolidado de la variable inteligencia artificial

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	19.5
Medio	26	63.4
Alto	7	17.1
Total	41	100.0

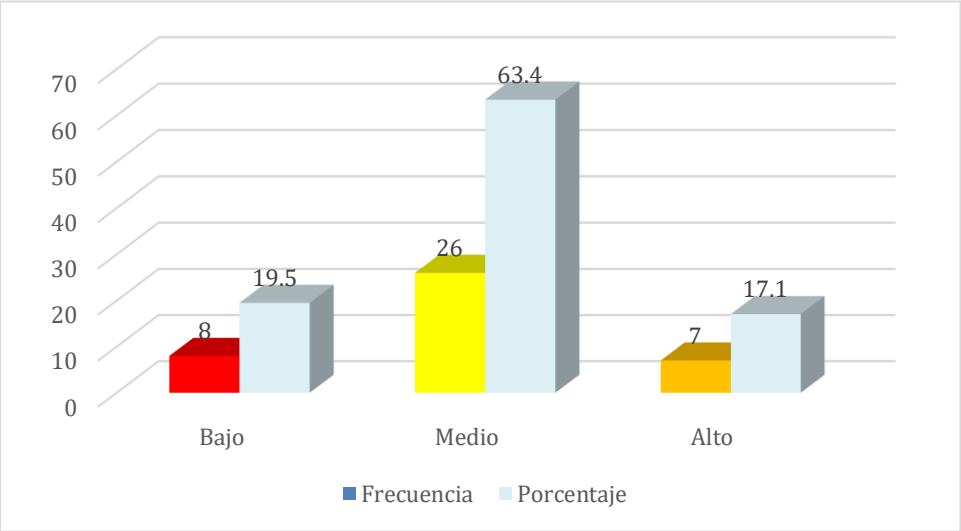
Nota: Elaboración propia

Interpretación

En el conjunto de las tres etapas, el 63.4% de los estudiantes presenta un nivel medio en el uso general de IA, seguido por un 19.5% en nivel bajo y un 17.1% en nivel alto. Esto indica que, si bien la mayoría hace un uso moderado de estas herramientas a lo largo del proceso audiovisual, aún son pocos los que alcanzan un dominio avanzado, y una minoría significativa permanece en etapas iniciales de adopción.

Figura 4

Consolidado de la variable inteligencia artificial



Nota: Elaboración propia

Resultados de la variable 2: Producción audiovisual

Tabla 5

Calidad narrativa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	13	31.7
Medio	22	53.7
Alto	6	14.6
Total	41	100.0

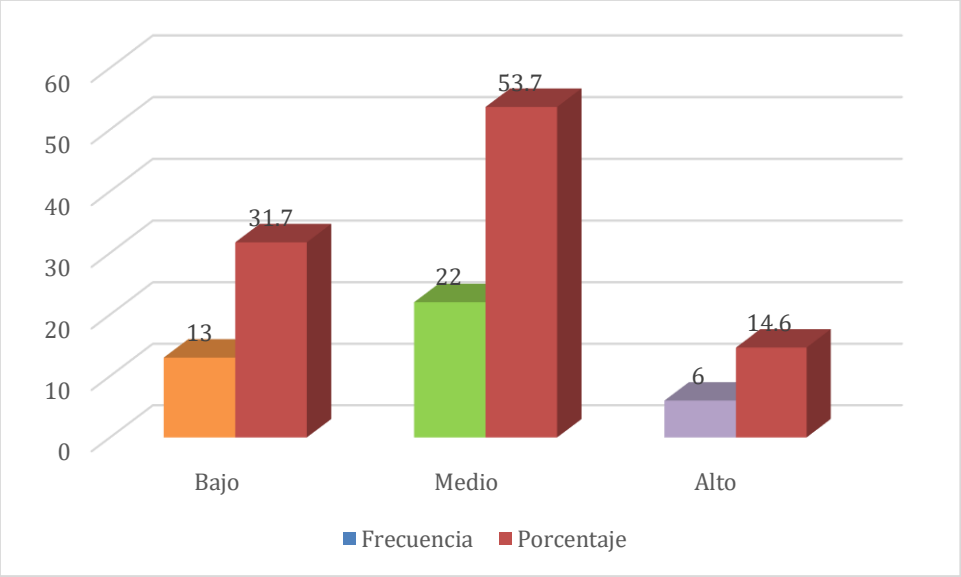
Nota: Elaboración propia

Interpretación

El 53.7% de los estudiantes evalúa la calidad narrativa de sus producciones asistidas por IA en un nivel medio, el 31.7% en nivel bajo y solo el 14.6% en nivel alto. Esto sugiere que, aunque la IA aporta cierta estructura y coherencia al mensaje, su impacto en la creatividad y originalidad narrativa es aún limitado para la mayoría, con pocos casos donde se logra una narrativa destacada.

Figura 5

Calidad narrativa



Nota: Elaboración propia

Tabla 6

Calidad técnica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	29.3
Medio	21	51.2
Alto	8	19.5
Total	41	100.0

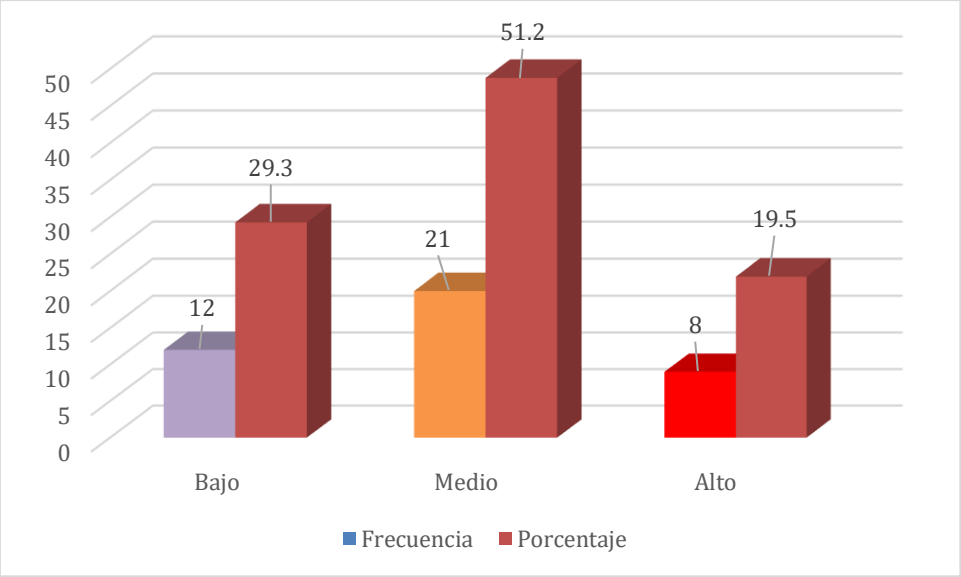
Nota: Elaboración propia

Interpretación

La calidad técnica se distribuye principalmente en nivel medio (51.2%), con un 29.3% en bajo y 19.5% en alto. Esto refleja que las herramientas de IA contribuyen a mejorar aspectos como imagen y sonido, pero no garantizan por sí solas un resultado técnico excelente; aún existe una proporción considerable de estudiantes cuyos productos no alcanzan estándares técnicos óptimos.

