

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

Escuela de Posgrado



**Percepciones sobre el uso pedagógico de la Inteligencia
artificial en el desempeño creativo de estudiantes de
publicidad en una universidad privada de Lima**

Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Integración e
Innovación Educativa de las Tecnologías de la Información y la
Comunicación que presenta:

Daniel Saavedra Barrientos

Asesor:

José Alberto Llaullipoma Romani


Lima, 2025

Informe de similitud

Yo, José Alberto Llaullipoma Romani, docente de la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulado Percepciones sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo de estudiantes de publicidad en una universidad de Lima, del autor Daniel Saavedra Barrientos, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 15%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el 13/11/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: San Miguel, 13 de noviembre del 2025

<u>Llaullipoma Romani, José Alberto</u>	
DNI: 09540559	Firma 
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8236-7521	

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo analizar las percepciones de los estudiantes de publicidad sobre el uso pedagógico de la inteligencia artificial (IA) en su desempeño creativo en una universidad de Lima. La categoría central del estudio es la inteligencia artificial, entendida desde la apropiación y mediación pedagógica de herramientas generativas como ChatGPT en los procesos académicos creativos. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas semiestructuradas como técnica principal de recolección de datos. Se entrevistó a seis estudiantes del último año de la carrera de Publicidad, seleccionados por su experiencia vivida en cursos que promovieron el uso de IA en la producción creativa. El análisis se fundamentó en la Teoría de la Actividad (Engeström, 2014), lo que determinó interpretar las percepciones estudiantiles desde cuatro subcategorías: apropiación creativa, mediación de ChatGPT, cultura de uso y conflictos del sistema. Los hallazgos revelan percepciones diversas, algunas estudiantes reconocen que ChatGPT favorece la generación de ideas, la organización del contenido y el estímulo inicial para la creación, mientras otros expresan tensiones como la dependencia, la pérdida de originalidad o las dudas sobre la autoría. Esta investigación concluye que los estudiantes de publicidad experimentan una integración ambivalente de la inteligencia artificial en su formación creativa percibiéndola tanto como una oportunidad como un desafío. Estas percepciones brindan insumos valiosos para reflexionar sobre estrategias pedagógicas pertinentes, éticas y efectivas en el uso de IA en entornos educativos que valoran la creatividad, la autonomía y la innovación.

Palabras clave: Inteligencia artificial, desarrollo creativo, retroalimentación, estudiante universitario.

Abstract

This research aims to analyze the perceptions of advertising students regarding the pedagogical use of artificial intelligence (AI) in their creative performance at a university in Lima. The central category of the study is artificial intelligence, understood through the pedagogical appropriation and mediation of generative tools such as ChatGPT in creative academic processes. The study was conducted using a qualitative approach, with semi-structured interviews as the main data collection technique. Six final-year Advertising students were interviewed, selected for their lived experience in courses that promoted the use of AI in creative production. The analysis was based on Activity Theory (Engeström, 2014), which guided the interpretation of student perceptions across four subcategories: creative appropriation, ChatGPT mediation, culture of use, and system conflicts. The findings reveal diverse perceptions. Some students recognize that ChatGPT supports idea generation, content organization, and provides an initial stimulus for creation, while others express concerns such as dependency, loss of originality, or doubts about authorship. This research concludes that advertising students experience an ambivalent integration of artificial intelligence into their creative education, perceiving it both as an opportunity and a challenge. These perceptions offer valuable input for reflecting on relevant, ethical, and effective pedagogical strategies for the use of AI in educational settings that value creativity, autonomy, and innovation.

Keywords: Artificial intelligence, creative development, feedback, university student

Índice

Resumen	iii
Abstract	iv
Índice	v
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Introducción	1
PRIMERA PARTE: MARCO DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPÍTULO I: INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR ...	5
1.1 Relevancia educativa	6
1.2 Apropiación creativa	8
1.3 Mediación del ChatGPT	9
1.4 Conflictos del sistema	11
1.5 Riesgos de uso de la IA	11
1.6 Cultura de uso	12
CAPÍTULO II: USO PEDAGÓGICO DEL CHATGPT	14
2.1 Evolución y funcionalidades	14
2.2 Pensamiento divergente y metacognición	15
2.3 Las tareas generativas	17
2.4 Creatividad	18
SEGUNDA PARTE: DISEÑO METODOLÓGICO Y RESULTADOS	23
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	23
3.1. Planteamiento del problema de investigación	23
3.2 Objetivos de investigación	24
3.3 Categorías de investigación	24
3.4 Enfoque metodológico	25
3.5 Método de investigación cualitativa	26
3.6 Técnica e instrumentos	27
3.6.1 Diseño del instrumento	28
3.6.2 Validación de instrumentos	29
3.6.3. Aplicación de los instrumentos	31

3.7 Procedimientos para la información corregida.....	32
3.8 Aspectos éticos	33
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	35
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES	49
REFERENCIAS.....	50
ANEXOS	61



Índice de tablas

Tabla 1 Categoría, subcategorías e indicadores clave	28
Tabla 2 Guía de preguntas	29
Tabla 3 Criterios de validación del instrumento	30
Tabla 4 Codificación por color	35



Índice de figuras

Figura 1	Codificaciones sobre inteligencia artificial	37
Figura 2	Codificación de la subcategoría 1 sobre la Apropiación creativa	40
Figura 3	Codificación de la subcategoría 2 sobre la Cultura de uso	42
Figura 4	Codificación de la subcategoría 3 sobre la Mediación de ChatGPT	44
Figura 5	Codificación de la subcategoría 4 sobre los Conflictos del sistema	46





Introducción

La irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) en los distintos ámbitos de la vida contemporánea ha reconfigurado significativamente los procesos comunicacionales, creativos y formativos. En el campo de la educación superior, especialmente en disciplinas vinculadas a la creación de contenidos y estrategias persuasivas, como la carrera de Publicidad, la incorporación de herramientas basadas en IA representa un fenómeno en expansión que desafía las formas tradicionales de enseñanza-aprendizaje. Generadores de imágenes, asistentes de escritura automatizada, algoritmos de recomendación y plataformas conversacionales están siendo utilizados con creciente frecuencia por estudiantes y docentes, no solo como apoyo técnico, sino como mediadores en el proceso creativo.

Sin embargo, esta incorporación no está exenta de tensiones. Las instituciones de educación superior enfrentan el reto de integrar estas tecnologías de manera pedagógicamente significativa, asegurando que su uso promueva la autonomía intelectual, el pensamiento crítico y la creatividad de los estudiantes, y no los reemplace o limite. A ello se suma una preocupación creciente en torno a la apropiación ética, crítica y reflexiva de estas herramientas, especialmente en contextos donde las habilidades creativas constituyen competencias fundamentales del perfil de egreso, como es el caso de la carrera de Publicidad.

A pesar del interés académico y mediático que suscita la relación entre IA y creatividad, existen escasos estudios en el Perú que aborden cómo perciben los propios estudiantes universitarios esta tecnología en su formación profesional. En particular, es necesario comprender cómo se valora su uso en el plano pedagógico, qué beneficios o limitaciones se identifican, en su desempeño creativo. Esta comprensión resulta clave para generar propuestas de innovación educativa y establecer lineamientos que orienten una integración ética y transformadora de la IA en los entornos de aprendizaje.

En ese marco, esta investigación se propone analizar las percepciones de los estudiantes de la carrera de Publicidad de una universidad privada de Lima sobre el uso pedagógico de la inteligencia artificial en su desempeño creativo.

Se parte del supuesto de que dichas percepciones no solo reflejan la experiencia individual con la herramienta, sino que también revelan la forma en que se construyen y transforman las prácticas educativas en contextos mediados por tecnología. La relevancia del estudio radica en su contribución a la comprensión de los vínculos entre pedagogía, tecnología y creatividad en la educación superior. En el plano académico, busca aportar conocimiento empírico a un campo en constante evolución; en el plano pedagógico, pretende ofrecer insumos para la toma de decisiones curriculares; y en el plano social, abre un espacio de reflexión crítica sobre el lugar de la inteligencia artificial en la formación de profesionales creativos

El objetivo principal de esta investigación es analizar las percepciones de los estudiantes de publicidad sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo. Asimismo, se plantea interpretar las percepciones de los estudiantes sobre la apropiación de la inteligencia artificial generativa en sus experiencias creativas dentro del ámbito académico; explorar los significados que los estudiantes atribuyen a la mediación de ChatGPT en sus procesos de producción creativa; comprender las experiencias de los estudiantes sobre el uso de ChatGPT con relación a su creatividad e identificar contradicciones percibidas de los estudiantes sobre la integración del ChatGPT en sus procesos creativos.

La metodología adoptada para esta investigación es cualitativa y se basa en un diseño de estudio de caso. Se entrevistaron a 6 estudiantes de la carrera de Publicidad que cumplieran requisitos para la entrevista. Primero, que estén matriculados en los últimos ciclos de la carrera de Publicidad, que firmen el consentimiento informado, que tengan voluntad para la entrevista y finalmente que tengan experiencia en el uso de herramientas de IA utilizadas en actividades académicas, tales como ChatGPT, DALL·E, Midjourney, Copy.ai, entre otras.

En esta investigación no se busca medir el rendimiento ni establecer relaciones causales, sino comprender las experiencias y significados subjetivos que los estudiantes atribuyen a estas tecnologías en relación con su proceso creativo.

Este estudio aporta a la comprensión crítica del papel de la IA en la formación de profesionales creativos, proponiendo una mirada que trasciende el

enfoque instrumental. Desde una perspectiva pedagógica, promueve la reflexión sobre cómo integrar tecnologías emergentes sin desdibujar el desarrollo de competencias fundamentales como la autonomía, la autoría y el pensamiento crítico. Además, ofrece un aporte pertinente al diseño de estrategias educativas que respondan a los desafíos contemporáneos de la cultura digital.

Esta investigación se inscribe en la línea de investigación de la maestría Integración e Innovación Educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, con la línea de investigación Aprendizaje potenciado por tecnología; ya que, aborda el uso de herramientas de inteligencia artificial en procesos pedagógicos, explorando cómo estas tecnologías transforman las prácticas creativas y formativas en el ámbito universitario.

Entre las limitaciones del estudio se encuentra el tamaño reducido de la muestra (seis estudiantes), lo cual responde a la naturaleza cualitativa del diseño, centrado en la profundidad más que en la generalización. Además, al tratarse de estudiantes de una sola universidad privada en Lima, los resultados no son extrapolables a otros contextos educativos sin una debida contextualización. Finalmente, el estudio se basa en percepciones declaradas, no en observaciones directas del desempeño creativo, lo que plantea retos metodológicos en términos de subjetividad

La presente tesis está organizada en cuatro capítulos, los cuales se dividen en dos bloques, parte I y parte II; puesto que, en los primeros dos capítulos la investigación se centró en el marco de la investigación. Mientras que los capítulos tres y cuatro se centraron en la metodología y el análisis de resultados.

En este sentido, el primer capítulo se dedica a explicar con detalle la problemática de la investigación de manera detallada, con el fin de establecer con claridad la relevancia de la temática. Por otro lado, el capítulo dos se centró en el desarrollo del marco teórico, donde se profundiza los conceptos y teorías relevantes para la investigación, los cuales serán claves para comprensión del estudio. Con relación al tercer capítulo se aborda la metodología que se usó en la investigación; la cual, aborda los instrumentos utilizados, la población y la muestra seleccionada. Mientras, el cuarto capítulo se enfoca en los resultados,

su interpretación y su análisis de manera crítica, en donde se discute con investigaciones previas, con el fin de contrastar los hallazgos con las realidades estudiadas previamente. Culminando el documento con las conclusiones, recomendaciones del estudio.

Por todo ello, este estudio comprende las percepciones sobre el uso pedagógico del ChatGPT que puede ser útil para incrementar la eficacia y eficiencia en tareas creativas. Si bien los resultados preliminares indican un mejor desempeño en el grupo seleccionado en términos de cantidad, calidad y originalidad de las ideas, también se identificaron limitaciones relacionadas con la percepción de esfuerzo, confianza y autonomía, lo que sugiere la necesidad de una mayor familiarización y capacitación en el uso de la herramienta.



PRIMERA PARTE: MARCO DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I: INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

En el presente capítulo, el primero de cuatro, se describió el uso pedagógico de la inteligencia artificial, desde un enfoque educativo, en específico a la educación universitaria. Puesto que, su integración a esta área a significado la transformación del proceso de enseñanza y aprendizaje. En tal sentido, en esta sección se revisaron distintas investigaciones que exploraron las definiciones y fundamentos de la inteligencia artificial (IA), las cuales se centraban en los desafíos que supone que los estudiantes empiecen a utilizar la IA; debido a que, su uso correcto no solo recae en ellos sino también en el docente, que debe cuidar su aplicación responsable y ética. Por lo cual, se trató de definirla de manera conceptual, luego incursionar en su aplicación en la pedagogía y posteriormente en las implicaciones éticas que su uso puede traer. Además, de las limitaciones que la misma tecnología contiene.

Desde una mirada macro, la IA ha dejado de ser una tecnología futurista para convertirse en un elemento presente en múltiples dimensiones de la vida cotidiana, incluida la educación superior. En términos generales, la IA puede definirse como la capacidad de una máquina o sistema para simular funciones propias de la inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento, la resolución de problemas o la generación de ideas. Kaplan y Haenlein (2019) definen la IA como la habilidad de un sistema para interpretar datos correctamente, aprender de ellos y emplear ese conocimiento para alcanzar objetivos mediante una adaptación flexible. Por otra parte, un sistema inteligente es aquel que es capaz de maximizar la calidad de un producto; ya que se adapta, aprendiendo de manera flexible los cambios que se pueden corregir a sí mismo (Kühl et al., 2022).

La incorporación de la IA en contextos educativos, y particularmente en procesos creativos como los propios de la formación en publicidad, plantea tanto oportunidades como tensiones. Este fenómeno no solo transforma las prácticas pedagógicas, sino también las estructuras mismas del aprendizaje, al introducir nuevas herramientas, redefinir roles y generar nuevas formas de interacción.

Para comprender estas transformaciones desde una perspectiva integral, este capítulo se construye a partir de la Teoría de la Actividad Expansiva desarrollada por Yrjö Engeström (2014).

Esta teoría permite analizar los sistemas de actividad en su complejidad, considerando no solo al sujeto y su objetivo, sino también las herramientas mediadoras, las reglas, la comunidad y la división del trabajo. Asimismo, pone énfasis en las contradicciones internas del sistema, las cuales pueden dar lugar a procesos de aprendizaje expansivo e innovación educativa.

En este marco, se proponen cuatro categorías que permiten abordar con mayor precisión las percepciones de los estudiantes sobre el uso pedagógico de la inteligencia artificial en su desempeño creativo. Estas son: apropiación creativa, mediación del ChatGPT, conflictos del sistema y cultura de uso. Cada una de ellas se vincula directamente con componentes clave del sistema de actividad propuesto por Engeström.