Figura 6

Calidad técnica



Nota: Elaboración propia

Tabla 7

Calidad estética

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	29.3
Medio	20	48.8
Alto	9	22.0
Total	41	100.0

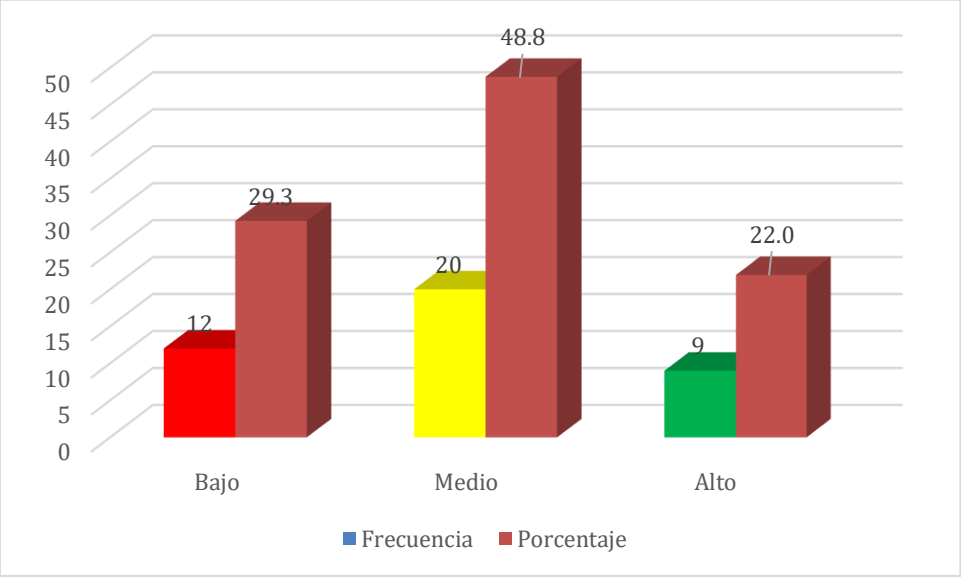
Nota: Elaboración propia

Interpretación

El 48.8% sitúa la calidad estética en nivel medio, el 29.3% en bajo y el 22.0% en alto. Esto indica que la IA ayuda a lograr una estética aceptable en términos de edición, montaje y presentación visual, pero su aporte a la excelencia estética es moderado, con cerca de un tercio de los estudiantes percibiendo resultados estéticos insuficientes.

Figura 7

Calidad estética



Nota: Elaboración propia

Tabla 8

Consolidado de la variable producción audiovisual

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	30	73.2
Medio	11	26.8
Total	41	100.0

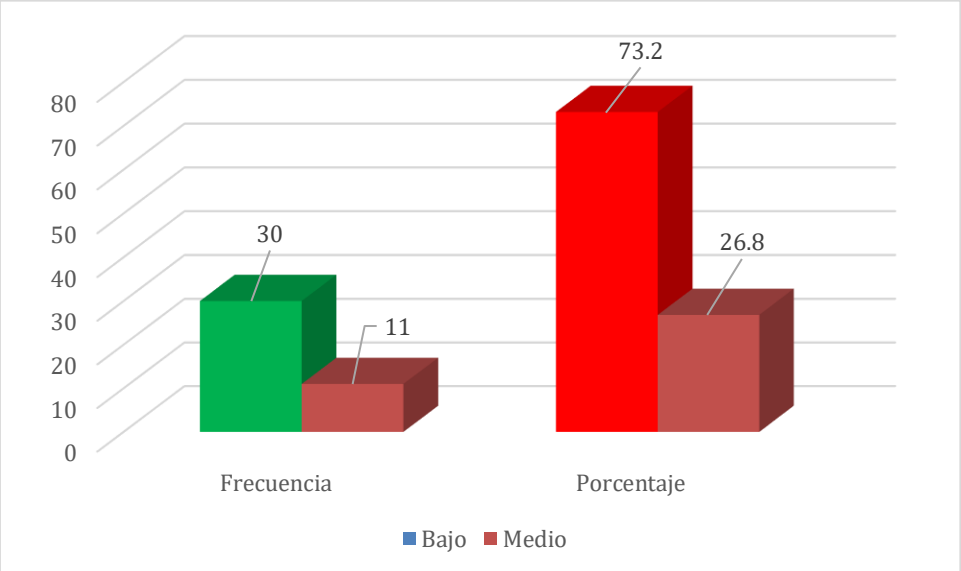
Nota: Elaboración propia

Interpretación

El 73.2% de los estudiantes considera que la producción audiovisual apoyada por IA se encuentra en un nivel bajo en conjunto, mientras que el 26.8% la ubica en nivel medio. Esto revela una percepción general de que el uso de IA no eleva sustancialmente la calidad global de sus producciones, posiblemente debido a limitaciones en la integración efectiva de las herramientas o a brechas en su aplicación creativa y técnica.

Figura 8

Consolidado de la variable producción audiovisual



Nota: Elaboración propia

Correlación entre la variable y la dimensión

Tabla 9

Relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad narrativa de la producción audiovisual

Correlaciones			
		Inteligencia artificial	Uso de la en la producción
Inteligencia artificial	Correlación de Pearson	1	,785**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	41	41
Uso de IA en la producción	Correlación de Pearson	,785**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	41	41

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Existe una correlación positiva alta y significativa (r = 0.785, p = 0.000) entre el uso de IA y la calidad narrativa. Esto indica que a mayor empleo de herramientas de IA, especialmente en producción, mejora la percepción de coherencia, creatividad y estructura narrativa en los proyectos audiovisuales de los estudiantes.

Tabla 10

Relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad técnica de la producción audiovisual

Correlaciones			
		Inteligencia artificial	Calidad técnica
Inteligencia artificial	Correlación de Pearson	1	,403**
	Sig. (bilateral)		0.009
	N	41	41
Calidad técnica	Correlación de Pearson	,403**	1
	Sig. (bilateral)	0.009	
	N	41	41

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Se observa una correlación positiva moderada y significativa (r = 0.403, p = 0.009) entre IA y calidad técnica. Esto sugiere que el uso de IA contribuye de manera significativa, aunque no determinante, a mejorar aspectos técnicos como la imagen, el sonido y la estabilidad, pero su impacto es menos fuerte que en la dimensión narrativa.

Tabla 11

Relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad estética de la producción audiovisual

Correlaciones			
		Inteligencia artificial	Calidad estética
Inteligencia artificial	Correlación de Pearson	1	,449**
	Sig. (bilateral)		0.003
	N	41	41
Calidad estética	Correlación de Pearson	,449**	1
	Sig. (bilateral)	0.003	
	N	41	41

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

La correlación es positiva moderada y significativa (r = 0.449, p = 0.003), esto indica que el uso de IA tiene una influencia perceptible en la calidad estética de las producciones, lo cual favorece elementos como el montaje, las transiciones y la presentación visual final, aunque no de manera tan intensa como en la narrativa.

Tabla 12

Correlaciones entre inteligencia artificial y producción audiovisual

Correlaciones			
		Inteligencia artificial	*Producción audiovisual*
Inteligencia artificial	*Correlación de Pearson*	*1*	*,298*
	Sig. (bilateral)		*,059*
	N	*41*	*41*
Producción audiovisual	*Correlación de Pearson*	*,298*	*1*
	Sig. (bilateral)	*,059*	
	N	*41*	*41*

Interpretación

La correlación de Pearson entre ambas variables es baja y no significativa. Lo que evidencia un coeficiente de r = 0.298 con un nivel de significancia de p = 0.059, el cual es mayor al nivel de significancia establecido (α = 0.05). Por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula (Ho), indicando que no existe una relación lineal significativa entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual. Esto implica que, a nivel global, la relación entre el uso de IA y la calidad integral de la producción audiovisual es débil, sugiriendo que otros factores (formación, creatividad humana, recursos) pueden influir más en el resultado final.

Tabla 13

Pruebas de chi-cuadrado

Correlaciones			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,457[a]	2	,002
Razón de verosimilitud	13,790	2	,001
Asociación lineal por lineal	11,034	1	,001
N de casos válidos	41		

a. 2 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,41.

Interpretación

El valor del chi-cuadrado de Pearson (12.457, p = 0.002), menor a 0.05, confirma que existe una asociación significativa entre las variables inteligencia artificial y producción audiovisual. Esto respalda que el uso de IA sí está vinculado con diferencias observables en la calidad de las producciones, aunque, no existe una relación lineal fuerte entre las variables. Lo que implica que el uso de inteligencia artificial influye en la producción audiovisual, aunque dicha relación no es directa ni proporcional.

Discusión

La presente investigación tuvo como propósito determinar la relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES) durante el año 2025. A partir de los resultados obtenidos, se evidencia un panorama complejo donde la inteligencia artificial (IA) sí se vincula con dimensiones específicas de la producción audiovisual, aunque no necesariamente impacta de manera contundente en su calidad global.

Respecto a la variable inteligencia artificial, los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes presenta un nivel medio de uso (63.4%), seguido de niveles bajos (19.5%) y altos (17.1%). Este hallazgo coincide con lo planteado por García et al. (2024), quienes señalan que los estudiantes integran herramientas de IA de manera espontánea y autodidacta, aunque sin alcanzar aún un dominio avanzado. Esto sugiere que la adopción de la IA en el contexto universitario se encuentra en una fase intermedia de apropiación tecnológica, donde existe familiaridad operativa, pero no necesariamente un uso estratégico o experto.

Asimismo, al analizar las dimensiones del uso de IA, se identificó que la preproducción presenta el nivel más bajo de integración (51.2% en nivel bajo), lo cual contrasta con la producción y postproducción, donde predomina el nivel medio (82.9%). Este resultado puede interpretarse a la luz de Wang et al. (2025), quienes destacan el potencial de la IA en fases iniciales como la ideación y guionización. Sin embargo, en la práctica estudiantil, este potencial no está siendo plenamente aprovechado, lo que revela una brecha entre las capacidades tecnológicas disponibles y su aplicación real en procesos creativos iniciales.

En relación con la variable producción audiovisual, los resultados evidencian que la calidad percibida se concentra mayoritariamente en niveles medios en sus dimensiones narrativa, técnica y estética. No obstante, el consolidado general muestra que el 73.2% de los estudiantes ubica su producción en un nivel bajo. Este hallazgo es particularmente relevante, ya que indica que, a pesar del uso de IA, los productos audiovisuales no alcanzan estándares altos de calidad integral. Esto coincide con Morales (2024), quien advierte que la IA, si bien facilita procesos, no sustituye las competencias creativas, técnicas y críticas del usuario.

En cuanto a la dimensión calidad narrativa, se obtuvo una correlación positiva alta y significativa con la IA ($r = 0.785$, $p = 0.000$). Este resultado sugiere que la inteligencia artificial tiene un impacto considerable en la estructuración del mensaje, coherencia y creatividad narrativa. Este hallazgo se alinea con Garrón (2020), quien sostiene que la IA potencia la creatividad al permitir materializar ideas de manera más rápida y eficiente. En este sentido, herramientas como generadores de guion o asistentes creativos se entiende que pueden contribuir directamente a mejorar la construcción narrativa de los estudiantes.

Por otro lado, la relación entre IA y calidad técnica (r = 0.403, p = 0.009) y entre IA y calidad estética (r = 0.449, p = 0.003) fue positiva moderada y significativa. Esto indica que la IA sí contribuye a mejorar aspectos como edición, sonido, imagen y presentación visual, pero no de forma determinante. Estos resultados coinciden con Sánchez y Contreras (2023), quienes afirman que la IA optimiza procesos técnicos, pero su impacto depende del criterio del usuario. Es decir, la herramienta por sí sola no garantiza calidad, sino que requiere de una adecuada aplicación.

Sin embargo, el hallazgo más crítico de la investigación radica en la correlación global entre inteligencia artificial y producción audiovisual, la cual fue baja y no significativa (r = 0.298, p = 0.059). Este resultado indica que, en términos generales, el uso de IA no se traduce automáticamente en una mejora sustancial de la calidad total del producto audiovisual. Este resultado puede parecer contradictorio frente a las correlaciones significativas por dimensiones, pero en realidad revela un fenómeno importante: la IA impacta aspectos específicos, pero no logra integrar de manera sistémica todos los componentes de la producción.

Este resultado puede explicarse considerando lo planteado por Cabero y Llorente (2022), quienes señalan que la IA contribuye al desarrollo de competencias digitales, pero su efectividad depende del nivel de formación del usuario. En el caso de los estudiantes de UNTUMBES, es probable que el uso de IA sea fragmentado, es decir, aplicado en tareas puntuales, pero sin una integración metodológica en todo el proceso audiovisual.

Por otro lado, la prueba de chi-cuadrado (p = 0.002) sí evidenció una asociación significativa entre las variables. Esto indica que existe una relación de dependencia entre el uso de IA y la producción audiovisual, aunque no necesariamente lineal. En términos metodológicos, esto explica por qué la correlación de Pearson fue baja: la relación no sigue un patrón lineal fuerte, pero sí existe una asociación estadísticamente significativa.

Al comparar estos resultados con antecedentes, se observa coherencia parcial. Por ejemplo, Moya (2023) encontró que la IA mejora significativamente la producción audiovisual, mientras que en esta investigación dicho impacto es más limitado. Esta diferencia puede explicarse por el enfoque: Moya trabajó con un proceso controlado y especializado, mientras que en el presente estudio se analiza un contexto

académico real, donde influyen múltiples variables como formación, recursos y experiencia.

En el ámbito nacional, los resultados también coinciden con Cano (2024), quien identificó un uso frecuente de IA, pero acompañado de dependencia tecnológica y falta de formación. Esto refuerza la idea de que el problema no es el acceso a la tecnología, sino la manera en que se utiliza.

Finalmente, los resultados evidencian que la inteligencia artificial representa una herramienta valiosa dentro de la producción audiovisual, especialmente en dimensiones específicas como la narrativa. No obstante, su impacto integral es limitado cuando no existe una adecuada formación, integración metodológica y desarrollo de competencias críticas. Por ello, la IA debe entenderse como un recurso complementario y no como un sustituto del proceso creativo humano.

V. CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general, se determinó que no existe una relación significativa fuerte entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual a nivel global ($r = 0.298$; $p = 0.059$), por lo que se acepta la hipótesis nula (Ho) en términos correlacionales. Sin embargo, mediante la prueba de chi-cuadrado ($p = 0.002$), se evidenció que sí existe una asociación significativa entre ambas variables, lo que indica que la relación es no lineal y depende de otros factores intervinientes.

De acuerdo con el objetivo específico de evaluar la relación entre la inteligencia artificial y la calidad narrativa, se concluye que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa ($r = 0.785$; $p = 0.000$), lo que evidencia que el uso de herramientas de IA contribuye significativamente a mejorar la coherencia, estructuración y creatividad narrativa en las producciones audiovisuales de los estudiantes.

Asimismo, con el objetivo específico de establecer la relación entre la inteligencia artificial y la calidad técnica, se determinó que existe una correlación positiva moderada y significativa ($r = 0.403$; $p = 0.009$), lo que indica que la IA contribuye al mejoramiento de aspectos técnicos como imagen y sonido, aunque su influencia no es determinante por sí sola.

En relación con el objetivo específico de examinar la relación entre la inteligencia artificial y la calidad estética, se concluye que existe una correlación positiva moderada y significativa ($r = 0.449$; $p = 0.003$), lo que evidencia que la IA favorece el desarrollo de elementos visuales y de montaje, aunque su impacto sigue siendo complementario y no predominante.

De acuerdo con el objetivo específico de establecer el nivel de correlación según la prueba de hipótesis, se concluye que los resultados son diferenciados según el tipo de análisis estadístico: mientras que la correlación de Pearson indica una relación débil y no significativa, la prueba de chi-cuadrado confirma una asociación significativa, lo que sugiere que la relación entre las variables no sigue un comportamiento lineal y está influenciada por variables externas como la formación académica, la experiencia y el criterio creativo del estudiante.

VI. RECOMENDACIONES

Respecto al objetivo general, se recomienda a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES fortalecer la formación integral en inteligencia artificial aplicada a la producción audiovisual, e oincorporar estrategias pedagógicas que no solo promuevan su uso técnico, sino también su integración efectiva dentro del proceso creativo, además de considerar los factores adicionales que influyen en la calidad final.

Asimismo, con el objetivo específico sobre la calidad narrativa, se recomienda potenciar el uso de herramientas de IA en procesos de guionización, storytelling y estructuración de contenidos, mediante talleres prácticos que permitan a los estudiantes aprovechar su alto impacto en la construcción narrativa.

En relación con el objetivo específico sobre la calidad técnica, se recomienda complementar el uso de IA con formación sólida en fundamentos técnicos audiovisuales como iluminación, sonido o encuadre, a fin de evitar la dependencia tecnológica y lograr productos técnicamente más consistentes.

También, con el objetivo específico sobre la calidad estética, se recomienda fomentar el uso creativo y experimental de herramientas de IA en edición y postproducción, para promover el desarrollo de criterios estéticos únicos que permitan superar los resultados estándar generados por automatización.