1.1 Relevancia educativa

La inteligencia artificial, por lo mencionado en párrafos anteriores, se refiere a una tecnología la cual mediante el aprendizaje continuo y uso de los usuarios puede crear contenido, ya sea texto, imágenes, videos, entre otros. Los cuales, pueden ser utilizados en distintas áreas. Por lo cual, no es sorprendente que la IA haya cambiado no solo los hábitos de aprendizaje de los estudiantes, sino también el desarrollo de sus habilidades, como lo reportaron Kangwa et al. (2025) alrededor del 94% de los estudiantes mejoraron su habilidad de resolución de problemas y su pensamiento crítico. Es por ese motivo que, Qian (2025) indica que es necesario iniciar en la pedagogía la enseñanza del uso correcto de *prompts* y su uso ético, con el fin de su integración en las aulas sea de calidad y efectiva.

Lo cual concuerda con los pensamientos de Jin et al. (2025), quienes mencionan que debido a los pasos agigantados que ha tenido el uso y desarrollo de la IA, más de universidades a nivel internacional se encuentran realizando políticas educativas para adoptar de manera eficiente la IA. Puesto que es necesario conocer y aprender de las tecnologías emergentes, con el fin de

integrarlas a la educación y buscar una capacitación del profesorado. En este sentido, McGrath et al. (2025) exponen su preocupación al uso de IA como ChatGPT; ya que, si bien han funcionado como una herramienta que facilita el proceso educativo ha despertado desafíos éticos los cuales deben ser atendidos con prioridad. Pensamiento que lo comparten con autores como Romero-Rodríguez et al. (2023), quienes también señalan que ChatGPT ha ayudado a los estudiantes en el momento de resolución de problemas, pero poseen incertidumbre en relación con el contenido que se obtiene; ya que, no pueden indicar en qué momento es original o solo una copia.

En este sentido, no es sorpresa que luego de la introducción de la IA no solo existirá cambios en el aprendizaje del estudiante, sino también en las estrategias didácticas de los docentes. De acuerdo con Liang et al. (2025), tras el lanzamiento la IA, en específico ChatGPT, los docentes han generado nuevas maneras de crear material pedagógico, evaluar y retroalimentar a sus estudiantes. Sin embargo, hacen hincapié a la falta de formación en IA que la plana docente posee. Preocupación que comparte con Xian et al. (2024), quienes mencionan que son las entidades de educación superior las que tienen que hacerse responsables en la formación y capacitación docente en temas tecnológicos, más aún las políticas éticas que el uso de la IA ha traído. Puesto como menciona Williams (2024), IA como ChatGPT si bien han facilitado la educación tanto en pregrado como e postgrado han indicado deficiencias con relación a fuentes inexistentes o erróneas, lo cual indica que a pesar de que ha ayudado en el proceso aún necesita de una mirada humana para asegurar que la información recolectada es correcta y fiable. También autores como Zhou y Peng (2025) indican que con la llegada de la IA es necesario enseñar y fortalecer el aprendizaje de los docentes sobre la alfabetización en el uso de IA.

Por o cual, desde este contexto, se puede explicar la teoría de la Actividad Expansiva propuesta por Engeström (2024), la cual indica que el aprendizaje no posee limitaciones, sino es transformadora; donde a su vez convergen varios elementos como el sujeto, el objetivo, la comunidad, entre otros. Siendo el punto focal la transformación; ya que, menciona que el aprendizaje cambia debido a los elementos de innovación.

En esta situación, son las propias instituciones superiores las que pueden cambiar e integran de forma efectiva la IA en las aulas. Lo cual desencadenaría la redefinición de varios conceptos como se los conoce tradicionalmente; ya que, se combinaría y contrastaría la eficiencia tecnológica con la pedagogía de un ser humano, lo cual podría cambiar la mirada de la educación y convertirse en un híbrido.

1.2 Apropiación creativa

En el contexto educativo universitario, la apropiación creativa hace referencia a cómo los estudiantes integran activamente herramientas tecnológicas, como la inteligencia artificial (IA), en sus procesos de producción de ideas y resolución creativa de problemas. Este concepto implica no solo el uso instrumental de la tecnología, sino su incorporación significativa en el pensamiento y la acción creativa, lo cual implica una relación dialógica entre el sujeto y la herramienta.

La apropiación creativa implica una serie de competencias que permiten a los estudiantes utilizar tecnologías como ChatGPT para potenciar su capacidad de generar ideas nuevas, originales y elaboradas. Entre los principales indicadores de esta práctica se encuentra la fluidez creativa, entendida como la capacidad de generar múltiples ideas a partir de una consigna inicial.

De igual manera, Esmaeil et al. (2023) realizaron una investigación con el fin de conocer si el uso del ChatGPT ha repercutido en el proceso de escritura de los estudiantes, donde se encontró que si bien la aplicación mejora drásticamente el tiempo en que realizan los trabajos, además de la creatividad de las ideas. Las problemáticas luego del uso de la inteligencia artificial salen a relucir. Puesto que, se presentó un aumento a la dependencia del ChatGPT y un bajo pensamiento crítico.

Otro aspecto clave es la originalidad narrativa, referida a la generación de ideas poco comunes o inesperadas. El mismo estudio identificó avances en este indicador, lo que sugiere que las herramientas basadas en IA pueden funcionar como estímulos cognitivos para superar patrones de pensamiento rutinarios. A ello se suma la elaboración creativa, que alude al desarrollo detallado y la

profundidad conceptual de las ideas, dimensión que también se vio fortalecida en los estudiantes que utilizaron ChatGPT como apoyo en sus procesos.

La apropiación creativa también involucra la reflexión crítica sobre los contenidos generados por la IA. En este sentido, se entiende que la herramienta ChatGPT puede utilizarse en el área pedagógica. Puesto que, durante el proceso de su uso el usuario debe contradecir, dudar, y adaptarse de acuerdo con los resultados que arroja la IA. Debido a que, de esta manera se puede incentivar la creatividad, generando una colaboración y transformación de ideas entre el usuario y la aplicación (Makruf et al., 2021; Segarra Ciprés et al., 2024).

En este sentido, se puede concordar con los pensamientos de Vakratsas y Wang (2020), quienes mencionan que si bien la IA ayuda de manera significativa el proceso creativo este no sustituye o reemplaza la creatividad del ser humano. Puesto que, funciona como una herramienta de exploración de ideas. Siguiendo el mismo patrón, Inie et al. (2023) indican la gran funcionalidad de las IA al momento de la generación de ideas, pero recalca también la importancia del uso del criterio ético, donde se descartan las prácticas de copiar y pegar el contenido generado por la IA.

En conclusión, la apropiación creativa, en el marco del uso pedagógico de la IA, representa un campo fértil para analizar cómo se resignifican las relaciones entre tecnología, sujeto y creatividad en el aula universitaria. Las investigaciones recientes coinciden en que, si se utiliza de forma crítica y situada, la inteligencia artificial puede convertirse en un catalizador de procesos creativos complejos y significativos en la formación profesional.

1.3 Mediación del ChatGPT

La mediación de ChatGPT en los procesos creativos refiere a cómo esta herramienta actúa como interfaz cognitiva y comunicativa entre el estudiante y sus ideas. No se utiliza simplemente para recibir respuestas, sino que sirve como objeto mediador que estructura, estimula y transforma el proceso creativo del usuario.

La mediación tecnológica se sustenta en teorías sociocognitivas que reconocen que el conocimiento se construye en interacción con herramientas culturales (Guerra García, 2020). En el caso de aplicaciones como ChatGPT, la mediación ocurre cuando la IA sugiere, reformula, organiza o redefine ideas, influyendo en la forma de pensar y estructurar el proyecto creativo (Bozkurt et al., 2023; Stracke et al., 2022).

En esta subcategoría se identifican el rol del proceso creativo, el proceso de estructuración, transformación del pensamiento, y reflexión.

En el rol en el proceso creativo se identifican etapas como generación de ideas, estructuración de contenido o redacción donde ChatGPT interviene efectivamente. Asimismo, investigaciones recientes registran que los estudiantes universitarios valoran el apoyo de ChatGPT especialmente en la fase de ideación por su capacidad de generar en volumen y rapidez (Segarra Ciprés et al., 2024).

El proceso de estructuración está definido cómo los estudiantes organizan y planifican sus tareas. Investigaciones en capítulos anteriores revelan que aprender a formular “buenos prompts” (preguntas específicas y contextuales) mejora significativamente la utilidad de ChatGPT, mostrando que la mediación depende del dominio del diálogo con la IA. Asimismo, la transformación del pensamiento es el cambio observable en el razonamiento y enfoque creativo de los estudiantes.

A pesar de que hay autores que afirman que el uso de herramientas de inteligencia artificial puede afectar el pensamiento crítico de los estudiantes; ya que, puede limitarlos a determinadas soluciones ofrecidas en los resultados, pero a la vez se obtienen puntos de partida sólidos para analizar y contrastar con los hallazgos de la investigación (Silva-Fuentealba, 2024; Urban et al., 2024).

Con relación a la reflexión se establece como el nivel de conciencia crítica durante la interacción. La mediación de ChatGPT se fortalece cuando los alumnos no aceptan la primera respuesta, sino que la refinan, cuestionan y avanzan iterativamente (Bozkurt, 2023).

1.4 Conflictos del sistema

Los conflictos del sistema hacen referencia a las tensiones estructurales y éticas que emergen del uso de IA en contextos educativos. Entre ellos se encuentran la posible “pereza cognitiva” que puede provocar el uso excesivo de asistentes inteligentes, la reproducción de sesgos presentes en los algoritmos, los dilemas sobre la autoría de los contenidos generados y las restricciones impuestas por ciertas instituciones. Estos conflictos revelan que el uso pedagógico de la IA no es neutral, sino que está mediado por decisiones políticas, institucionales y culturales.

Desde una perspectiva estructural y ética, los conflictos del sistema en el uso educativo de la IA reflejan profundas tensiones entre eficiencia tecnológica y justicia social. Por un lado, el concepto de “pereza cognitiva” se explica mediante la teoría de la carga cognitiva el cual establece que las herramientas automatizadas pueden disminuir la actividad reflexiva del estudiante al resolver tareas con menor esfuerzo mental (Sweller, 1988).

Finalmente, se registran dilemas en torno a la autoría y responsabilidad, ya que las directrices de integridad académica (Ayuso del Puerto y Gutiérrez Esteban, 2022) establecen que, aunque la IA no pueda adjudicarse autoría, la dependencia excesiva sobre sus resultados puede socavar la agencia del estudiante y complicar la rendición de cuentas sobre los contenidos producidos. Estos elementos evidencian que el uso pedagógico de la IA no es neutral, sino que está inmerso en conflictos éticos, cognitivos e institucionales que requieren un abordaje crítico y regulado.

1.5 Riesgos de uso de la IA

Desde el surgimiento de la inteligencia artificial se encuentra latente la línea entre lo original y un uso correcto de esta herramienta tecnológica. Para Marín et al. (2025) hallaron que aproximadamente el 50% de los estudiantes de más de 20 instituciones de educación superior sentían una gran preocupación por la revelación de sus datos al utilizar una IA. Además, que no sienten que existan un marco ético establecido, lo cual puede generar dudas sobre los posibles sesgos que pueda generarse dentro de los algoritmos. Puesto que, como lo mencionan Xia et al. (2024) el uso de *prompt* dentro de IA como ChatGPT han

vuelto más difícil tener una claridad si un contenido es original cuando se utiliza revisiones automatizadas; en este caso los autores recomiendan el uso de métodos tradicionales, donde la verificación del ser humano sea la principal.

En este caso, autores como Andrade-Girón et al. (2024) señalan que debido al uso indiscriminado de IA al momento de la generación de ideas o en un contexto pedagógico en general, actividades como el plagio han aumentado; por lo cual, se exige una transformación en las estrategias pedagógicas de los docentes e instituciones. De igual manera, Lee y Palmer (2025) concuerdan que es necesario esclarecer el uso adecuado de las herramientas de inteligencia artificial, con el fin que los estudiantes las utilicen de manera responsable.

1.6 Cultura de uso

La cultura del uso alude a los hábitos, prácticas, creencias y actitudes que los estudiantes desarrollan en torno al uso de la IA. Esta categoría considera tanto la naturalización del uso de estas tecnologías como las resistencias, tensiones y normas sociales que influyen en su adopción. En el ámbito de la publicidad, donde la innovación y la velocidad de respuesta son clave, el uso de herramientas como ChatGPT tiende a insertarse rápidamente, pero no sin generar debates éticos y pedagógicos.

Desde el enfoque teórico de la Teoría de la Actividad liderada por Engeström (2014), la adopción de la inteligencia artificial en contextos educativos está mediada por las prácticas culturales, las normas institucionales y los roles sociales (Calero y Pizones, 2024; Jovanny, 2022).

Según un estudio en el contexto universitario de Nigeria, los valores culturales colectivos y las normas comunitarias influyen en gran medida en la forma en que los estudiantes entienden, aceptan y utilizan herramientas como ChatGPT, afectando su disposición para incorporarlas en actividades académicas cotidianas (Yusuf et al., 2024). Asimismo, investigaciones recientes realizadas en Reino Unido encontraron que, aunque los estudiantes en general se muestran moderadamente cómodos con aplicaciones de IA en contextos educativos, su satisfacción disminuye cuando se entra en terreno de evaluación formal o bienestar, lo cual denota choques entre la cultura tecnológica emergente y las expectativas institucionales tradicionales (Johnston et al., 2024).

En conclusión, estos hallazgos sugieren que la cultura de uso se configura no solo por la disponibilidad tecnológica, sino también por las prácticas cotidianas, las creencias compartidas y las resistencias institucionales, las cuales pueden promover, restringir o condicionar el uso pedagógico de la inteligencia artificial.



CAPÍTULO II: USO PEDAGÓGICO DEL CHATGPT

La herramienta de inteligencia artificial ChatGPT, brinda personalización del aprendizaje, retroalimentación instantánea y acceso amplio y flexible. A pesar de estos beneficios, se identifican desafíos críticos como los sesgos culturales inherentes y la reducción de interacciones humanas (Cifuentes Rojas et al., 2024).

Así define Bahrini et al. (2023) a ChatGPT:

“ChatGPT is a large language model (LLM) trained to understand and generate human-like text, allowing for natural conversations and diverse applications in many domains. [ChatGPT es un modelo de lenguaje a gran escala entrenado para comprender y generar textos similares al ser humano, lo que permite mantener conversaciones naturales y aplicarlo en distintos dominios]” (Bahrini et al., 2023, p. 3)

En la historia de la humanidad, los momentos de cambio civilizatorio redefinen los instrumentos educativos. Hoy, herramientas como ChatGPT han llegado para quedarse como recursos de aprendizaje, ni totalmente prohibidos ni totalmente aceptados; aunque, la Universidad de Cambridge lo considera una “mala conducta”, instituciones como Oxford destacan su valor para educadores y estudiantes por su capacidad de estimular procesos creativos y cognitivos (Fui-Hoon Nah et al., 2023).