Por último, con el objetivo específico vinculado a la prueba de hipótesis, se recomienda desarrollar futuras investigaciones que incorporen variables intervinientes como competencias digitales, formación académica y creatividad, con el fin de comprender de manera más precisa la naturaleza no lineal de la relación entre inteligencia artificial y producción audiovisual.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez Acevedo, A. de M. (2024). *Uso de la inteligencia artificial generativa para mejorar la producción oral de los estudiantes de un curso de inglés universitario de nivel A1* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. Recuperado de http://hdl.handle.net/20.500.12404/29955

Amato, G., Behrmann, M., Bimbot, F., Caramiaux, B., Falchi, F., Garcia, A., … Vincent, E. (2019). *AI in the media and creative industries*. arXiv. https://arxiv.org/abs/1905.10615

Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. (1ª ed.). https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf

Ayala, M. (30 de mayo de 2021). *Investigación transversal*. Lifeder. Obtenido de: https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/

Bayona Ramírez, J. C., & Hidalgo Sandova, C. J. (2024). *Percepción sobre la comunicación audiovisual y divulgación científica de la UNTUMBES en estudiantes de Comunicación* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio UNTUMBES. Recuperado de https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/65586

Bisquerra Alzina, R. (coord.). (2014). Metodología de la investigación educativa (4ª ed.). Madrid: La Muralla. ISBN 978-84-7133-748-1. Versión digital / ficha disponible: *"Metodología de la investigación educativa — La Muralla".* https://www.dykinson.com/libros/metodologia-de-la-investigacion-educativa/9788471337481/?utm_source=chatgpt.com

Bossio, J. (2024). *86% de los estudiantes universitarios usa IA generativa*. Innovación Educativa UPC. https://innovacioneducativa.upc.edu.pe/2024/08/08/86-de-los-estudiantes-universitarios-usa-ia-generativa/

Cabero, J., & Llorente, M. (2022*). La inteligencia artificial en educación superior: Retos y posibilidades.* RIED, 25(1), 9–28. https://doi.org/10.5944/ried.25.1.31449

Cano Payva, C. (2024). *Uso de la inteligencia artificial en los egresados de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio UNAP. Recuperado de https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/22801

Civit, M., & Cuadrado, F. (2024). *Diseño de sonido para producciones audiovisuales e historias sonoras en el aula. Hacia una docencia creativa mediante el uso de herramientas inteligentes*. Universidad Loyola, España. Recuperado de https://arxiv.org/abs/2408.02113

Contreras, M. (2015). *Validez de los instrumentos (ejemplos).* Obtenido de: https://educapuntes.blogspot.com/2015/03/validez-y-confiabilidad-ejemplos.html

Cortés Sánchez, P. E., Rodríguez Ibañez, R. E., & Leal Pabón, J. L. (2024). *Impacto del uso de inteligencia artificial para la creación de contenidos digitales en estudiantes del pregrado en ingeniería multimedia.* RCTA, 2(44), 160–169. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9662625.pdf

FayerWayer. (2023, 18 de agosto). *Científico detrás de la inteligencia artificial de IBM impulsará su propia empresa: dice que superará a ChatGPT*. https://www.fayerwayer.com/ciencia/2023/08/18/cientifico-detras-de-la-inteligencia-artificial-de-ibm-impulsara-su-propia-empresa-dice-que-superara-a-chatgpt/

Floridi, L. (2023). *The Ethics of Artificial Intelligence.* MIT Press. https://mitpress.mit.edu/9780262047953/the-ethics-of-artificial-intelligence/

Franco, Y (2014). *Tesis de Investigación. Población y Muestra*. Tamayo y Tamayo.

[Blog Internet] Venezuela. Obtenido de: http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html

Galarza-Ligña, V. N., García-Cárdenas, F. M., &Ruiz-Gros, S. (2024). *El uso de la inteligencia artificial en la producción de contenidos por estudiantes de comunicación: desafíos y oportunidades*. Revista Enfoques de la Comunicación, 12. https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/208

García Anhuamán, F. E. (2023). *Implementación de herramientas de inteligencia artificial para optimizar la producción de un proyecto transmedia en el curso de Taller de Televisión Interactiva* [Tesis / proyecto docente, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. UPC. Recuperado de https://innovacioneducativa.upc.edu.pe/wp-content/uploads/2023/07/Implementacion-de-herramientas-deI-IA-para-optimizar-la-produccion-de-un-proyecto-transmedia.pdf

García Cárdenas, F. M. (2024). *Uso de inteligencia artificial en la producción de contenidos por parte de los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. Recuperado de https://repositorio.puce.edu.ec/items/ad6720b9-d286-4de0-9e0a-a7e84397152e

García-Cárdenas, F. M., Galarza-Ligña, V. N., & Ruiz-Gros, S. (2024*). El uso de la inteligencia artificial en la producción de contenidos por estudiantes de Comunicación: desafíos y oportunidades*. Revista Enfoques de la Comunicación, 12, 199-240. https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/enfoques/article/view/2006

Garrón González, O. (2024). *Inteligencia artificial en producción audiovisual, para la formación académica en comunicación social.* Revista Científica Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, 4(5).

https://revistacientificafcpys.com/index.php/rcfcpys/article/view/173

Guerrero-Solé, F. (2022). *IMAGINE: An Integrated Model of Artificial Intelligence–Mediated Communication Effects*. arXiv. Obtenido de: https://arxiv.org/abs/2212.08658

Heredia-Pérez, G., Biler Benavides-Galvez, J., Rojas-Campos, E., & Sanchez-Bustamante, E. (2025). *Inteligencia artificial y pedagogía: retos para la educación superior en el Perú.* Revista InveCom, 6(2). Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2739-00632026000202085

Hernández, C y Carpio, N. (2019). *Introducción a los tipos de muestreo*. Revista ALERTA; 2(1): 75-79.DOI: 10.5377/alerta. v2i1.7535. Obtenido de: https://alerta.salud.gob.sv/introduccion-a-los-tipos-de-muestreo/

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ª ed.).* México: McGraw-Hill Interamericana. ISBN 978-1-4562-2396-0. Disponible en línea: “Metodología de la investigación – 6ª edición (PDF)”. https://welib.org/md5/e730f5a55cf4bd418343b9263ae1936e.pdf?utm_source=chatgpt.com

Hinojosa-Becerra, M., Marín-Gutiérrez, I., & Maldonado-Espinosa, M. (2024). *Inteligencia Artificial y la producción audiovisual.* Espejo de Monografías de Comunicación Social, 23. https://doi.org/10.52495/c6.emcs.23.ti12

Hohenstein, J., DiFranzo, D., Kizilcec, R. F., Aghajari, Z., Mieczkowski, H., Levy, K., Naaman, M., & Hancock, J. (2021). *Artificial intelligence in communication impacts language and social relationships.* arXiv. https://arxiv.org/abs/2102.12042

Jironza Hidalgo, J. (2024). *Análisis de la implementación de Inteligencia Artificial*

como herramienta de postproducción digital audiovisual. Ñawi: Arte, Diseño, Comunicación, 8(2), 165–177. https://doi.org/10.37785/nw.v8n2.a9

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015*). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf

Martínez Abadía, J., & Fernández Díez, F. (2010). *Manual del productor audiovisual.* Editorial UOC. https://posgrados.uav.online/wp-content/uploads/wpcfto_files/ccb5d5b0bf84f0d25ae5f41453a05207Manual%20del%20productor%20audiovisual.pdf

Mata, L. (2019). *El enfoque cuantitativo de investigación.* (2019). Obtenido de: https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/

Media Ecology – Garrón, O. (2020). *Ecología de los medios y alfabetización digital: una lectura crítica.* Revista Latina de Comunicación Social, 75, 321–339. https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1439

Ministerio de Educación. (2025). *Minedu impulsa la transformación educativa con inteligencia artificial y tecnología accesible en todo el país.* Plataforma del Estado Peruano. https://www.gob.pe/institucion/minedu/noticias/1225101-minedu-impulsa-la-transformacion-educativa-con-inteligencia-artificial-y-tecnologia-accesible-en-todo-el-pais

Moncada Salinas, K. M. (2024*). Análisis de la narrativa audiovisual de los contenidos del programa "Aprendo en casa" área comunicación secundaria, 2022 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes].* Repositorio UNTUMBES. Recuperado de https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/65555