2.1 Evolución y funcionalidades

En un principio ChatGPT paso por desapercibido hasta finales del 2022 donde su boom y camino al estrellato comenzó, iniciando como una inteligencia artificial que generaba textos de manera coherente pero que aún necesitaba mejoras en su respuesta. Es hoy en día una herramienta totalmente innovadora, que ha pasado a ser la mano derecha de muchos, no solo en encontrar respuestas a problemáticas cotidianas, sino también dentro del ámbito educativo. Puesto que, hoy en día se puede apreciar tanto a estudiantes como docentes hacer uso del ChatGPT de forma constante; es más, autores como Montenegro-Rueda et al. (2023) mencionan que la utilización del ChatGPT dentro de las aulas y el aprendizaje en general ha desarrollado un impacto positivo en proceso. Sin embargo, resalta la necesidad de una orientación de su

uso, con el fin de no perder el norte en el momento de su aplicación durante los procesos pedagógicos. Puesto que, no se puede negar la globalización del uso de ChatGPT en la educación, pero se debe tener conciencia sobre su uso al momento de crear contenido y la seguridad de los datos ingresados (Albadarin et al. (2024).

Lo cual es consecuencia de la misma inteligencia artificial, la cual aprende del contenido que se le presente y se personaliza dependiendo de las actividades del usuario, ajustándose según el estilo de respuestas que se espera. Lo cual provoca que la persona que lo utiliza sienta menos carga al momento de realizar sus búsquedas; ya que, se adaptan a lo que piden, dependiendo si se utiliza *promts* de calidad, las cuales ayuden al programa a entender las órdenes. Además, que son corregibles en el tiempo; ya que, aprenden el proceso de uso si se genera un error, lo cual a ayudado a mantener y mejorar su eficiencia; y como resultado mayor cantidad de usuarios se han sumado a su uso continuo. En ese sentido, ChatGPT se caracteriza por poseer un aprendizaje personalizado, ayudante generador de *feedback* automático, el cual facilita en este caso el contenido pedagógico.

Además, plataformas como Turnitin ya incorporan tecnología para detectar contenido generado por IA, lo cual muestra una adaptación institucional ante su uso extendido. Puesto que, se han desarrollado investigaciones experimentando el uso de la IA y en los resultados sugieren desarrollar métodos de enseñanza para no crear dependencia de las herramientas de IA (Oyarzún-Yáñez y Rodríguez-Rodríguez, 2024).

2.2 Pensamiento divergente y metacognición

Cuando se enfrentan a tareas poco estructuradas, los estudiantes combinan el pensamiento divergente, es decir con la capacidad de generar múltiples ideas con habilidades metacognitivas para evaluar, seleccionar y refinar dichas ideas. En este sentido, Urban et al. (2024) sostienen que los usuarios de herramientas como ChatGPT requieren fuertes habilidades de autorregulación para analizar, aclarar y corregir las propuestas generadas por el modelo. Este proceso implica una apropiación creativa, en la que el estudiante

no se limita a recibir ideas, sino que las transforma y enriquece, cocreando con la inteligencia artificial.

Según Urban et al. (2024), aunque ChatGPT es utilizado para resolver “problemas mal definidos” que demandan una combinación de habilidades cognitivas y metacognitivas, todavía falta evidencia experimental sobre sus efectos en el rendimiento para solucionar problemas complejos. En su estudio, compararon un grupo que usó ChatGPT con otro que no, enfatizando que la resolución de estos problemas requiere una regulación metacognitiva rigurosa que incluye la selección de información relevante, la reiteración y clarificación de ideas, la depuración de errores y el ajuste del enfoque para garantizar coherencia y significado en las soluciones.

Asimismo, habilidades como la metacognición, reforzadas por la percepción de dificultad de la tarea y la confianza en sí mismo (autoeficacia), permiten a los estudiantes seleccionar las mejores ideas entre las múltiples opciones generadas por ChatGPT. Cuando los estudiantes creen en su capacidad para resolver desafíos, invierten más esfuerzo y mejoran su rendimiento creativo (Urban et al., 2024), fomentando así la autonomía en su proceso de creación.

Investigaciones como la de Urban et al (2024) muestran que el esfuerzo mental relacionado con la comparación y revisión de ejemplos generados por ChatGPT mejoran el monitoreo de la propia comprensión y genera aprendizajes más profundos. De esta forma, la inteligencia artificial actúa como mediadora cognitiva: ofrece una variedad de ideas (pensamiento divergente), mientras el usuario las filtra con juicio crítico (metacognición), evidenciando las categorías de apropiación creativa y mediación de ChatGPT.

Investigaciones indican que es necesario explorar el potencial de las herramientas de IA con baja demanda (como Lex. Page, Explainpaper, ChatDOC y Perplexity.ai) para visualizar oportunidades y lograr la implementación (Krajka y Olszak, 2024). Asimismo, las IA son necesarias para el desarrollo de las aulas virtuales ya que mejora el desarrollo de la sesión, los contenidos incluido la evaluación del aprendizaje. El 95.2% de los profesores usan el ChatGPT, como herramienta digital generativa que reduce tiempos y motiva a los estudiantes (Ruiz-Rojas et al., 2023).

Este enfoque se alinea con la concepción de que la creatividad en la solución de problemas implica tanto pensamiento divergente, caracterizado por la generación de múltiples ideas, como pensamiento convergente, orientado a la selección de las soluciones más útiles y originales (Urban et al., 2024; Yeo-Teh y Tang, 2021). Por lo tanto, la mediación de ChatGPT puede potenciar estos procesos cognitivos y metacognitivos, promoviendo una mayor fluidez y calidad en las producciones creativas de los estudiantes.

Lo cual concuerda con las investigaciones realizadas por Deng et al. (2025) quienes mencionan el uso de la herramienta ChatGPT han mejorado de manera significativa el estado emocional de los estudiantes; ya que, al ayudarlos en la reducción de tiempo y esfuerzo les genera una paz mental, la cual se ve reflejada de manera positiva en el rendimiento de cada estudiante. Pensamiento que es reforzado con los hallazgos de Jo (2024) quien indica que ChatGPT mejora el aprendizaje autónomo, siempre y cuando se utilice como una herramienta que ayude a la reflexión; ya que, de esta manera el usuario podrá experimentar diversas perspectivas, no solo el conocido.

2.3 Las tareas generativas

El enfoque del aprendizaje generativo establece que los estudiantes alcanzan mejores resultados cuando participan activamente en la selección, organización e integración del contenido. Cuyos procedimientos coinciden con la interacción que ocurre al utilizar ChatGPT; puesto que, que se espera formular prompts claros, organiza la información entregada y combinarla con sus conocimientos previos (Núñez-Canal et al., 2024).

En publicidad, esto se traduce en procesos cognitivos robustos, los estudiantes elaboran prompts creativos, estructuran respuestas, las ajustan a esquemas mentales publicitarios y las combinan con ideas personales. Este ciclo de selección, estructuración e integración no solo favorece una comprensión profunda del contenido, sino que refuerza la apropiación significativa de la tecnología ya no se usa pasivamente, sino como parte integral del proceso creativo.

Además, según Lee et al. (2025), la motivación es un motor clave ya que los estudiantes que se sienten competentes invirtiendo esfuerzo en tareas creativas exhiben un compromiso mayor y desarrollan su autorregulación cognitiva. En este contexto, ChatGPT actúa como un mediador de los procesos de pensamientos, generador de autonomía, siempre y cuando el usuario mantenga una postura ética, crítica y reflexiva durante el uso de la herramienta.

Mientras los estudiantes universitarios perciben el uso del ChatGPT como una herramienta poderosa, capaz de transformar los procesos de enseñanza y aprendizaje, generalmente es usado como un asistente de enseñanza. No está para reemplazar al docente sino para complementar. Aunque, es necesario establecer regulaciones éticas, para evitar el exceso de similitud en los trabajos académicos (Ojeda et al., 2023). Por lo tanto, es necesario establecer políticas claras para el uso adecuado de la IA Generativa (Plata et al., 2023). Otro aspecto a tener en cuenta es la privacidad. Los estudiantes universitarios indican que, si bien la IA es un apoyo y brinda confianza, sin embargo; indican que esta herramienta no brinda información exacta y el temor latente sobre su privacidad (Bubaš et al., 2024). Por lo tanto, los estudiantes lo utilizan para corregir la gramática/léxica y verificación de la escritura creativa (Sujecka-Zajac, 2024).

De igual manera, los profesores indican que usar IA, incluyendo el ChatGPT mejora la calidad de la escritura de los estudiantes, especialmente en las ideas innovadoras mejora su vocabulario, redactan con fluidez y coherencia, aunque existe el temor latente de una dependencia excesiva (Marzuki et al., 2023). El ChatGPT no solo existe para un área específica, sino que aborda disciplinas diversas y brinda soluciones integrales en beneficio de los estudiantes (Chon-Torres et al., 2024).

2.4 Creatividad

La creatividad, en un proceso que requiere de originalidad, utilidad y flexibilidad, en donde se pueden generar diversas ideas con el fin de explorar múltiples soluciones, las cuales deben ser novedosas en contextos relevantes (Guilford, 1950; Runco y Jaeger, 2012), se ha convertido en una competencia clave en entornos educativos mediáticos e híbridos, especialmente en carreras como Publicidad, donde la innovación y la diferenciación son pilares del

quehacer profesional. Este proceso implica tanto el pensamiento divergente, la habilidad de generar múltiples soluciones posibles como el pensamiento convergente en la capacidad de seleccionar la mejor opción entre varias alternativas. En este sentido, aprender a crear no es únicamente un acto espontáneo o intuitivo, sino que puede potenciarse con el uso estratégico de tecnologías emergentes, como las herramientas de inteligencia artificial generativa.

Diversos estudios recientes han demostrado que herramientas como ChatGPT pueden facilitar procesos creativos complejos, al ofrecer no solo insumos cognitivos para generar ideas, sino también oportunidades de reflexión, reescritura, estructuración y selección, propias de una mediación metacognitiva. Es por ello, que los autores Urban et al. (2024), indicaron que estudiantes que utilizaron ChatGPT en sus trabajos relacionados a un proceso creativo desarrollaron soluciones más originales y elaboradas, con una calidad mayor a las personas que no lo utilizaron. Lo que sugiere una apropiación activa de la herramienta puede convertirse en una aliada en la generación de soluciones creativas.

Desde una perspectiva pedagógica, el aprendizaje generativo definido como la capacidad de construir conocimiento nuevo a partir de la integración de información externa con los propios marcos conceptuales que se ve fortalecido por el uso crítico de estas tecnologías (Wittrock y Farley, 2010).

Mientras tanto, los autores Cotroneo y Hutson (2023), realizaron un estudio sobre el uso de DALL·E 2, y encontraron que los estudiantes que aprendieron a utilizar la estructura de prompts lograron refinar sus procesos creativos, en específico a detalles mejorando su proceso, profundizando en las múltiples posibilidades y aceptando sus limitantes.

Asimismo, Wallin (1962) argumenta que el aprendizaje significativo ocurre cuando el estudiante selecciona información relevante, la organiza en una estructura coherente y la integra con su conocimiento previo. Este modelo (SOI: selección, organización e integración) se aplica perfectamente al trabajo con herramientas como ChatGPT: el estudiante debe formular prompts estratégicos,

analizar las respuestas generadas, reorganizarlas según sus objetivos comunicacionales, y combinarlas con su experiencia previa. Así, se articula una apropiación creativa sostenida por procesos cognitivos y metacognitivos.

Más allá del potencial técnico, la creatividad mediada por IA implica un proceso de aprendizaje profundo. De igual manera, Ruiz-Rojas et al. (2023) indicaron que la integración de IA generativa con modelos de diseño instruccional puede fomentar la fluidez, la flexibilidad y la originalidad en tareas narrativas, reforzando el aprendizaje autónomo. Además, la evidencia empírica respalda la pertinencia de usar herramientas como ChatGPT en la enseñanza universitaria de la publicidad, siempre que se enmarque en una estrategia formativa que promueva el pensamiento crítico y evite el uso mecánico o superficial de estas herramientas (Jauhiainen y Garagorry-Guerra, 2024).

La mediación de ChatGPT se manifiesta en su capacidad para actuar como un colaborador en el pensamiento, más que como una fuente cerrada de respuestas. A través de su uso, los estudiantes exploran, ensayan, reformulan y reevalúan sus ideas, configurando un proceso de interacción creativa que estimula la toma de decisiones y el refinamiento de propuestas. De este modo, el uso de IA se convierte en una instancia de diálogo y no de sustitución, en la que el estudiante conserva el control y la responsabilidad del producto final.

Finalmente, investigaciones como las de Epstein et al. (2023) destacan que la IA generativa no solo transforma los medios de producción creativa, sino que abre nuevas formas de expresión y autoría. En el campo de la publicidad, donde la combinación de imagen, texto y estrategia es central, estas herramientas ofrecen posibilidades que pueden ser aprovechadas pedagógicamente para promover el aprendizaje activo, significativo y transformador. Sin embargo, como advierten Bolaño-García y Duarte-Acosta (2023) y Frutos et al. (2024), este potencial debe ir acompañado de una formación crítica en el uso de IA, que permita a los estudiantes evaluar sus limitaciones, implicancias éticas y riesgos.

En síntesis, la creatividad en tiempos de IA no desaparece, sino que se reconfigura. Herramientas como ChatGPT permiten a los estudiantes de

Publicidad ampliar su capacidad de invención, experimentar con estructuras narrativas, optimizar la comunicación de sus ideas y desarrollar competencias de autorregulación cognitiva. Estas tecnologías, bien integradas, pueden actuar como mediadoras del pensamiento creativo y catalizadoras de la innovación educativa, siempre que los procesos de apropiación se den desde una postura crítica, autónoma y estratégica.

En tal sentido, la inteligencia artificial ChatGPT ha ayudado de manera constante a los estudiantes en la generación de ideas, en específico una lluvia de ideas; las cuales le ayudarán a realizar conceptos que acaben en una idea creativa completa. Planteamiento que concuerda con Zhue et al. (2023) quienes indican que el uso de ChatGPT ha ayudado de manera significativa a la resolución de problemas de los estudiantes, pero que su uso sin supervisión de un docente o un tercero con conocimiento sobre su aplicación ética solo limitará su proceso creativo; ya que, recaerá en la actividad de copiar y pegar, sin generar un pensamiento crítico. Por lo cual, al igual que otros autores, se recomienda la observación y estrategias guiadas integradas al momento de usar inteligencias artificiales, más aún el papel del docente; ya que, se encargará de realizar una aplicación eficaz.

Por otro lado, Toma y Yáñez-Pérez (2024) realizaron un estudio en el cual se reveló que la herramienta ChatGPT afecta de manera positiva la creatividad de los estudiantes. No obstante, este debe realizarse mediante regulaciones propuestas por los mismos docentes; debido a que, deben velar que la intensidad de uso en la pedagogía sea para mejorar, como una ayuda para mejorar el pensamiento crítico. Además, aseguraron que, aunque se cumpla una supervisión activa y un uso correcto del ChatGPT en la generación de *prompts*, eso no asegura que los resultados sean creativos, ni que el estudiante se vuelva en un creativo.