Montano, J. (28 de marzo de 2021*). Investigación no experimental.* Lifeder. Obtenido de: https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/

Monzó, R. (2024). *La inteligencia artificial en la formación de estudiantes de comunicación audiovisual. I Congreso Internacional FUTUREDUCA.* https://2024.futureduca.org/ponencia/la-inteligencia-artificial-en-la-formacion-de-estudiantes-de-comunicacion-audiovisual/

Morandín-Ahuerma, F. (2022). *What is Artificial Intelligence?* International Journal of Research Publication and Reviews, 3(12), 1947-1951. https://philpapers.org/archive/MORQEI-2.pdf

Morales Neira, M. L. (2024). *Usos, beneficios y riesgos de la Inteligencia Artificial (IA) en el ámbito de la salud.* Revista Experto, (15), 4–7. Recuperado de https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2024/05/RevistaExperto15.pdf

Moya, G. (2023). *La inteligencia artificial en la industria audiovisual de la animación docuficción: a la luz de Antonio di Benedetto.* [Tesina de grado]. Universidad Nacional de Cuyo, Argentina. Enlace: https://bdigital.uncu.edu.ar/19093

Navas, L., & García, M. (2024). *La IA aplicada a la producción audiovisual: Nuevas dinámicas de trabajo.* Comunicación y Sociedad, 57(3), 122–140. https://doi.org/10.32870/cys.v2024i57.8943

Numa-Sanjuán, N., Díaz-Guecha, L. Y., & Peñaloza-Tarazona, M. E. (2024). *Importancia de la Inteligencia Artificial en la educación del siglo XXI.* AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería, 12(2). https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/3776

Orellana, P. (2020). *Método analítico*. Obtenido de: https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html

Osorio, R. (2001). *El cuestionario*. Obtenido de: https://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm

Ramos, C., Campi Cevallos, C., Valdez Sandoya, N., &Garófalo Miranda, L. (2025).

El rol de la inteligencia artificial en la creación de contenidos audiovisuales y su impacto en el aprendizaje de estudiantes de comunicación. Journal of Science and Research, 10(IV). https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/3756

Ramos, E. (2018). *Métodos y técnicas de investigación*. Obtenido de: https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/

Ramos, M. A., Huarcusi Quiñonez, J. A., Mamani Gamarra, J. E., Palomino Asqui, D. C., &Pancca Parillo, V. R. (2024). *El nivel de conocimiento y capacidades sobre inteligencia artificial en la producción audiovisual en la EP. de Ciencias de la Comunicación Social, UNA Puno.* ASCE Magazine, 3(4), 73–88. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10113096

Rios Zavala, E. S. (2025). *Estilos gráficos generados mediante inteligencia artificial en los contenidos en Facebook por Dircetur, Tumbes 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes].* Escuela Académica Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Rivero Panaqué, C. (2024). *La inteligencia artificial en la educación del siglo XXI: avances, desafíos y oportunidades. Revista Educación, 33(64).* Pontificia Universidad Católica del Perú. https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/view/28589

Rodríguez, D. (2019). *Investigación aplicada: características, definición, ejemplos.* Lifeder. Recuperado de: https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/

Rogers, E. M. (2022). *Diffusion of Innovations (6th ed.).* Simon & Schuster. https://www.simonandschuster.com/books/Diffusion-of-Innovations-6th-Edition/Everett-M-Rogers/9780743222099

Rus, E. (2021). *Estudio estadístico*. Obtenido de: https://economipedia.com/definiciones/estudio-estadistico.html

Sánchez, J., & Contreras, P. (2023). *Inteligencia artificial y comunicación digital: Retos y transformaciones.* Revista Mediterránea de Comunicación, 14(2), 45–59. https://doi.org/10.14198/MEDCOM.22274

Sun, P. (2024). *A Study of Artificial Intelligence in the Production of Film.* SHS Web of Conferences, 183, 03004. https://doi.org/10.1051/shsconf/202418303004

Uddin, M. (2021). *Artificial intelligence and its impact on media, communication, and education.* International Journal of Advanced Computer Science, 12(5), 45–56. https://doi.org/10.30534/ijacsa.2021.1255

Universidad Pontificia Bolivariana. (2024). *Diplomado Producción Audiovisual con Inteligencia Artificial.* https://www.upb.edu.co/docs/training/block/block_6D281F38-cartilla-digital-dvpaia.pdf

Vásquez, I. (2005, diciembre 18). *Tipos de estudio y métodos de investigación.* Obtenido de: https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/

Vázquez, J. (2017). *El método inductivo-deductivo.* Obtenido de: http://www.deconomiablog.com/2017/09/el-metodo-inductivo-deductivo.html

Wang, W.-F., Lu, C.-T., Ng, J. P., Chiu, Y.-T., Lee, T.-Y., Wang, M., Chen, B.-Y., & Chen, X.-A. (2025). *AnimAgents: Coordinating Multi-Stage Animation Pre-Production with Human-Multi-Agent Collaboration.* arXiv. https://arxiv.org/abs/2511.17906

Westreicher, G. (2020) *Población, Economipedia.* Obtenido de: https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html

Xu, Y. (2025*). Balancing Creativity and Automation: The Influence of AI on Modern Film Production and Dissemination.* Communications in Humanities Research. arXiv. https://arxiv.org/abs/2504.19275

ANEXOS

VIII. **Anexos 1**: Matriz de consistencia

<table>
<tr><th>PROBLEMA PRINCIPAL</th><th>OBJETIVOS GENERAL</th><th>HIPÓTESIS GENERAL</th><th>METODOLOGÍA</th></tr>
<tr><td>¿Cuál es el nivel de relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES), en el año 2025?</td><td>Determinar el nivel de relación de las variables inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025.</td><td>Hi: Existe una relación significativa entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES), en el año 2025.

Ho: No existe una relación significativa entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES), en el año 2025.</td><td rowspan="2">
VARIABLE 1: INTELIGENCIA ARTIFICIAL
<table>
<tr><th>DIMENSIONES</th><th>INDICADORES</th><th>INSTRUMENTOS</th><th>ITEMS</th><th>MEDICIÓN</th></tr>
<tr><td>Uso de IA en la preproducción</td><td>- Planificación asistida por IA
- Desarrollo de guion con IA</td><td rowspan="3">Cuestionario</td><td>1, 2, 3,
4, 5, 6</td><td rowspan="3">Likert</td></tr>
<tr><td>Uso de IA en la producción</td><td>- Asistencia técnica durante el rodaje
- Automatización de procesos técnicos</td><td>7, 8, 9, 10, 11, 12</td></tr>
<tr><td>Uso de IA en la postproducción</td><td>- Edición audiovisual con IA
- Mejora de sonido y efectos visuales</td><td>13, 14, 15, 16, 17, 18</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>P. ESPECÍFICOS

¿Cuál es el nivel de relación entre la inteligencia artificial y la calidad narrativa de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la</td><td>O. ESPECÍFICOS

Evaluar el nivel de relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad narrativa de la producción audiovisual en los estudiantes de</td><td>H. ESPECÍFICAS

Existe una relación significativa entre la inteligencia artificial y la calidad narrativa de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la</td></tr>
</table>

Comunicación de la UNTUMBES? ¿Cuál es el nivel de relación entre la inteligencia artificial y la calidad técnica de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES? ¿Cuál es el nivel de relación entre la inteligencia artificial y la calidad estética de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES? ¿Cuál es el nivel de correlación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES, según la prueba de hipótesis?	Ciencias de la Comunicación. Establecer el nivel de relación entre la variable inteligencia artificial y la dimensión calidad técnica de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Examinar la relación entre la inteligencia artificial y la dimensión estética de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Establecer el nivel de correlación de las variables inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación; según prueba de hipótesis.	Comunicación de la UNTUMBES. Existe una relación significativa entre la inteligencia artificial y la calidad técnica de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES. Existe una relación significativa entre la inteligencia artificial y la calidad estética de la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES. Existe una correlación significativa entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES, según la prueba de hipótesis.	**VARIABLE 2:** PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	MEDICIÓN
Calidad narrativa	- Coherencia del mensaje - Creatividad y originalidad	Cuestionario	1, 2, 3, 4, 5, 6	Likert
Calidad técnica	- Calidad de imagen - Calidad de sonido		7, 8, 9, 10, 11, 12	
Calidad estética	- Edición y montaje - Presentación final		13, 14, 15, 16, 17, 18	