En este sentido también se observa que la inteligencia artificial ChatGPT ha empezado a tomar un rol parecido al del docente. El cual no solo ayuda al estudiante en su proceso de aprendizaje con retroalimentación inmediata, sino también al docente, quien le ayuda a planificar y generar actividades de clases. Como consecuencia de ello, los docentes bajan su carga pedagógica y pueden

centrarse en mejorar las interacciones con sus estudiantes, con el fin de mejorar su enseñanza (Montenegro-Rueda et al., 2023). Lo cual concuerda con Albadarin et al. (2024), quienes señalan que la enseñanza pedagógica puede mejorar utilizando como herramienta facilitadora a ChatGPT, siempre y cuando se utilice con responsabilidad; donde el docente recuerde que es el principal responsable sobre los procesos de enseñanza y que la IA solo es una herramienta de ayuda y no su sustituto.

Situación que debe ser manejada con cautela dentro de las instituciones educativas superiores, donde debe ser preciso tomar acciones para que los estudiantes que utilicen esta herramienta de inteligencia artificial sean de una forma segura, donde sus datos no se encuentren expuestos en su totalidad, tener normativas que expresen una manera justa de trabajo entre IA y el ser humano, y además tener una integración de la IA de forma eficiente en las aulas (Smith et al., 2024).

Tales acciones deben tomarse con el fin de que tanto los estudiantes como docentes no tomen a ChatGPT como una herramienta que podría deshumanizar el proceso de enseñanza y aprendizaje o por el contrario crear un sentimiento de culpa o miedo por utilizar alguna herramienta que faciliten y automatice su trabajo (Jo, 2024). En tal sentido, Jo (2024) menciona que para evitar ello, es necesario incentivar su uso, pero de manera responsable donde su aplicación ética sea una pieza principal; ya que, no se puede negar el progreso y la innovación tecnológica, pero si se puede tomar acciones para que su adaptación a las aulas sea efectiva.

SEGUNDA PARTE: DISEÑO METODOLÓGICO Y RESULTADOS

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Planteamiento del problema de investigación

La inteligencia artificial (IA) está transformando los procesos de enseñanza y aprendizaje a nivel global. Organismos internacionales como la Unesco y la OCDE coinciden en que su integración responsable debe fortalecer y replantear la educación, pero también advierten sobre riesgos asociados, como la dependencia cognitiva, la desinformación o el desequilibrio en el acceso (OCDE, 2008, 2015; Unesco, 2020)

En este contexto, el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 de la Agenda 2030 solicita "Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad" en particular, la meta 4.4 propone aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos con competencias, en especial técnicas y tecnológicas, necesarias para el empleo, el trabajo decente y el emprendimiento (Cepal, 2019). La alfabetización digital, incluida la capacidad crítica de interactuar con herramientas como ChatGPT, forma parte esencial de estos desafíos.

En el Perú, incorporar tecnologías emergentes en educación superior es un avance que crece cada día, pero si esta no está regulada es decir sin políticas que establezcan parámetros crea un vacío en la formación académica del profesional especialmente en el aspecto ético, creativo e inventivo (Frutos et al., 2024b).

En una universidad privada de Lima, estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Publicidad han empezado a utilizar ChatGPT como apoyo en tareas académicas relacionadas con la ideación, redacción y propuesta creativa. Sin embargo, no existen estudios cualitativos que indaguen cómo estos jóvenes perciben la mediación de la IA en su proceso creativo, ni qué significado atribuyen a su integración en el entorno académico. Se desconoce también qué tensiones, apropiaciones o contradicciones emergen en el uso de estas tecnologías desde una perspectiva pedagógica.

A pesar del creciente interés por la IA en educación, existe una brecha significativa en la comprensión del modo en que estudiantes de carreras creativas como Publicidad, arte, diseño, entre otros viven, interpretan y problematizan el uso de herramientas como ChatGPT. Esta investigación busca aportar una mirada profunda sobre el fenómeno, centrada en las percepciones estudiantiles, sus experiencias creativas y los aprendizajes emergentes en el contexto universitario. Por ello se planteó la pregunta de investigación ¿Cuáles son las percepciones sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo de estudiantes de publicidad en una universidad de Lima?

3.2 Objetivos de investigación

Objetivo general

- Analizar las percepciones de los estudiantes de publicidad sobre el uso pedagógico de la inteligencia artificial en el desempeño creativo.

Objetivos específicos

- Explorar los significados que los estudiantes atribuyen a la mediación de ChatGPT en sus procesos de producción creativa.
- Comprender las experiencias de los estudiantes sobre el uso de ChatGPT con relación a su creatividad en el ámbito académico.
- Interpretar las percepciones de los estudiantes sobre la apropiación de la inteligencia artificial en sus experiencias creativas dentro del ámbito académico.
- Identificar contradicciones percibidas por los estudiantes sobre la integración de ChatGPT en sus procesos creativos.

3.3 Categorías de investigación

Las categorías de investigación fueron definidas a partir del marco conceptual, el objetivo general del estudio y la teoría de base empleada: la Teoría de la Actividad Expansiva (Engeström, 2014), que permite analizar el aprendizaje mediado por herramientas en contextos educativos.

En este sentido, se estableció como categoría principal el uso pedagógico de la inteligencia artificial en contextos universitarios, con

énfasis en el desarrollo de procesos creativos. Esta categoría general se desglosó en cuatro subcategorías:

- a. Mediación del ChatGPT: análisis del papel que cumple la IA como herramienta cognitiva (Gunawan, 2019).
- b. Cultura del uso: prácticas, creencias y hábitos de los estudiantes respecto a la IA (Colón et al., 2023).
- c. Apropiación creativa que es la forma en que los estudiantes integran la IA a sus procesos de ideación y resolución creativa (Urban et al., 2024).
- d. Conflictos del sistema: tensiones, limitaciones o contradicciones percibidas en el uso de la IA (Engeström, 2014).

Estas subcategorías guiaron tanto el diseño de la guía de entrevista como el posterior análisis temático del discurso de los participantes.

3.4 Enfoque metodológico

La presente investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, desde una perspectiva interpretativa, orientada a comprender las percepciones y experiencias subjetivas de estudiantes de publicidad frente al uso de inteligencia artificial específicamente ChatGPT en su proceso creativo.

El diseño metodológico adoptado fue un estudio de caso cualitativo instrumental (Monje Álvarez, 2011), el cual permite examinar en profundidad un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real. En la presente investigación, el fenómeno corresponde al uso pedagógico de una herramienta de IA en entornos universitarios de formación creativa.

Esta estrategia se consideró pertinente dado que el objetivo no fue generalizar los hallazgos, sino comprender la complejidad del fenómeno desde las voces y experiencias de los propios estudiantes. Además, el estudio de caso permitió integrar distintas fuentes de información (discursos, experiencias previas, reflexiones) dentro de un marco analítico situado (Declich et al., 2022)

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo por dos razones. El primero, es por la cantidad de participantes, ya que no se busca alcanzar una saturación típica de estudios fenomenológicos, sino generar comprensión sobre las experiencias vividas de los estudiantes. La otra razón es el entorno, en este caso es una institución específica, una universidad concreta y carreras creativas delimitadas. Por lo tanto, la perspectiva cualitativa permite capturar la complejidad del fenómeno.

3.5 Método de investigación cualitativa

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, el cual permite comprender en profundidad las experiencias, significados y perspectivas subjetivas de los estudiantes de publicidad respecto al uso de herramientas de inteligencia artificial, como ChatGPT, en su desempeño creativo.

Este enfoque parte del paradigma interpretativo, el cual reconoce que la realidad es construida socialmente por los sujetos y que el investigador busca interpretar dichos significados desde el contexto en que emergen (Denzin y Lincoln, 1994). Se trata, por tanto, de un proceso inductivo, flexible y orientado a la comprensión, más que a la explicación (Creswell y Miller, 2000).

La investigación cualitativa fue especialmente adecuada en este caso porque el objetivo fue explorar cómo los estudiantes integran tecnologías como ChatGPT en tareas creativas, lo cual implica analizar no solo sus discursos, sino también los procesos cognitivos, emocionales y formativos asociados al aprendizaje creativo (Flick, 2015).

Participantes clave

Los participantes clave de esta investigación fueron seis estudiantes mujeres, cuyas edades oscilaron entre 20 y 25 años, pertenecientes a los últimos ciclos de la carrera de Publicidad en una universidad privada de Lima Metropolitana. La selección fue realizada

mediante un muestreo intencional por criterios, con base en la relevancia del perfil de las participantes para el objetivo del estudio (Tolgfors, 2018).

Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Tener experiencia previa en el uso de ChatGPT en tareas académicas.
- Estar involucradas en cursos o proyectos que demanden pensamiento creativo aplicado al diseño de campañas publicitarias.
- Mostrar disposición a participar voluntariamente y reflexionar críticamente sobre sus experiencias.

El muestreo cualitativo, a diferencia del cuantitativo, no busca representatividad estadística sino profundidad y riqueza informativa. En este sentido, las participantes claves fueron seleccionadas por la capacidad de ofrecer datos relevantes para la investigación.

Las entrevistas se desarrollaron de manera virtual, a través de la plataforma Zoom, el tiempo aproximado de cada entrevista osciló entre 45 minutos y 1 hora. El entrevistador fue el propio autor de esta tesis, comunicador y docente de pregrado, con amplia experiencia en el campo educativo y especializado en tecnologías aplicadas a la comunicación, sin relación previa con las entrevistadas, lo cual garantizó imparcialidad durante el proceso.

3.6 Técnica e instrumentos

La técnica principal utilizada en este estudio fue la entrevista semiestructurada, por su capacidad para profundizar en las experiencias subjetivas (Medina-Romero et al., 2023) y en los discursos de los participantes sobre el uso pedagógico de la inteligencia artificial, específicamente ChatGPT, en contextos de aprendizaje creativo. Esta técnica permitió una interacción dialógica, favoreciendo los relatos ricos y significativos.

Con relación al instrumento se utilizó una guía de preguntas semiestructurada es especialmente valiosa para captar la dimensión vivencial y contextual de los sujetos, permitiendo explorar cómo

comprenden, resignifican y apropian herramientas digitales en su formación académica. Esta técnica fue pertinente para comprender los procesos de apropiación creativa y mediación tecnológica desde la perspectiva de los estudiantes universitarios de la carrera de Publicidad.

3.6.1 Diseño del instrumento

El instrumento empleado fue una guía de entrevista, construida a partir de los objetivos de investigación y del marco conceptual propuesto por Engeström (2014), desde la teoría de la actividad y el aprendizaje en el trabajo.

La guía se estructuró considerando una categoría principal Uso pedagógico de la inteligencia artificial y cuatro subcategorías analíticas:

- Apropiación creativa
- Mediación de ChatGPT
- Conflictos del sistema
- Cultura del uso

Cada subcategoría contó con preguntas orientadoras que permitieron guiar el diálogo sin restringir la espontaneidad del discurso de los participantes. En la tabla 1, se detallan los indicadores clave. La flexibilidad de la entrevista semiestructurada permitió adaptar el orden y el énfasis de las preguntas según el flujo de la conversación y la experiencia particular de cada entrevistada.

Tabla 1

Categoría, subcategorías e indicadores clave

Categoría	Subcategoría	Indicadores clave
Uso pedagógico de la Inteligencia artificial	Apropiación creativa	– Sujeto – Resultado
	Mediación de ChatGPT	– Objeto – Herramientas
	Conflictos del sistema	– Contradicciones internas
	Cultura de uso	– Comunidad

Tabla 2

Guía de preguntas

Categoría	Subcategorías	Preguntas
Uso pedagógico de la Inteligencia artificial	Apropiación creativa	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Has usado ChatGPT para desarrollar ideas o proyectos creativos en tus cursos de Publicidad? Si es así, ¿Cómo describirías tu experiencia? - ¿Qué resultados o logros atribuyes al uso de ChatGPT en tus procesos creativos? ¿Qué limitaciones has encontrado?
	Mediación de ChatGPT	<ul style="list-style-type: none"> - ¿En qué parte del proceso creativo sientes que ChatGPT te ha ayudado más (por ejemplo: generar ideas, escribir textos, ¿organizar contenido)? - ¿De qué manera sientes que el uso de ChatGPT ha influido en tu forma de pensar o estructurar tareas creativas?
	Conflictos del sistema	<ul style="list-style-type: none"> - ¿En algún momento sentiste que ChatGPT limitaba más de lo que potenciaba tu creatividad? ¿Puedes dar un ejemplo? - ¿En algún momento te has enfrentado a dilemas o tensiones al usar esta herramienta (como depender de ella o cuestionar su aporte)?
	Cultura de uso	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Consideras que el uso de ChatGPT complementa o interfiere con tu propio proceso creativo? ¿Por qué? - ¿Qué sentimientos o actitudes experimentas al usar ChatGPT en tus trabajos creativos (motivación, duda, dependencia, entusiasmo, etc.)? - ¿Cómo te gustaría que se integre ChatGPT en tu formación académica de forma ética y creativa?

3.6.2 Validación de instrumentos

Para asegurar la pertinencia, claridad y coherencia interna de la guía de entrevista utilizada en esta investigación, se realizó una validación por juicio de expertos, estrategia común en estudios cualitativos para

garantizar la adecuación del instrumento a los objetivos y categorías de análisis propuestos.

El instrumento fue evaluado por dos especialistas con amplia trayectoria profesional y académica en el campo de las comunicaciones, particularmente en los ámbitos de la creatividad publicitaria, la producción audiovisual y el uso de tecnologías digitales aplicadas a la educación superior.

Los criterios de validación del instrumento considerados por los expertos fueron Relevancia, Claridad, Adecuación y coherencia como se detalla en la tabla 3.

Tabla 3

Criterios de validación del instrumento

Categoría	Criterios	Especificidades
Uso pedagógico de la Inteligencia artificial	Relevancia	Relevancia de las preguntas con relación a las categorías de análisis (apropiación creativa, mediación de ChatGPT, conflictos del sistema y cultura del uso).
	Claridad	Claridad semántica y lingüística de los ítems propuestos
	Adecuación	Adecuación del lenguaje al perfil de los participantes (estudiantes de publicidad)
	Coherencia	Coherencia entre los objetivos de la investigación y las preguntas de la entrevista

A partir de las observaciones realizadas, se efectuaron ajustes menores en la redacción de algunas preguntas para mejorar su comprensión y evitar ambigüedades. Asimismo, se reorganizó el orden de ciertas preguntas para favorecer una progresión lógica y fluida del diálogo durante la entrevista.

Este proceso de validación contribuyó a fortalecer la validez de contenido del instrumento, asegurando que las preguntas guíen eficazmente la recolección de información relevante para los objetivos de la investigación

3.6.3. Aplicación de los instrumentos

La aplicación de la guía de entrevista semiestructurada se realizó de forma virtual, mediante la plataforma Zoom, lo que permitió una interacción sincrónica y confidencial con las participantes, respetando las condiciones éticas y metodológicas del estudio.

Se entrevistó a un total de seis participantes, todas ellas estudiantes mujeres de los últimos ciclos de la carrera de Publicidad en una universidad privada de Lima. Las entrevistas se realizaron de manera individual, con una duración aproximada de 45 minutos a una hora cada una, y fueron grabadas con el consentimiento expreso de las participantes para su posterior transcripción y análisis.

El entrevistador fue el propio autor de esta investigación, quien cuenta con formación profesional en Comunicación, estudios de maestría en el área, y una amplia experiencia en el campo de la creatividad y las tecnologías aplicadas a la educación. Cabe señalar que el entrevistador no tenía ningún vínculo académico, laboral ni personal con las participantes, lo que garantizó una posición neutral y objetiva durante la recolección de datos.