<table>
<tr><th>MÉTODO Y DISEÑO</th><th>POBLACIÓN Y MUESTRA</th><th>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</th><th>ESTADÍSTICA</th></tr>
<tr>
<td>

TIPO DE ESTUDIO:

Desde la clasificación anterior, la investigación tiene un enfoque CUANTITATIVO, tipo de investigación **correlacional.**

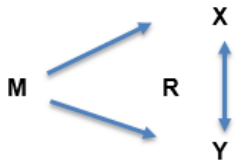
DISEÑO DE ESTUDIO:

La investigación es de tipo básica, con diseño no experimental, debido a que busca generar conocimiento teórico y analizar las variables tal como se presentan en la realidad, sin manipulación deliberada de las mismas. De corte transversal.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:

- Inductivo – Deductivo
- Análisis – Síntesis

GRÁFICA:



Donde:
M: Muestra de estudio.
X = V.I: Inteligencia artificial
Y = V.D: Producción audiovisual
R = Relación entre las dos variables

</td>
<td>

POBLACIÓN:

Está conformada por 262 estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de acuerdo con la Secretaría Académica de la Facultad de Ciencias Sociales, tal como se especifica en el siguiente cuadro:

POBLACIÓN	CANTIDAD
Ciencias de la comunicación	262

MUESTRA:

La muestra se determinó aplicando el muestreo no probabilístico por conveniencia. La muestra de estudio está constituida por los 41 estudiantes matriculados del VIII ciclo de la carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes; durante el año 2025.

POBLACIÓN	CANTIDAD
VIII ciclo ciencias de la comunicación	41

</td>
<td>

Para esta investigación se plantea como **técnica** la **encuesta** y como **instrumento** el **cuestionario.**

ENCUESTA: Aplicado a los actores.

- **Duración**: Es variable. aproximadamente 30 min.
- **Ámbito de aplicación**: Estudiantes del VIII ciclo Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES.
- **Finalidad:** Determinar el nivel de relación de las variables inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025.
- **Características:** El instrumento consta de 36 ítems, en los cuales el participante marcará con un aspa en la alternativa que crea conveniente.

- **Confiabilidad**: Se asegura mediante una prueba piloto para verificar la consistencia y coherencia de las respuestas, y una evaluación detallada de la organización y precisión de las preguntas con sus indicadores.
- **Validez confiablidad**: La validez del cuestionario se asegura mediante el juicio de expertos, compuesto por tres profesionales del campo de la comunicación.

MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:

Los datos obtenidos del cuestionario se procesarán en una tabla matriz en Excel, organizada por variables, dimensiones e indicadores. Posteriormente, se generarán tablas y figuras estadísticas para facilitar la comprensión e interpretación de los resultados, alineados con los objetivos de la investigación.
Además, se calculará el coeficiente alfa de Cronbach mediante el software SPSS versión 25, con el fin de evaluar la confiabilidad interna del instrumento y confirmar la consistencia de las mediciones.
Finalmente, con base en el análisis de los resultados, se formularán las conclusiones que responderán a los objetivos y preguntas de la investigación.

</td>
<td>

Una vez aplicadas las encuestas, se procederá a la creación de una base de datos en la que se registrarán las respuestas obtenidas. Posteriormente, los datos se codificarán y serán procesados mediante el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach, utilizando el software SPSS versión 25, así como Microsoft Excel versión 2019, con el objetivo de evaluar la confiabilidad interna del instrumento y garantizar la consistencia de las mediciones.

</td>
</tr>
</table>

Anexo 2: Instrumento de investigación aplicado a estudiantes de ciencias de la comunicación del VIII ciclo.

CUESTIONARIO

Inteligencia artificial y producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025

I. DATOS GENERALES:

Edad:

Ocupación:

Sexo: (M) (F)

II. OBJETIVO:

Determinar el nivel de relación de las variables inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2025.

III. INDICACIONES: Este cuestionario está constituido por 36 ítems, y en él se ha considerado trabajar con la siguiente escala de Likert.

5: TOTALMENTE EN DESACUERDO	4: EN DESACUERDO	3: NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2: DE ACUERDO	1: TOTALMENTE DE ACUERDO

Marque las alternativas de la manera más sincera posible, con un aspa solo una de las valoraciones de la escala (5; 4; 3; 2; 1) que usted considere prudente. El cuestionario es anónimo y tiene una duración de 30 minutos.

Gracias por su consideración.

VARIABLE 1: INTELIGENCIA ARTIFICIAL

DIMENSIÓN: USO DE IA EN LA PREPRODUCCIÓN	Escala valorativa: 5= TOTALMENTE EN DESACUERDO 4= EN DESACUERDO 3= NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO 2= DE ACUERDO 1= TOTALMENTE DE ACUERDO

	INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: Planificación asistida por IA - Desarrollo de guion con IA						
1	¿Utiliza herramientas de inteligencia artificial para generar ideas o conceptos para sus proyectos audiovisuales?					
2	¿Emplea inteligencia artificial para organizar el guion, escaleta o estructura narrativa?					
3	¿La inteligencia artificial le ayuda a planificar tiempos y recursos antes de la grabación?					
4	¿Usa inteligencia artificial para redactar o mejorar diálogos del guion audiovisual?					
5	¿Apoya el desarrollo narrativo del guion mediante herramientas de inteligencia artificial?					
6	¿La inteligencia artificial le ayuda a contribuir, corregir o mejorar la coherencia del guion?					

DIMENSIÓN: USO DE IA EN LA PRODUCCIÓN	Escala valorativa: 5= TOTALMENTE EN DESACUERDO 4= EN DESACUERDO 3= NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO 2= DE ACUERDO 1= TOTALMENTE DE ACUERDO

	INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: Asistencia técnica durante el rodaje - Automatización de procesos técnicos						
7	¿Utiliza aplicaciones con inteligencia artificial para mejorar la iluminación durante la grabación?					
8	¿Emplea herramientas con inteligencia artificial para optimizar el encuadre o composición visual?					
9	¿La inteligencia artificial le apoya en el control técnico del sonido durante la grabación?					
10	¿Usa inteligencia artificial para estabilizar imágenes o corregir errores técnicos en la grabación?					
11	¿Aplica herramientas de inteligencia artificial para mejorar la calidad visual del material grabado?					
12	¿La inteligencia artificial le ayuda a reducir el tiempo de trabajo técnico durante la producción?					

DIMENSIÓN: USO DE IA EN LA POSTPRODUCCIÓN	Escala valorativa: 5= TOTALMENTE EN DESACUERDO 4= EN DESACUERDO 3= NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO 2= DE ACUERDO 1= TOTALMENTE DE ACUERDO

	INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: Edición audiovisual con IA - Mejora de sonido y efectos visuales						
13	¿Utiliza inteligencia artificial para facilitar el proceso de edición de video?					
14	¿Emplea herramientas de inteligencia artificial para seleccionar automáticamente escenas o tomas?					

15	¿La inteligencia artificial le ayuda a mejorar la fluidez narrativa del producto final?					
16	¿Usa inteligencia artificial para limpiar o mejorar el audio en postproducción?					
17	¿Aplica inteligencia artificial para generar o mejorar efectos visuales?					
18	¿La inteligencia artificial contribuye a elevar la calidad técnica de su producto final?					

VARIABLE 2: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

DIMENSIÓN: CALIDAD NARRATIVA	**Escala valorativa: 5= TOTALMENTE EN DESACUERDO 4= EN DESACUERDO 3= NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO 2= DE ACUERDO 1= TOTALMENTE DE ACUERDO**					
	INDICADOR / ÍTEMS	**Escala valorativa**				
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
INDICADOR: Coherencia del mensaje - Creatividad y originalidad						
1	¿El mensaje del producto audiovisual se comprende de manera clara cuando hace uso de IA?					
2	¿La historia o contenido mantiene coherencia de inicio a fin en su producto audiovisual apoyado por IA?					
3	¿El contenido audiovisual apoyado con IA cumple con el objetivo comunicacional que usted se ha propuesto?					
4	¿El producto audiovisual asistido con herramientas de IA presenta un enfoque creativo para sus proyectos?					
5	¿La narrativa del producto audiovisual asistido con IA le resulta original?					
6	¿El contenido audiovisual complementado con IA logra captar el interés de su audiencia?					