Previo al inicio de cada entrevista, se procedió a la lectura del consentimiento informado, en el que se explicó claramente a las participantes la finalidad de la investigación, el carácter voluntario de su participación, el respeto por su confidencialidad y la posibilidad de retirarse del estudio en cualquier momento sin consecuencias. Posteriormente, las participantes manifestaron su conformidad verbal y escrita para participar en el estudio.

Este proceso de aplicación fue cuidadosamente planificado para garantizar un ambiente de confianza, apertura y respeto, lo cual favoreció la **profundidad y riqueza de las narrativas** obtenidas, esenciales para el abordaje cualitativo propuesto.

3.7 Procedimientos para la información corregida

Una vez realizadas y transcritas las entrevistas, se procedió a organizar la información de forma sistemática para su posterior análisis cualitativo. Para ello, se siguieron las siguientes etapas:

1. Codificación inicial de entrevistas:

Cada entrevista fue identificada mediante un código alfanumérico que preservara la confidencialidad de las participantes. Se usaron códigos como E001, E002, E003, acompañados de datos relevantes como edad y año de estudio E001-20 -8.

- E001- Estudiante 1
- 20- Edad
- 8- Octavo ciclo

2. Transcripción textual:

Las entrevistas fueron transcritas de manera literal, respetando los giros del lenguaje y expresiones propias de las participantes para conservar la riqueza del discurso. Las transcripciones fueron revisadas por el investigador para asegurar la fidelidad de los datos.

3. Organización con base a categorías analíticas

Una vez transcritas, las entrevistas fueron analizadas a partir de las categorías establecidas en el marco teórico: Aplicación creativa, Mediación del ChatGPT, Conflictos del sistema y Cultura del uso.

4. Codificación temática con apoyo del software ATLAS. Ti para organizar, codificar y clasificar las unidades de análisis. A través de la codificación abierta se identificaron patrones, regularidades y relaciones entre categorías, facilitando la interpretación del fenómeno desde la perspectiva de las participantes.

5. Aplicación de criterios de rigor metodológico:

Para asegurar la validez del análisis se aplicaron los criterios de rigor propios de la investigación cualitativa (Arias-Valencia y Giraldo Mora, 2011; Castillo y Vásquez, 2003).

- a. Credibilidad: Se logró mediante la triangulación de las respuestas de las distintas participantes y la revisión cuidadosa de las

transcripciones para asegurar una representación fiel de sus percepciones.

- b. Transferibilidad: Se describió detalladamente el contexto y las características de las participantes, con el fin de facilitar la comparación y aplicación de los hallazgos a contextos similares
- c. Dependibilidad: Se mantuvo un registro sistemático y transparente de todos los procedimientos realizados durante el análisis de los datos, permitiendo la trazabilidad de las decisiones metodológicas.
- d. Confirmabilidad: Se priorizó la voz de las participantes en la interpretación de los datos, minimizando la influencia de prejuicios o sesgos del investigado.

3.8 Aspectos éticos

La presente investigación se llevó a cabo respetando rigurosamente los principios éticos establecidos por el Comité de Ética de la Investigación para Ciencias Sociales, Humanas y Artes de la Pontificia Universidad Católica del Perú (CEI-CCSSHAA). Se tomaron en cuenta los lineamientos éticos aplicables a estudios cualitativos que implican la participación directa de personas en contextos educativos. Las medidas éticas adoptadas incluyeron:

a. Consentimiento informado:

Antes del inicio de cada entrevista, las participantes fueron informadas detalladamente sobre los objetivos de la investigación, el carácter voluntario de su participación, el uso que se daría a la información recogida y su derecho a retirarse del estudio en cualquier momento sin ninguna consecuencia. Cada participante firmó un consentimiento informado, y este fue leído y explicado verbalmente para asegurar su comprensión.

b. Confidencialidad y anonimato:

Para garantizar la privacidad de las participantes, sus respuestas fueron codificadas con identificadores alfanuméricos (por ejemplo, E001, E002), y no se recolectaron datos personales sensibles. Los archivos de audio, las transcripciones y los registros de análisis fueron almacenados en

carpetas protegidas por contraseña, accesibles únicamente para el investigador principal.

c. No relación de poder:

El investigador que condujo las entrevistas no tenía ninguna relación jerárquica o académica directa con las participantes, evitando así cualquier forma de coerción o influencia indebida en sus respuestas.

d. Integridad en el proceso de investigación:

El desarrollo del estudio se realizó con total respeto a los derechos de los participantes, sin manipulación de información ni afectación emocional, intelectual o física. Se procuró siempre generar un espacio seguro y respetuoso para la expresión de ideas.

e. Uso ético de los datos:

La información recogida fue utilizada exclusivamente con fines académicos y científicos, y no fue publicada de forma que permitiera identificar a las personas entrevistadas. Asimismo, los documentos relacionados con el consentimiento informado y demás anexos éticos no fueron compartidos públicamente, con el fin de proteger la identidad de las participantes.

En concordancia con lo señalado por Orb et al. (2001) quienes mencionan que en toda investigación resulta imprescindible desarrollar una conexión ética con los sujetos de estudio; los cuales, se basan en el respeto, la privacidad y la protección de sus derechos. Principios que han guiado a la mayoría de proceso investigativos desde su diseño hasta la interpretación de los resultados.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente apartado se presenta los hallazgos encontrados luego de la entrevista realizada a los sujetos de estudio. La entrevista se centró en el conocimiento y el uso que poseen los estudiantes sobre la herramienta de inteligencia artificial, ChatGPT. Dentro del análisis se abordó las cuatro subcategorías seleccionadas, con el fin de analizar y comprender el contenido de las palabras de los sujetos de estudios.

Las preguntas realizadas, se realizaron en distintos tiempos y por un medio online; ya que, el autor se adecuó a las necesidades y tiempos de los sujetos de estudios. Debido a ello, los entrevistados lograron explayarse durante la entrevista y respondieron de manera cómoda las interrogantes.

Las preguntas formales fueron ocho, pero se aumentaron en algunos casos, con el fin de profundizar en las respuestas de los sujetos de estudio. Los cuales fueron seis estudiantes de noveno ciclo de una institución superior. En la presente tabla se puede apreciar las codificaciones realizadas, las cuales se rescatan de las entrevistas realizadas a los sujetos de estudio

Tabla 4

Codificación por color

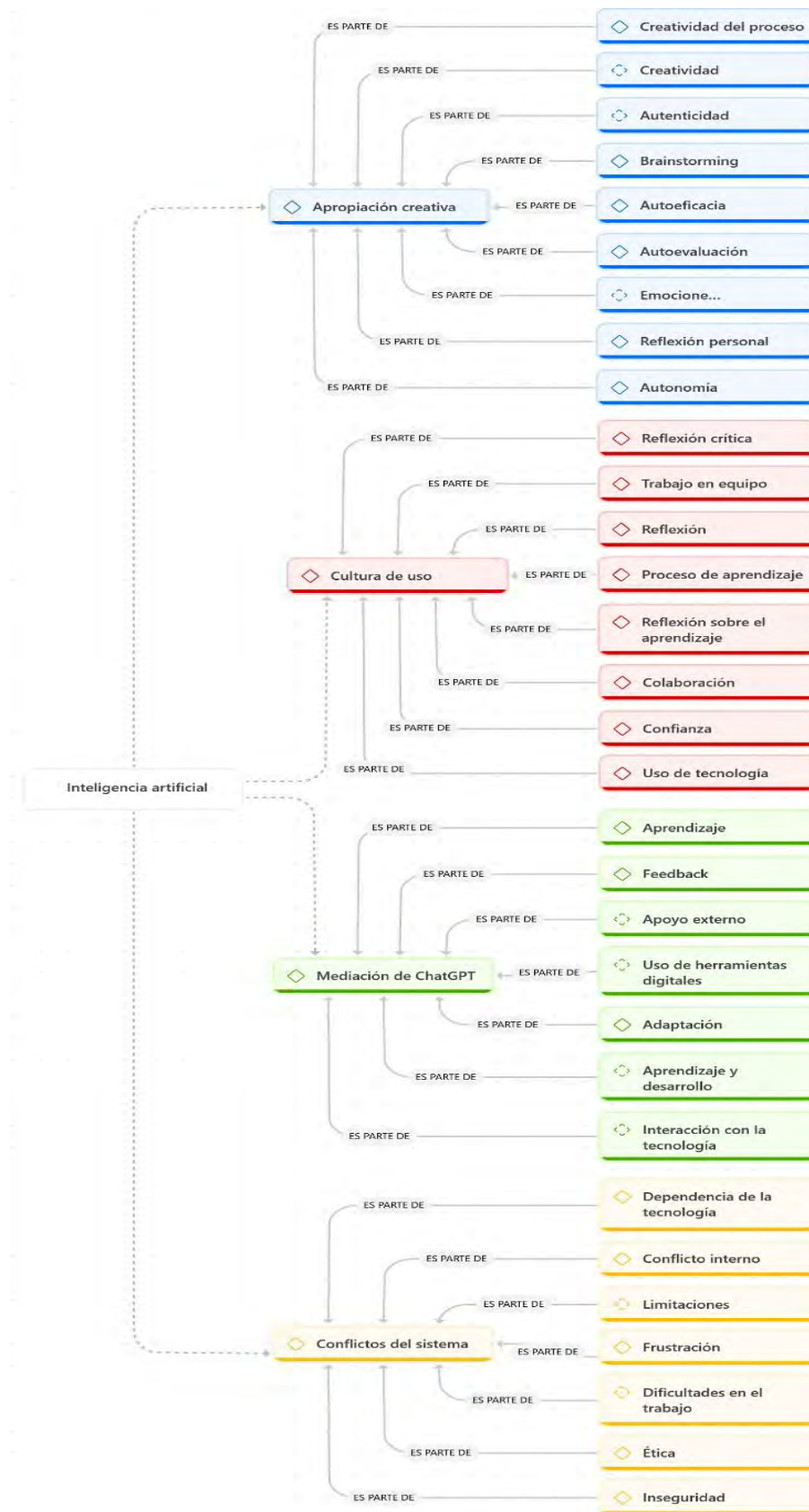
Código	Densidad
● Adaptación	12
● Apoyo externo	11
● Aprendizaje	11
● Aprendizaje y desarrollo	27
● Autenticidad	22
● Autoeficacia	11
● Autoevaluación	15
● Autonomía	11
● Brainstorming	3
● Colaboración	49

● Confianza	10
● Conflicto interno	3
● Creatividad	113
● Creatividad del proceso	71
● Dependencia de la tecnología	3
● Dificultades en el trabajo	27
● Emociones y percepción	33
● Ética	9
● Feedback	5
● Frustración	20
● Inseguridad	9
● Interacción con la tecnología	24
● Limitaciones	10
● Proceso de aprendizaje	4
● Reflexión	7
● Reflexión crítica	4
● Reflexión personal	7
● Reflexión sobre el aprendizaje	4
● Trabajo en equipo	6
● Uso de herramientas digitales	27
● Uso de tecnología	28

Las cuales a su vez se encuentran señaladas por colores, los cuales dependen de la subcategoría a que pertenecen. Mientras la densidad, es el número de veces que se pudo encontrar la codificación dentro las respuestas de los entrevistados.

El cuadro de codificaciones ayudó a elaborar los gráficos dentro de la aplicación Atlas. Ti, las cuales primero se presentan de manera general, con el fin de conocer el panorama completo de los resultados encontrados. Luego, se presentaron las cuatro subcategorías estudiadas, con sus respectivas codificaciones. De esta manera, se pudo analizar de manera específica cada elemento, y las posibles razones de los códigos encontrados.

Figura 1
Codificaciones sobre inteligencia artificial



Con relación al objetivo general, se puede rescatar de las entrevistas que la inteligencia artificial es encontrada como una herramienta para potenciar el proceso creativo al momento de realizar proyectos publicitarios, en específico al momento de desbloquear crisis creativas o estructurar ideas planteadas en una lluvia de ideas, como uno de los entrevistados menciona *“...empezamos a hablar entre nosotros y luego continuamos con chatGPT, pero siempre ha sido más en la generación de las ideas...”* (E_03).

De igual manera, se indica que la inteligencia artificial, ChatGPT, general una sensación de seguridad en los entrevistados; ya que, les da un refuerzo a que sus avances se dirigen en un buen camino, *“siento que da una aprobación que a veces es necesaria... también te dice a veces si está bien esto y que podría cambiarse, ósea sientes que te da como una seguridad el que chat apruebe tus ideas...”* (E_05).

No obstante, los sujetos entrevistados mencionan que a pesar de uso constante aún presentan dilemas éticos al usar o no el ChatGPT; ya que, si bien indican que su uso presenta elementos positivos, sienten que pueden convertirse en dependientes si no tienen autocontrol, como se puede observar en la cita *“...sí he sentido esa dependencia de entrar a chatGPT cada vez que me siento como bloqueada, que bueno estoy tratando de cambiarlo, pero a veces es quiero conversar con alguien...”* (E_03).

Por ello mismo, algunos entrevistados señalan que, para un uso eficaz de la inteligencia artificial, en específico ChatGPT, es necesario poseer habilidades tecnológicas que ayuden a generar resultados de calidad, y entender que el resultado final no es el resultado dado por la IA, *“...es urgentísimo en la universidad de capacitaciones del uso de la herramienta...”* (E_01).

Por los hallazgos indicados se puede rescatar dentro de la categoría inteligencia artificial, se encuentran las subcategorías apropiación creativa, cultura de uso, mediación de ChatGPT y conflictos del sistema. Donde la apropiación creativa se encuentra relacionada a la conexión y trabajo en conjunto que tienen los entrevistados con la aplicación. Mientras que la cultura de uso, se relaciona el proceso de aprendizaje de la IA de manera ética y como herramienta de reflexión de ideas. En la misma línea, la mediación de ChatGPT la IA se

comporta como un compañero en proceso de creación de ideas; además, de mejorar en los productos. Por otro lado, el conflicto del sistema, se encuentra el dilema de los sujetos de estudios al utilizar la IA, si se encuentran realizan un sobre uso del sistema.

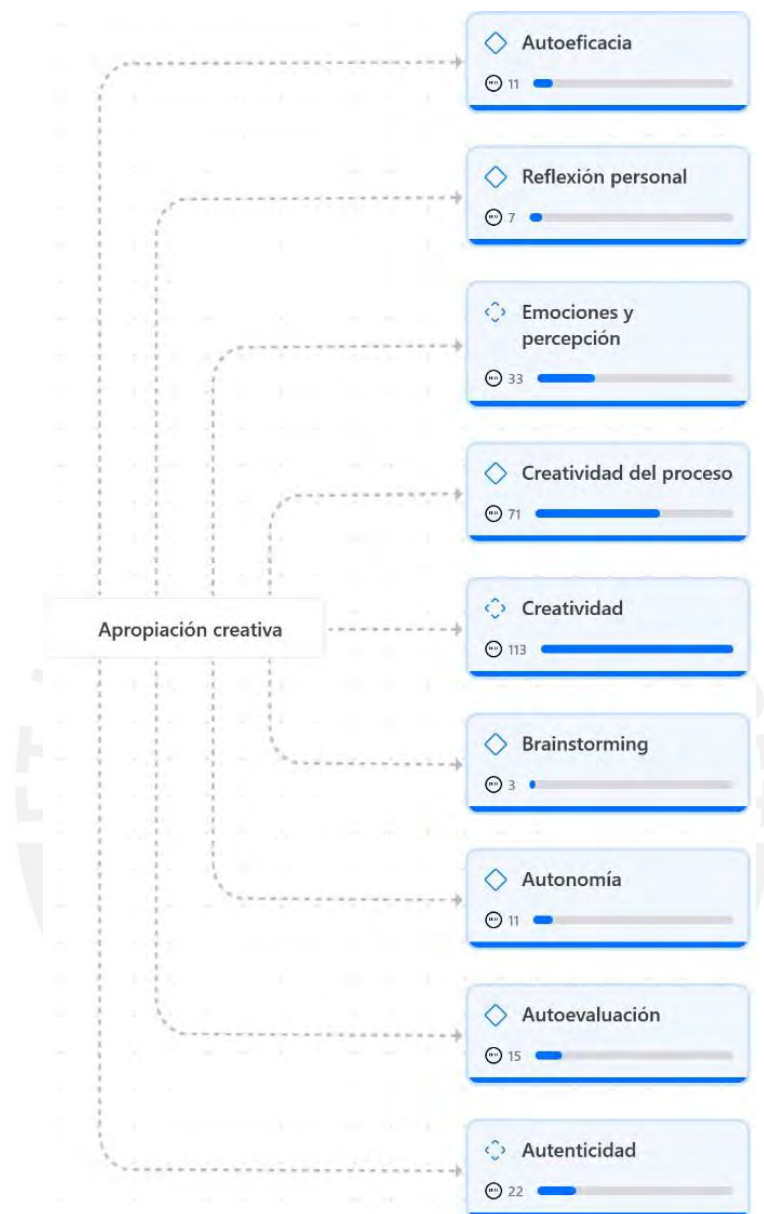
Tales hallazgos se encuentran relacionados con los pensamientos de los autores Zhou y Peng (2025), quienes mencionan que se necesita mejorar la alfabetización en IAs, las cuales deben iniciar por parte del docente, con el fin de tener un efecto positivo en los estudiantes. Lo cual, a su vez repercute en una mejora en el desarrollo de su proceso creativo. En este sentido, concuerda con los pensamientos de Romero-Rodríguez et al. (2023), quienes mencionan que si bien el ChatGPT motiva al estudiante al ayudarlo en la resolución de sus problemas. No obstante, también los autores indican que su uso presenta riesgos en cuanto lo ético; ya que, son los mismos estudiantes que indican preocupación por la originalidad de sus trabajos; ya que no desean caer en la copia.

Ambos autores señalan la importancia del uso del ChatGPT por los estudiantes y las problemáticas que se pueden presentar, elementos que también lo comparten Bhullar et al. (2024), donde señalan que para que exista un aprendizaje de calidad junto las inteligencias artificiales es necesario conocer, usar de manera responsable y comprometerse a utilizar de manera adecuada el ChatGPT, de esta manera se estimulara de manera constante el pensamiento creativo y crítico de los estudiantes.

En este sentido, se entiende que tanto los sujetos de estudio como los autores se encuentran de acuerdo que se debe mejorar el aprendizaje sobre el uso adecuado del ChatGPT; debido que, es necesario si se quiere mejorar el aprendizaje actual.

Figura 2

Codificación de la subcategoría 1 sobre la Apropiación creativa



Con relación a la subcategoría apropiación creativa, y luego del análisis de las respuestas dadas por los sujetos de estudios se pudo encontrar nueve codificaciones, que representan sus respuestas. Las cuales son desde autoeficacia, reflexión personal, emociones y percepción, creatividad del proceso, creatividad, brainstorming, autonomía, autoevaluación y autenticidad. Siendo los códigos de “creatividad”, “creatividad del proceso”, “emociones y percepción” y “autenticidad” son los elementos más repetitivos dentro de las

respuestas dadas por sujetos de estudio. De esta manera, los entrevistados indican que utilizan la IA para mejorar sus productos e ideas *“Yo siento que mi idea sí es creativa pero el que me ayuda es chatGPT, es como que me ayuda a ver alrededor para que mi idea creativa pueda tener más aristas de dónde argumentarla...”* (E_01), *“...al principio nos da una lluvia de ideas para nosotros empezar ya desde algo, cuando no sabes por dónde empezar...”* (E_05).

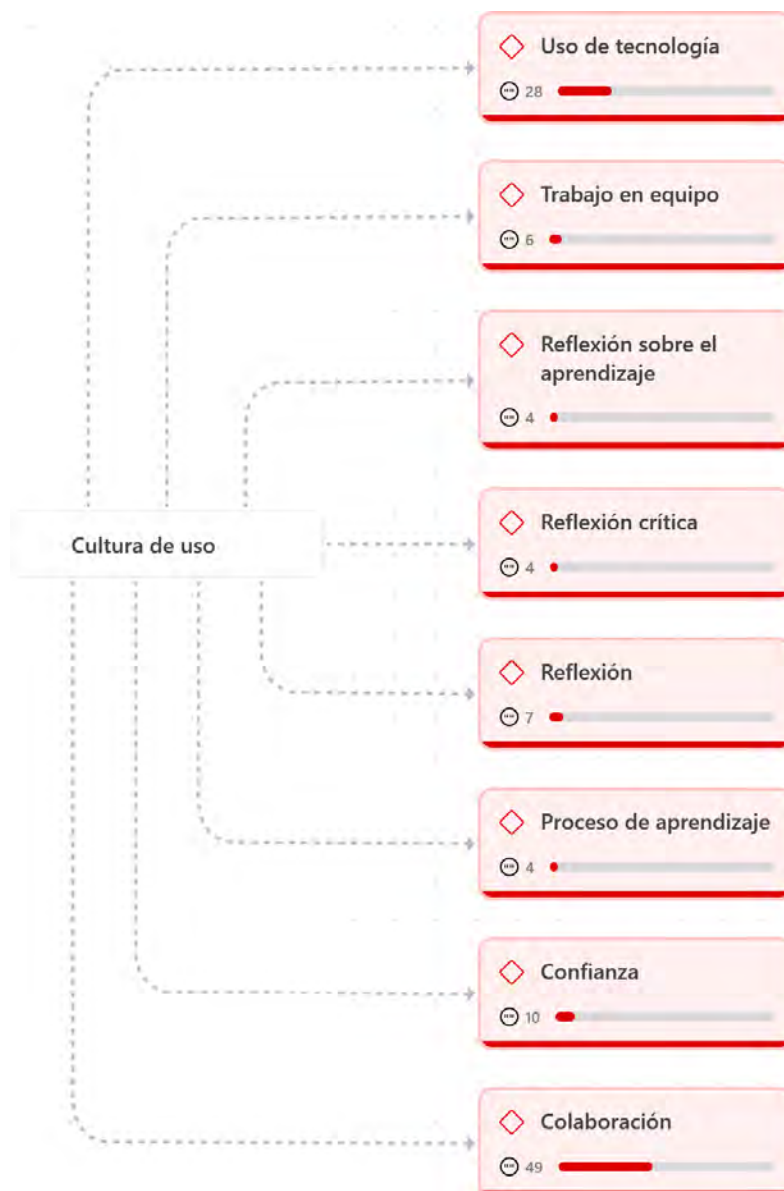
Tales resultados se encuentran relacionados con los pensamientos de Vakratsas y Wang (2020); quienes afirmaron en su investigación que, el uso de la IA no cambia el trabajo creativo de persona, sino es una herramienta que ayuda a quien lo utiliza a explorar otros puntos de vista. Puesto que, reafirman que el proceso creativo no se basa en resultados, sino que se va generando poco a poco mediante la exploración constante, ahí es donde la autoeficacia de la persona sale a relucir.

Lo anterior concuerda con los pensamientos de Inie et al. (2023), quienes mencionan que las IAs son herramientas funcionales al momento de generar ideas creativas; pero al mismo tiempo debe realizarse un proceso ético, con el fin de no caer en el copiar y pegar de la información.

En tal sentido, se recalca que el uso de inteligencia artificial no es negativo. Al contrario, ayuda en los procesos de estructura y generación de ideas, convirtiéndose en un complemento de ayuda continua. No obstante, es necesario conocer los riesgos éticos que puede traer sino se tiene un buen uso de la herramienta, en este caso ChatGPT.

Figura 3

Codificación de la subcategoría 2 sobre la Cultura de uso



Con relación a la subcategoría cultura de uso, y luego del análisis de las respuestas dadas por los sujetos de estudios se pudo encontrar ocho codificaciones, que representan sus respuestas. Las cuales son desde uso de tecnología, trabajo en equipo, reflexión sobre el aprendizaje, reflexión crítica, reflexión, proceso de aprendizaje, confianza, colaboración. Siendo los códigos de “colaboración” y “uso de tecnología” como los elementos más repetitivos

dentro de las respuestas dadas por sujetos de estudio. Los entrevistados indican que utilizan el ChatGPT de manera concurrente, pero con moderación; ya que, sienten que pueden perder su esencia creativa si la IA representa más del 50% de sus ideas, y tiene que ser una colaboración entre la herramienta y sus propias ideas, *“...para esas cosas sí me abstengo un poco de usarlo porque sí creo que prefiero que se note un poco más de mi esencia por así decirlo...”*(E_02), *“Por eso yo sí creo que es 70% tú y 30% el chat, ya que uno siempre tiene un porcentaje mayor...”*(E_05), *“más que nada complementa, porque a veces sea estás con los tiempos ajustados y no te da tiempo...”*(E_06), *“...incluso esta herramienta nos ayuda a complementar las ideas de una forma que quizás antes era un poco más difícil de hacer...”*(E_04).

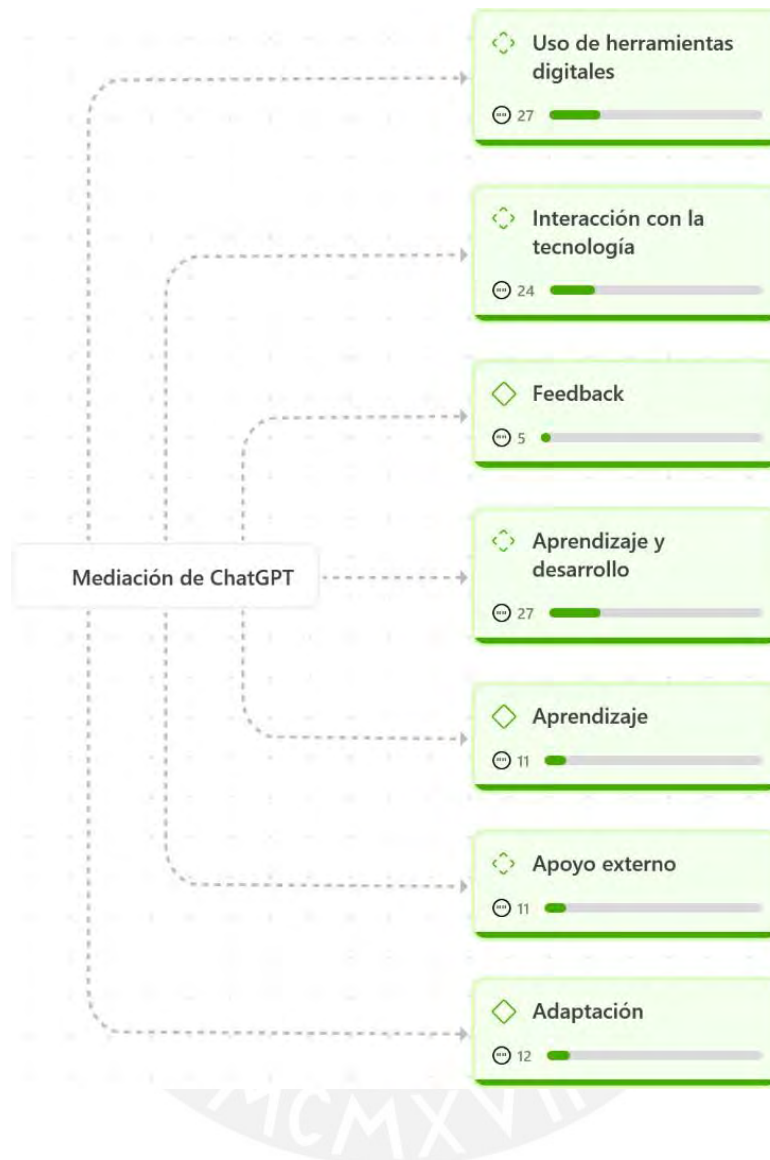
Tales resultados se encuentran relacionados con los pensamientos de Andrade-Girón et al. (2024), quienes mencionan que últimos estudios sustentan que los estudiantes en la actualidad se encuentran dentro de una nueva ola digital, donde la inteligencia artificial es uno de los elementos más utilizados. No obstante, la falta de rigurosidad sobre su uso ha creado brechas para el plagio de conocimientos, sin una mentalidad crítica. Por lo cual, el docente y autoridades deberían transformar sus procesos de enseñanza, no solo para que los estudiantes comprendan la interacción con la IA, sino también en su regulación como nueva estrategia pedagógica.

Pensamiento que comparten los autores Lee y Palmer (2025) quienes reafirman que el uso de la inteligencia artificial es inminente. Por ello, es necesario reformar el modo de uso de la herramienta; ya que, los estudiantes deben de comprender que el conocimiento que recolectan de las IAs son construidas y necesitan de un formato adecuado para funcionar de manera eficiente y eficaz.

Lo cual sustenta la necesidad de mejorar el proceso de creación de ideas, con el fin de que tanto estudiantes como docentes puedan obtener un feedback certero y confiable; ya que, se debe rectificar si los datos obtenidos son 100% verdaderos o necesitan un ajuste.

Figura 4

Codificación de la subcategoría 3 sobre la Mediación de ChatGPT



Con relación a la subcategoría mediación de ChatGPT, y luego del análisis de las respuestas dadas por los sujetos de estudios se pudo encontrar siete codificaciones, que representan sus respuestas. Las cuales son uso de herramientas digitales, interacción con la tecnología, feedback, aprendizaje y desarrollo, aprendizaje, apoyo externo y adaptación. Siendo los códigos de “uso de herramientas digitales”, “interacción con la tecnología” y “aprendizaje y desarrollo” como los elementos más repetitivos dentro de las respuestas dadas por sujetos de estudio. Puesto que, los entrevistados indican que ChatGPT funciona como un facilitador o mediador de retroalimentación instantánea;

debido a que, pueden utilizarlo para asegurarse que las ideas propuestas son efectivas o pueden mejorar, *“...ayudar a mejorar porque vio un lado que yo no vi, pero no me creó la idea...”* (E_01), *“...en quizás oye mira tú idea está 10 de 10, pero podrías mejorarla un poco más...”* (E_04) *“Yo siento que no da para que copies exacto, pero sí te da un punto de partida. No es perfecta la herramienta, pero te ayuda un poco ¿no? que te acompaña en el proceso”* (E_06).