DIMENSIÓN: CALIDAD TÉCNICA	**Escala valorativa: 5= TOTALMENTE EN DESACUERDO 4= EN DESACUERDO 3= NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO 2= DE ACUERDO 1= TOTALMENTE DE ACUERDO**					
	INDICADOR / ÍTEMS	**Escala valorativa**				
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
INDICADOR: Calidad de imagen - Calidad de sonido						
7	¿La imagen del producto audiovisual que usted genera con IA presenta buena resolución?					
8	¿El encuadre y la composición visual son adecuados para su producto audiovisual al apoyarse en herramientas de IA?					
9	¿Utiliza la corrección de iluminación y color asistida por IA para favorecer la comprensión del contenido?					
10	¿Los diálogos del producto audiovisual al ser mejorados con IA se escuchan con claridad?					
11	¿El sonido de fondo generado con IA que complementa su producto audiovisual se mantiene equilibrado en toda la secuencia?					
12	¿Los efectos de sonido que le brinda la IA le ayudan a complementar la calidad narrativa de su producto audiovisual?					

DIMENSIÓN: CALIDAD ESTÉTICA		Escala valorativa: 5= TOTALMENTE EN DESACUERDO 4= EN DESACUERDO 3= NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO 2= DE ACUERDO 1= TOTALMENTE DE ACUERDO					
INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa					
		5	4	3	2	1	
INDICADOR: Edición y montaje - Presentación final							
13	¿El ritmo de edición que implementa con IA le permite automatizar procesos para generar un adecuado contenido audiovisual?						
14	¿Las transiciones y cortes sugeridos por IA le ayudan a mejorar su producto audiovisual de manera coherente?						
15	¿La edición asistida con IA contribuye a una mejor experiencia visual a la hora de trabajar en sus proyectos audiovisuales?						
16	¿Su producto audiovisual final apoyado con IA presenta una estética visual atractiva?						
17	¿El diseño visual asistido con IA es coherente con el mensaje que quiere transmitir?						
18	¿La presentación final de sus productos audiovisuales apoyados con herramientas de IA reflejan un trabajo profesional?						

Anexo 3. Escala de confiabilidad - Alfa de Cronbach Consistencia interna del instrumento validado a través del coeficiente Alfa de Cronbach, de las variables de estudio:

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	41	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	41	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,952	36

Anexo 4. Validación por juicio de expertos

N° 1 CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Samuel David Ancajima Mena, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 40721106 de profesión Docente Universitario, con grado académico de Dr. Labor que ejerce actualmente como Docente de esta casa de estudios.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación del instrumento cuyo propósito es determinar la relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación del VIII ciclo, UNTUMBES, 2025.

Luego de hacer observaciones pertinentes a los ítems, concluye en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	**Valoración positiva**			**Valoración negativa**	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems	✓				
Amplitud del contenido a evaluar	✓				
Congruencia con los indicadores	✓				
Coherencia con las dimensiones	✓				

Apreciación total:

Muy adecuado (x) Bastante adecuado () A=Adecuado () PA=Poco adecuado () No aporta ()

Apellido y Nombre: Samuel David Ancajima Mena **DNI:** 40721106 **Firma:**



Firma del experto Informante

N° 2 CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo. Marco Antonio Zapata López, identificado con Documento Nacional de Identidad N' 42018180 de profesión Docente Universitario, con grado académico de Mg. en gestión pública. Labor que ejerce actualmente como especialista en comunicación en el Ministerio de Salud (MINSA).

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación del instrumento cuyo propósito es determinar la relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación del VIII ciclo, UNTUMBES, 2025.

Luego de hacer observaciones pertinentes a los ítems, concluye en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	**Valoración positiva**			**Valoración negativa**	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems	✓				
Amplitud del contenido a evaluar	✓				
Congruencia con los indicadores	✓				
Coherencia con las dimensiones	✓				

Apreciación total:

Muy adecuado (x) Bastante adecuado () A=Adecuado () PA=Poco adecuado () No aporta ()

Apellido y Nombre: Marco Antonio Zapata López

DNI: 42018180 **Firma:**



N° 3 CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo. Saúl Sunción Ynfante, identificado con Documento Nacional de Identidad N' 00229894 de profesión Docente Universitario, con grado académico de Dr. Administración de la Educación, labor que ejerce actualmente como Docente, en la categoría Principal, de la Universidad Nacional de Tumbes.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación del instrumento cuyo propósito es determinar la relación entre la inteligencia artificial y la producción audiovisual en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación del VIII ciclo, UNTUMBES, 2025.

Luego de hacer observaciones pertinentes a los ítems, concluye en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	**Valoración positiva**			**Valoración negativa**	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems	✓				
Amplitud del contenido a evaluar	✓				
Congruencia con los indicadores	✓				
Coherencia con las dimensiones	✓				

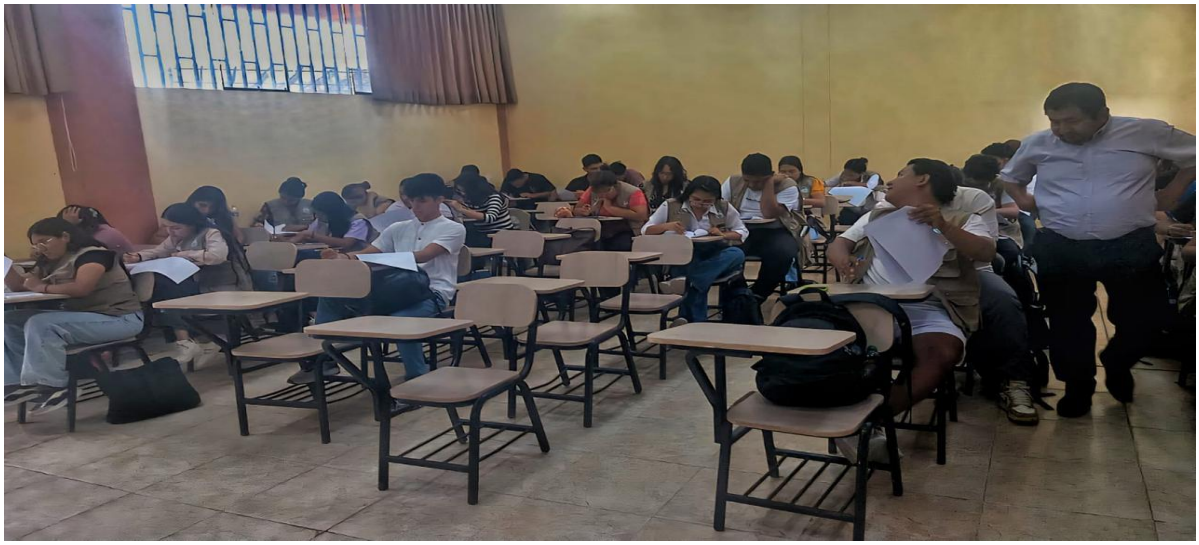
Apreciación total:

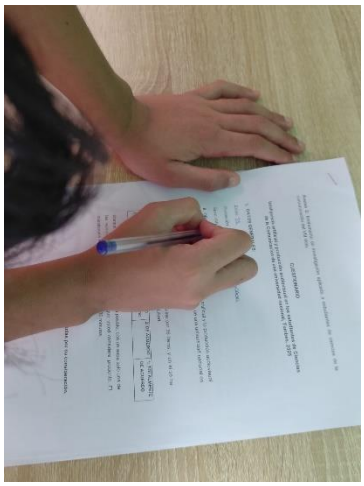
Muy adecuado (x) Bastante adecuado () A=Adecuado () PA=Poco adecuado () No aporta ()