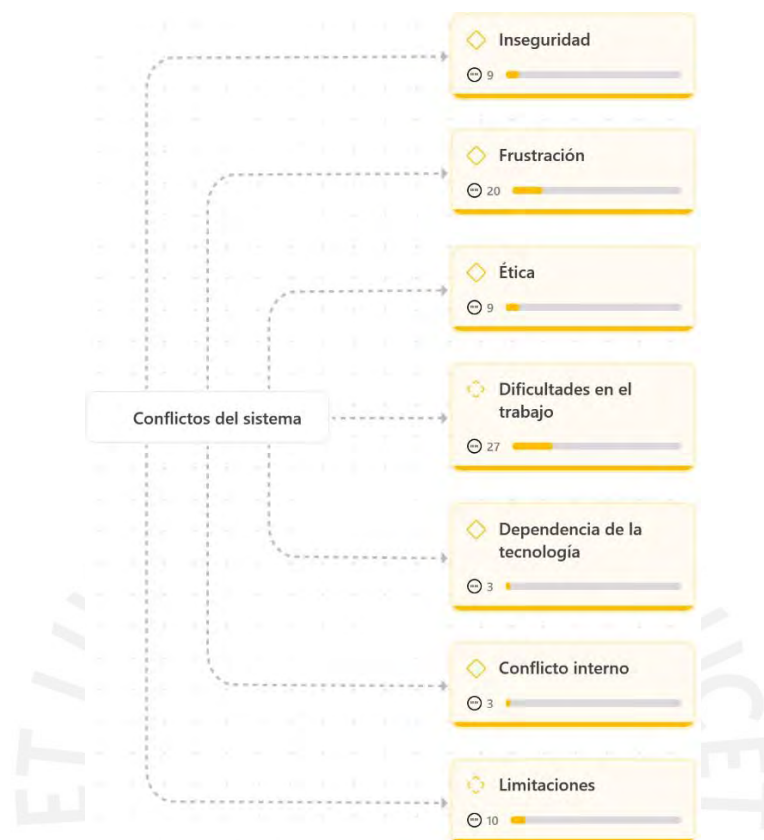
Tales resultados se encuentran relacionados con los pensamientos de Federiakin et al. (2024), quienes mencionan que el uso de la herramienta ChatGPT ayuda en el proceso de desarrollo de ideas, pero que a su vez la persona que interactúa con la IA es fundamental; ya que este aprende durante el tiempo. Por lo cual, proponen modelos para mejorar la experiencia de uso, como el mejorar el prompt utilizado, comprendiendo y conociendo sobre la alfabetización de las IAs.

Pensamientos que pueden compartir con Kozulin (2002), quien se basa en la teoría de la aproximación, donde el estudiante aprende por proximidad, a lo cual la inteligencia artificial se involucra. Siendo una nueva herramienta de aprendizaje continuo, que ayuda a amplificar el conocimiento existente del sujeto de estudio.

Por lo que se puede inferir, que, si se mejora las habilidades para utilizar las IAs, el feedback esperado será mucho más certero. Lo cual ayudará en el proceso creativo, no solo en su forma estructural, sino también en tiempos y encontrar elementos ignorados que son de gran valor.

Figura 5

Codificación de la subcategoría 4 sobre los Conflictos del sistema



Con relación a la subcategoría conflictos del sistema, y luego del análisis de las respuestas dadas por los sujetos de estudios se pudo encontrar siete codificaciones, que representan sus respuestas. Las cuales son inseguridad, frustración, ética, dificultades en el trabajo, dependencia de la tecnología, conflicto interno y limitaciones. Siendo los códigos de “frustración”, “dificultades en el trabajo” y “limitaciones” como los elementos más repetitivos dentro de las respuestas dadas por sujetos de estudio. Puesto que, los entrevistados indican que sienten que el uso excesivo de la IA genera la pérdida de su esencia creativa, creando una dependencia constante, lo cual los vuelve reemplazables, “...si yo no refino el producto que me da la herramienta este perder perdería totalmente la esencia que yo tengo...” (E_04).

De igual manera, indican que el propio sistema del ChatGPT puede limitar sus ideas; ya que, suele bloquearse en ciertos temas, pero que poco a poco se

van solucionando mediante va evolucionando el programa, “...me sentí un poco frustrada porque yo también me bloqueaba, se bloqueaba ChatGPT entonces no había una salida...” (E_06), “Las respuestas limitadas si no tienes, ósea si usas solo el que es de no paga este tiene limitaciones y te da hasta cierto punto una cantidad limitada de respuestas...”(E_06).

Tales resultados se encuentran relacionados, pero difieren con los pensamientos de Zhang et al. (2024) quienes mencionan que, si bien el uso de ChatGPT ha ayudado en la agilidad de algunas actividades, la creatividad y la autonomía han disminuido y el plagio ha aumentado a gran escala; ya que los estudiantes se han vuelto dependientes a su uso. Ideas que comparte con Islam y Greenwood (2024), quienes indican que el uso de las IAs ha generado un desequilibrio ético y las personas que lo utilizan se cuestionan si hay una autoría real al utilizar alguna herramienta con inteligencia artificial. Es por ello, que Coates et al. (2025) mencionan que las instituciones deberían proponer límites o estructuras para uso de inteligencia artificial en clase, con el fin de reprimir el plagio; ya que, aceptan que el uso de herramientas con inteligencia artificial es necesario, pero necesitan ser reguladas. Pensamientos que concuerdan con los hallazgos encontrados en la investigación, donde son los propios estudiantes quienes mencionan que necesitan mayor orientación sobre la manera ética de utilizar la inteligencia artificial.

Por lo que se puede entender que, si bien se reconoce el valor de las inteligencias artificiales dentro del uso pedagógico, se hace hincapié en que se necesitan normas establecidas. No solo para mejorar la experiencia de uso, sino también en delimitar las circunstancias o maneras en que es usado es ético. De esta misma manera, se puede incentivar a una mejora en las capacidades del personal de las instituciones en cuanto al uso de herramientas de inteligencia artificial.

CONCLUSIONES

- El uso de la herramienta de inteligencia artificial, ChatGPT posee una aceptación positiva con relación a la experiencia de uso y aplicación en los estudiantes de publicidad. Puesto que, indican que sus ideas se han enriquecido y estructurado de mejor manera; ya que, recibieron feedback de manera inmediata que los ayudaron en sus procesos creativos.
- La herramienta ChatGPT se ha convertido en un apoyo constante en la generación de ideas, apropiándose de la IA, pero teniendo en cuenta que es una ayuda y no debe cambiar la esencia de los estudiantes durante su uso. Observando como un colaborador, a quien pueden recurrir si se encuentran en un bloqueo creativo o a un revisor si necesitan corroborar si su trabajo se encuentra encaminado de manera correcta o en su defecto podría mejorar.
- Los estudiantes reconocen a la herramienta de inteligencia artificial, ChatGPT, como un intermediario para mejorar, explorar y modificar sus ideas. En específico hacen hincapié en el feedback casi instantáneo que reciben de la herramienta, lo cual les ayuda a organizar de mejor manera sus ideas. Además, indican que es un proceso de prueba y error; ya que, son conscientes que ChatGPT se encuentra aprendizaje y se va adaptando, dependiendo de los prompts que se utilice.
- Los estudiantes señalan que el uso de ChatGPT ha fortalecido su proceso creativo, no solo con pequeñas dudas en bloqueos creativos, sino en también en trabajos un poco más complejos que requieren una reflexión y crítica al contenido que se le presente. Le otorgan el rol de asesor inmediato, el cual puede ser consultado en cualquier momento y tiene respuestas de manera casi inmediata; pero donde el estudiante necesita la destreza de formular sus inquietudes de manera eficaz para obtener los resultados deseados.
- Los estudiantes perciben de manera positiva a la herramienta de inteligencia artificial, ChatGPT; no obstante, indican que no quieren volverse dependientes de uso, con el fin de no perder su esencia y autenticidad. Indicando que tienen un problema ético con relación al momento que su uso se vuelve un plagio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las instituciones elaboren e implementen programas de formación en el uso de ChatGPT dentro de las aulas, no solo dirigido para los estudiantes, sino también hacia los docentes. Donde se desarrolle el análisis crítico de los contenidos generados por la IA. Además, de mejorar las habilidades en la formulación de prompts eficientes.
- Desde un punto pedagógico, se recomienda el uso de herramientas de inteligencia artificial como elementos complementarios dentro de los cursos, con el fin de que los estudiantes no solo puedan agilizar su proceso creativo, sino también en estructurar de mejor manera sus ideas. Teniendo en cuenta que debe ser un proceso guiado y regulado, sin que los estudiantes pierdan su esencia de originalidad.
- Desde una mirada práctica, se recomienda promover talleres que fortalezcan el pensamiento crítico y una escritura reflexiva, con relación con el contenido resultante del uso de la inteligencia artificial. Con el propósito de aliviar las tensiones que tienen los estudiantes acerca del uso ético de las herramientas de inteligencia artificial durante su proceso creativo.
- Con relación a las estrategias pedagógicas, se recomienda que los docentes se capaciten y actualicen sobre el uso de las IAs dentro de las aulas, implementándolas dentro de las actividades; ya que, es una herramienta que se encuentra tomando fuerza dentro de la comunidad estudiantil y es el docente quien debe tener los conocimientos necesarios para generar confianza en los estudiantes para utilizarlos.
- Se recomienda ampliar la muestra, utilizando metodologías mixtas dentro de entornos distintos a la publicidad, pero relacionados con la creatividad. Con el fin de conocer otros contextos, que puede variar los puntos de vista y dar pistas para mejorar las estrategias pedagógicas enfocadas a la utilización de herramientas de inteligencia artificial.

REFERENCIAS

- Arias-Valencia, M. M., y Giraldo Mora, C. V. (2011). El rigor científico en la investigación cualitativa. *Invest Educ Enferm.*, 29(3), 500–514.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-53072011000300020
- Andrade-Girón, D., Marín-Rodríguez, W., Sandivar-Rosas, J., Carreño-Cisneros, E., Susanibar-Ramírez, E., Zuñiga-Rojas, M., Angeles-Morales, J., y Villarreal-Torres, H. (2024). Generative artificial intelligence in higher education learning: A review based on academic databases. *Iberoamerican Journal of Science Measurement and Communication*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.47909/ijsmc.101>
- Albadarin, Y., Saqr, M., Pope, N., y Tukiainen, M. (2024). A systematic literature review of empirical research on ChatGPT in education. *Discover Education*, 3(1), 60. <https://doi.org/10.1007/s44217-024-00138-2>
- Ayuso del Puerto, D., y Gutiérrez Esteban, P. (2022). La Inteligencia Artificial como recurso educativo durante la formación inicial del profesorado. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 25(2).
<https://doi.org/10.5944/ried.25.2.32332>
- Bahrini, A., Khamoshifar, M., Abbasimehr, H., Riggs, R. J., Esmaeili, M., Majdabadkohne, R. M., y Pasehvar, M. (2023). ChatGPT: Applications, Opportunities, and Threats. *IEEE Systems and Information Engineering Design Symposium (SIEDS)*, 1(1), 1–13.
<https://doi.org/https://doi.org/10.48550/arXiv.2304.09103>
- Bhullar, P. S., Joshi, M., y Chugh, R. (2024). ChatGPT in higher education - a synthesis of the literature and a future research agenda. *Education and Information Technologies*, 29(16), 21501–21522.
<https://doi.org/10.1007/s10639-024-12723-x>
- Bolaño-García, M., y Duarte-Acosta, N. (2023). Una revisión sistemática del uso de la inteligencia artificial en la educación. *Revista Colombiana de Cirugía*. <https://doi.org/10.30944/20117582.2365>

- Bozkurt, A. (2023). ChatGPT, Generative Artificial Intelligence and Algorithmic Paradigm Shift. *Alanyazin*, 4(1), 63–72.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7755273>
- Bozkurt, A., y Sharma, R. C. (2023). Challenging the status quo and exploring the new boundaries in the age of algorithms: Reimagining the role of generative AI in distance education and online learning. *Asian Journal of Distance Education*, 18(1), i–viii. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7755273>
- Bozkurt, A., Xiao, J., Lambert, S., Pazurek, A., Crompton, H., Koseoglu, S., Farrow, R., Bond, M., Nerantzi, C., Honeychurch, S., Bali, M., Dron, J., Mir, K., Stewart, B., Costello, E., Mason, J., Stracke, C. M., Romero-Hall, E., Koutropoulos, A., ... Jandrić, P. (2023). Speculative Futures on ChatGPT and Generative Artificial Intelligence (AI): A Collective Reflection from the Educational Landscape. *Asian Journal of Distance Education*, 18(1), 53.
- Bubaš, G., Čižmešija, A., y Kovačić, A. (2024). Development of an Assessment Scale for Measurement of Usability and User Experience Characteristics of Bing Chat Conversational AI. *Future Internet*, 16(1).
<https://doi.org/10.3390/fi16010004>
- Calero, N., y Pizones, V. M. (2024). Enseñanza e Innovación educativa en el ámbito universitario. In *Enseñanza e innovación educativa en el ámbito universitario* (pp. 319–325).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=974504>
- Castillo, E., y Vásquez, M. L. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Colombia Médica*, 3, 164–167.
<http://redalyc.org/articulo.oa?id28334309>
- Chon-Torres, O. A., Zavala, D. A. M., Ramirez, J. C. R., Jimenez, O. C. S., Oyague, S. E. L., y Murga-Moreno, C. A. (2024). Transdisciplinary contributions in undergraduate university students through a stratospheric balloon project with an astrobiological focus. *International Journal of Astrobiology*, 23, 1–12.
<https://doi.org/10.1017/S1473550424000028>

- Cifuentes Rojas, M. T., Beltrán Moreno, M. E., y Rodríguez Torres, M. M. (2024). Uso de chatGPT como herramienta de inteligencia artificial en la adquisición del idioma inglés. *Synergía*, 3(1), 91–115. <https://doi.org/10.48204/synergia.v3n1.5080>
- Coates, H., Croucher, G., y Calderon, A. (2025). Governing Academic Integrity: Ensuring the Authenticity of Higher Thinking in the Era of Generative Artificial Intelligence. *Journal of Academic Ethics*, 1, 1–14. <https://doi.org/10.1007/s10805-025-09639-7>
- Cotroneo, P., y Hutson, J. (2023). Generative AI tools in art education: Exploring prompt engineering and iterative processes for enhanced creativity. *Metaverse*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.54517/m.v4i1.2164>
- Creswell, J. W., y Miller, D. L. (2000). Determining Validity in Qualitative Inquiry. *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*, 39(3), 124–130. https://doi.org/10.1207/s15430421tip3903_2
- Declich, G., Berliri, M., y Alfonsi, A. (2022). Responsible Research and Innovation (RRI) and Research Ethics. In *Research Ethics Forum* (Vol. 9). https://doi.org/10.1007/978-3-031-15746-2_2
- Deng, R., Jiang, M., Yu, X., Lu, Y., y Liu, S. (2025). Does ChatGPT enhance student learning? A systematic review and meta-analysis of experimental studies. *Computers y Education*, 210. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2024.104187>
- Denzin, N. K., y Lincoln, Y. S. (1994). Manual de la investigación cualitativa I: ingresando al campo de la investigación cualitativa. *California: Sage*, 1–29.
- Engeström, Y. (2014). Activity Theory and Learning at Work. In *Tätigkeit - Aneignung - Bildung* (pp. 67–96). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-02120-7_3
- Epstein, Z., Hertzmann, A., Herman, L., Mahari, R., Frank, M. R., Groh, M., Schroeder, H., Smith, A., Akten, M., Fjeld, J., Farid, H., Leach, N., Pentland, A., y Russakovsky, O. (2023). Art and the science of

generative AI: A deeper dive. *ArXiv*, 380, 1110–1111.