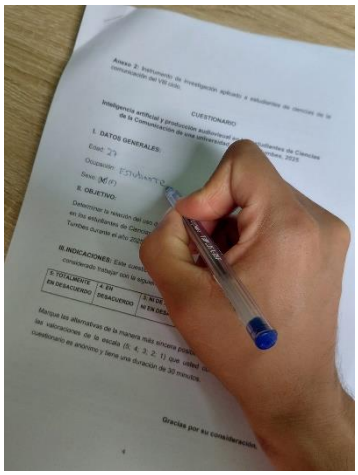
Apellido y Nombre: Saúl Sunción Ynfante **DNI:** 00229894 **Firma:**

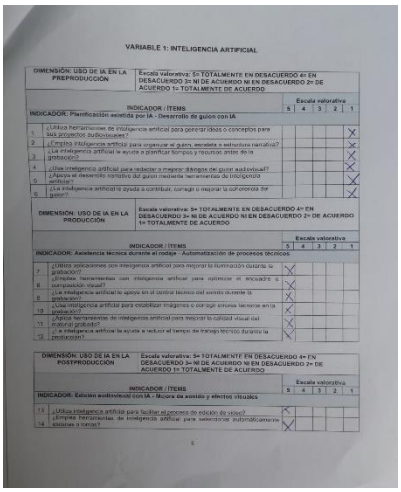


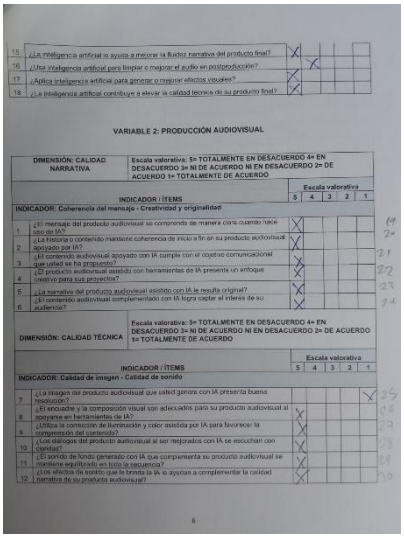
Anexo 5. Evidencias de la aplicación del cuestionario a la muestra de estudio

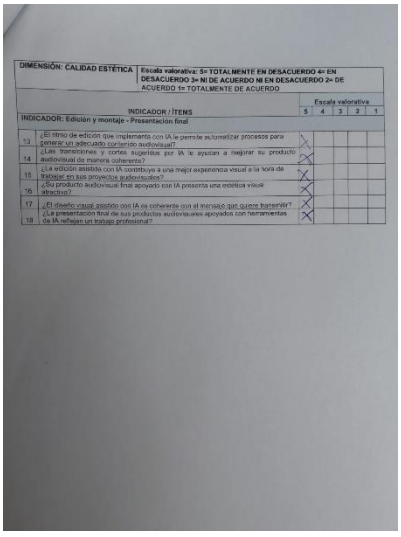












Anexo 6. Procesamiento de análisis de los datos estadísticos

Participante	V1: INTELIGENCIA ARTIFICIAL																	
	D1: USO DE IA EN LA PREPRODUCCIÓN						D2: USO DE IA EN LA PRODUCCIÓN						D3: USO DE IA EN LA POSTPRODUCCIÓN					
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18
1	1	1	3	1	2	1	5	5	3	4	5	4	5	5	3	1	3	4
2	3	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4
4	2	2	5	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	2	2	2	3	5	1	2	2	4	3	4	2	2	3	1	2	3
6	2	3	2	2	3	2	5	5	3	4	5	5	5	5	5	2	5	5
7	1	1	1	2	2	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
8	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3
9	3	3	2	1	2	1	3	3	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1
10	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
11	1	1	2	1	2	2	3	3	1	2	2	3	3	4	3	2	3	1
12	4	4	2	3	4	4	1	1	1	1	1	3	4	1	1	5	1	1
13	1	1	3	1	2	1	3	4	1	2	2	4	4	4	1	1	1	1
14	2	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	1	2	4
15	3	2	3	3	4	3	5	5	5	4	5	4	3	5	4	2	5	5
16	1	2	1	1	1	1	4	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5
17	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	3	1	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	2	2	3	2	1	1	4	4	3	3	4	3	5	4	4	2	3	5
20	1	1	3	1	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	3
21	2	3	1	3	2	2	4	5	5	1	5	5	5	5	4	2	5	5
22	2	2	4	2	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	2
23	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2
24	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
25	3	2	2	1	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
26	2	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	3
27	2	3	3	2	3	2	4	4	3	3	4	3	5	5	4	3	5	5
28	2	4	3	4	4	2	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4
29	2	2	3	4	3	2	4	4	4	2	2	3	3	3	3	2	3	2
30	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2
31	4	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5
32	4	2	2	3	3	3	5	5	5	4	5	3	5	3	2	5	5	5
33	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
34	5	5	2	4	2	5	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
35	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	2	1
36	5	3	3	3	3	5	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2
37	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4
38	2	2	2	3	2	2	5	5	4	5	5	4	5	5	4	2	4	4
39	2	2	2	2	3	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	2	2	3
40	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
41	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	5	2	4	5	3	5

V2: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL																	
D4: CALIDAD NARRATIVA						D5: CALIDAD TÉCNICA						D6: CALIDAD ESTÉTICA					
p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	p36
2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	4	3
3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
2	4	1	2	4	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2
5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	1	3	1	2	3	3	2	4	3	2	3	3	2	2	3
3	1	1	3	3	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1
1	1	3	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1
3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4
5	4	5	4	5	5	3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	3
3	4	3	2	2	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	3	3	3	4	2	2
3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	4
1	2	3	1	4	3	2	5	5	1	1	1	2	2	2	2	2	2
3	2	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	4	5	5	3	2	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2
5	1	1	1	5	5	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	3	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4
2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3
3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3
3	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3
4	3	3	3	5	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	1	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1
2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	4	3	2	3	2	2	3	2
4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	2	4	4	2	3	2	3	4	4	3	3	5	2	2	3	2	3

D1	D2	D3	D4	D5	D6	V1	V2
2	4	4	3	2	3	3	3
2	4	4	4	5	4	3	4
2	2	3	3	3	3	2	3
3	5	5	3	5	5	4	4
3	3	2	3	2	2	3	2
2	5	5	5	4	5	4	5
1	5	5	5	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	3	2	2
1	5	5	5	4	5	4	5
2	2	3	2	3	3	2	2
4	1	2	2	2	1	2	2
2	3	2	2	2	1	2	1
3	4	3	3	3	4	3	3
3	5	4	5	4	4	4	4
1	4	5	3	5	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	2	1	3	4	2
2	4	4	3	3	4	3	3
2	5	3	2	3	2	3	2
2	4	4	3	4	4	4	3
3	4	3	2	2	2	3	2
3	4	3	2	3	2	3	3
1	5	4	3	2	1	3	2
2	4	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	2	2	2	2
3	4	5	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	2	3	3	3	3
4	5	5	3	3	3	4	3
3	5	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3
4	1	1	2	2	1	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2
4	1	1	3	1	1	2	2
2	4	4	3	3	4	3	4
2	5	4	5	4	4	4	4
2	3	3	2	3	2	3	2
3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	3

Anexo 7. Baremo estadístico

Baremos de las dimensiones de la variable 1: INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Dimensión:	Ítems	Escala	Ponderación	Valores
USO DE IA EN LA PREPRODUCCIÓN	1, 2, 3, 4, 5, 6	Likert	Alto	24 - 30
USO DE IA EN LA PRODUCCIÓN	7, 8, 9, 10, 11, 12		Medio	15 - 23
USO DE IA EN LA POSTPRODUCCIÓN	13, 14, 15, 16, 17, 18		Bajo	6 - 14

Baremos de la variable: INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Ponderación	Valores
Alto	68 - 90
Medio	43 - 67
Bajo	18 - 42

Baremos de las dimensiones de la variable 2: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Dimensión:	Ítems	Escala	Ponderación	Valores
CALIDAD NARRATIVA	1, 2, 3, 4, 5, 6	Likert	Alto	24 - 30
CALIDAD TÉCNICA	7, 8, 9, 10, 11, 12		Medio	15 - 23
CALIDAD ESTÉTICA	13, 14, 15, 16, 17, 18		Bajo	6 - 14

Baremos de la variable: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Ponderación	Valores
Alto	68 - 90
Medio	43 - 67
Bajo	18 - 42