<https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.04141>

Esmaeil, A. A. A., Dzulkifli, D. N. A. K., Maakip, I., Matanluk, O. O., y Marshall, S. (2023). Understanding Student Perception Regarding The Use of ChatGPT in Their Argumentative Writing: A Qualitative Inquiry. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(4), 150–165. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3904-08>

Federiakina, D., Molerov, D., Zlatkin-Troitschanskaia, O., y Maur, A. (2024). Prompt engineering as a new 21st century skill. *Frontiers in Education*, 9(1). <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1366434>

Flick, U. (2015). *El diseño de investigación cualitativa* (Morata).

Frutos, N. D. de, Carrasco, L. C., Maza, M. S. de la, y Etxabe-Urbieta, J. M. (2024a). Application of Artificial Intelligence (AI) in Education: Benefits and Limitations of AI as Perceived by Primary, Secondary, and Higher Education Teachers. *Revista Electronica Interuniversitaria de Formacion Del Profesorado*, 27(1), 207–224. <https://doi.org/10.6018/reifop.577211>

Frutos, N. D. de, Carrasco, L. C., Maza, M. S. de la, y Etxabe-Urbieta, J. M. (2024b). Application of Artificial Intelligence (AI) in Education: Benefits and Limitations of AI as Perceived by Primary, Secondary, and Higher Education Teachers. *Revista Electronica Interuniversitaria de Formacion Del Profesorado*, 27(1), 207–224. <https://doi.org/10.6018/reifop.577211>

Fui-Hoon Nah, F., Zheng, R., Cai, J., Siau, K., y Chen, L. (2023). Generative AI and ChatGPT: Applications, challenges, and AI-human collaboration. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 25(3), 277–304. <https://doi.org/10.1080/15228053.2023.2233814>

Guerra García, J. (2020). El constructivismo en la educación y el aporte de la teoría sociocultural de Vygotsky para comprender la construcción del conocimiento en el ser humano. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 21(1), 1–9.

Guilford, J. P. (1950). CREATIVITY. *American Psychologist*, 1(5), 444–454. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/h0063487>

- Inie, N., Falk, J., y Tanimoto, S. (2023). Designing Participatory AI: Creative Professionals' Worries and Expectations about Generative AI. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 1, 1–13. <https://doi.org/10.1145/3544549.3585657>
- Islam, G., y Greenwood, M. (2024). Generative Artificial Intelligence as Hypercommons: Ethics of Authorship and Ownership. *Journal of Business Ethics*, 192(4), 659–663. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05741-9>
- Jauhiainen, J. S., y Garagorry-Guerra, A. (2024). Generative AI and education: dynamic personalization of pupils' school learning material with ChatGPT. *Frontiers in Education*, 9. <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1288723>
- Jin, Y., Yan, L., Echeverria, V., Gašević, D., y Martinez-Maldonado, R. (2025). Generative AI in higher education: A global perspective of institutional adoption policies and guidelines. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100348>
- Jo, H. (2024). From concerns to benefits: A comprehensive study of ChatGPT usage in education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1), 35. <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00471-4>
- Johnston, R., Patel, S., y Turner, H. (2024). Student perceptions of generative AI use in academic contexts: Between utility and ethical uncertainty. *International Journal for Educational Integrity*, 20(1), 7–19. <https://doi.org/10.1007/s40979-024-00149-4>
- Jovanny, J. (2022). *Interaction of Higher Education Institutions with the environment : Orientations, Purposes and Strategies*. 93–120.
- Kangwa, D., Msafiri, M. M., y Wen, Z. (2025). Can Generative AI revolutionise academic skills development in higher education? A systematic literature review. *European Journal of Education*, 60(1), Article e70036. <https://doi.org/10.1111/ejed.70036>
- Kaplan, A., y Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial

- intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15–25.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004>
- Kozulin, A. (2002). Sociocultural Theory and the Mediated Learning Experience. *School Psychology International*. *School Psychology International*, 1(23), 7–35. <https://doi.org/doi:10.1177/0143034302023001729>
- Krajka, J., y Olszak, I. (2024). Artificial Intelligence Tools in Academic Writing Instruction: Exploring the Potential of on-Demand Ai Assistance in the Writing Process. *Roczniki Humanistyczne*, 72(6), 123–140.
<https://doi.org/10.18290/rh247206.8>
- Kühl, N., Schemmer, M., Goutier, M., y Satzger, G. (2022). Artificial intelligence and machine learning. *Electronic Markets*, 32(4), 2235–2244.
<https://doi.org/10.1007/s12525-022-00598-0>
- Lee, D., y Palmer, E. (2025). Prompt engineering in higher education: a systematic review to help inform curricula. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 22(1), 1–22.
<https://doi.org/10.1186/s41239-025-00503-7>
- Lee, H. Y., Chen, P. H., Wang, W. S., Huang, Y. M., y Wu, T. T. (2024). Empowering ChatGPT with guidance mechanism in blended learning: effect of self-regulated learning, higher-order thinking skills, and knowledge construction. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00447-4>
- Liang, J., Stephens, J. M., y Brown, G. T. L. (2025). A systematic review of the early impact of artificial intelligence on higher education curriculum, instruction and assessment. *Frontiers in Education*, 10 (1).
<https://doi.org/10.3389/educ.2025.1522841>
- Makruf, I., Putra, H. R. P., Choiriyah, S., y Nugroho, A. (2021). Flipped learning and communicative competence: An experimental study of English learners. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 9(4), 571–584. <https://doi.org/10.46328/ijemst.1960>
- Marín, Y. R., Cruz Caro, O., Carrasco Rituay, A. M., Guimac Llanos, K. A., Tarrillo Pérez, D., Sánchez Bardales, E., Alva Tuesta, J. N., y Chávez

- Santos, R. (2025). Ethical challenges associated with the use of artificial intelligence in university education. *Journal of Academic Ethics*.
<https://doi.org/10.1007/s10805-025-09660-w>
- Marzuki, Widiati, U., Rusdin, D., Darwin, y Indrawati, I. (2023). The impact of AI writing tools on the content and organization of students' writing: EFL teachers' perspective. *Cogent Education*, 10(2).
<https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2236469>
- Mayer, R. E. (2014). Research-Based Principles for Designing Multimedia Instruction Overview of Multimedia Instruction. *Acknowledgement and Dedication*, 1–12. https://hilt.harvard.edu/wp-content/uploads/2018/08/HILT_SpeakerSeries_Mayer_background_reading.pdf
- McGrath, C., Farazouli, A., y Cerratto-Pargman, T. (2024). Generative AI chatbots in higher education: A review of an emerging research area. *Higher Education*, 89, 1533–1549. <https://doi.org/10.1007/s10734-024-01288-w>
- Medina-Romero, M., Rojas León, R., Bustamante Hoces, W., Loaiza Carrasco, R., Martel Carranza, C., y Castillo Acobo, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología INUDI Perú*.
<https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Montenegro-Rueda, M., Fernández-Cerero, J., Fernández-Batanero, J. M., y López-Meneses, E. (2023). Impact of the implementation of ChatGPT in education: A systematic review. *Computers*, 12(8), 153.
<https://doi.org/10.3390/computers12080153>
- Monje Álvarez, C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. In *Universidad Surcolombiana*.
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. *Communication and Society*, 35(3), 105–121.
<https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121>

- Núñez-Canal, M., Fernández-Ardavín, A., Díaz-Marcos, L., y Aguado Tevar, O. (2024). Aprendizaje generativo integral: Un modelo para la educación superior ante los desafíos de la inteligencia artificial. *European Public y Social Innovation Review*, 9, 1–21.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1685>
- OCDE. (2008). Derecho y política de la competencia en Perú. In *Derecho y Política de la Competencia en El Salvador*.
<https://doi.org/10.1787/9789264056404-es>
- OCDE. (2015). Manual de Frascati 2015. In *Manual de Frascati 2015*.
<https://doi.org/10.1787/9789264310681-es>
- Ojeda, A. D., Solano-Barliza, A. D., Alvarez, D. O., y Cárcamo, E. B. (2023). Analysis of the impact of artificial intelligence ChatGPT on the teaching and learning processes in university education. *Formacion Universitaria*, 16(6), 61–70. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062023000600061>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). (2019). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe* (LC/G.2681-P/Rev. 3, 93 p.). Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40155-la-agenda-2030-objetivos-desarrollo-sostenible-oportunidad-america-latina-caribe>
- Orb, A., Eisenhauer, L., y Wynaden, D. (2001). Ethics in qualitative Research. *Journa Lof Nursing Scholarship*, 1(33), 93–96.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2001.00093.x>
- Oyarzún-Yáñez, R., y Rodríguez-Rodríguez, M. N. (2024). Writing in University with AI Support: Anxiety and Perceived Usefulness in Using ChatGPT. *European Public and Social Innovation Review*, 9, 1–15.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2024-922>
- Plata, S., De Guzman, M. A., y Quesada, A. (2023). Emerging Research and Policy Themes on Academic Integrity in the Age of ChatGPT and Generative AI. *Asian Journal of University Education*, 19(4), 743–758.
<https://doi.org/10.24191/ajue.v19i4.24697>

- Qian, Y. (2025). *Pedagogical applications of generative AI in higher education: A systematic review of the field*. TechTrends.
<https://doi.org/10.1007/s11528-025-01100-1>
- Romero-Rodríguez, J. M., Ramírez-Montoya, M. S., Buenestado-Fernández, M., y Lara-Lara, F. (2023). Use of ChatGPT at University as a Tool for Complex Thinking: Students' Perceived Usefulness. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 12(2), 323–339.
<https://doi.org/10.7821/naer.2023.7.1458>
- Ruiz-Rojas, L. I., Acosta-Vargas, P., De-Moreta-Llovet, J., y Gonzalez-Rodriguez, M. (2023). Empowering Education with Generative Artificial Intelligence Tools: Approach with an Instructional Design Matrix. *Sustainability (Switzerland)*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151511524>
- Runco, M. A., y Jaeger, G. J. (2012). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96.
<https://doi.org/10.1080/10400419.2012.650092>
- Segarra Ciprés, M., Grangel Seguer, R., y Belmonte Fernández, Ó. (2024). ChatGPT como herramienta de apoyo al aprendizaje en la educación superior: una experiencia docente. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 28, 7–44. <https://doi.org/10.51302/tce.2024.19083>
- Silva-Fuentealba, E. (2024). ChatGPT as a Catalyst for Creative Thinking. *European Public and Social Innovation Review*, 9.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2024-410>
- Smith, J., Wang, L., y García, M. (2024). Integrating generative AI into digital health literacy: Opportunities and challenges. *Heliyon Digital Health*, 1.
<https://doi.org/10.1016/j.heltic.2024.1000839>
- Stracke, C. M., Burgos, D., Santos-hermosa, G., Bozkurt, A., Sharma, R. C., Cassafieres, S., Inamorato, A., y Mason, J. (2022). *Responding to the Initial Challenge of the COVID-19 Pandemic: Analysis of International Responses and Impact in School and Higher Education*. 2020(March 2020).

- Sujecka-Zajac, J. (2024). Students' sense of self-efficacy in developing writing skills in a foreign language. *Neofilolog*, 62(1), 24–42.
<https://doi.org/10.14746/n.2024.62.1.3>
- Sweller, J. (1988). Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*, 12(2), 257–285. [https://doi.org/10.1016/0364-0213\(88\)90023-7](https://doi.org/10.1016/0364-0213(88)90023-7)
- Tolgfors, B. (2018). Different versions of assessment for learning in the subject of physical education. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 23(3), 311–327. <https://doi.org/10.1080/17408989.2018.1429589>
- Toma, R. B., y Yáñez-Pérez, I. (2024). Effects of ChatGPT use on undergraduate students' creativity: A threat to creative thinking? *Discover Artificial Intelligence*, 4 (74). <https://doi.org/10.1007/s44163-024-00172-x>
- UNESCO. (2020). *Education post-COVID-19: Extraordinary session of the Global Education Meeting (2020 GEM)*. UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375301>
- UNESCO. (2020). *Ne laisser personne pour compte : participation, équité et inclusion. 4^e rapport mondial sur l'apprentissage et l'éducation des adultes*. UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372725>
- Děchtěrenko, F., Lukavský, J., Hrabalová, V., Svacha, F., Brom, C., y Urban, K. (2024). ChatGPT improves creative problem-solving performance in university students: An experimental study. In *Computers and Education* (Vol. 215). <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2024.105031>
- Vakratsas, D., y Wang, X. (2020). Artificial Intelligence in Advertising Creativity. *Journal of Advertising*, 50(1), 39–51.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1843090>
- Wallin, J. E. W. (1962). Reminiscences from pioneering days in psychology, with a few personality portraits. *Journal of General Psychology*, 67(1), 121–140. <https://doi.org/10.1080/00221309.1962.9711536>

- Williams, A. et al. (2024). Comparison of generative AI performance on undergraduate and postgraduate written assessments in the biomedical sciences. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21 (52). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00485-y>
- Wittrock, M. C., y Farley, F. (2010). Learning as a generative process. *Educational Psychologist*, 45(1), 40–45. <https://doi.org/10.1080/00461520903433554>
- Xia, Q., Weng, X., Ouyang, F., Lin, T. J., Chiu, T. K. F., et al. (2024). A scoping review on how generative artificial intelligence transforms assessment in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21 (40). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00468-z>
- Yeo-Teh, N. S. L., y Tang, B. L. (2021). Research ethics courses as a vaccination against a toxic research environment or culture. *Research Ethics*, 17(1), 55–65. <https://doi.org/10.1177/1747016120926686>
- Yusuf, B. O., Adeniran, R., y Olatunji, A. (2024). Exploring socio-cultural influences on generative AI engagement in Nigerian higher education. *Smart Learning Environments*, 11(1), Artículo 12. <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00352-3>
- Zhang, S., Zhao, X., Zhou, T., y Kim, J. H. (2024). Do you have AI dependency? The roles of academic self-efficacy, academic stress, and performance expectations on problematic AI usage behavior. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00467-0>
- Zhou, M., y Peng, S. (2025). The Usage of AI in Teaching and Students' Creativity: The Mediating Role of Learning Engagement and the Moderating Role of AI Literacy. *Behavioral Sciences*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/bs15050587>
- Zhu, G., Fan, X., Hou, C., et al. (2023). Embrace opportunities and face challenges: Using ChatGPT in collaborative interdisciplinary learning. *Discover Artificial Intelligence*, 4 (74). <https://arxiv.org/abs/2305.18616>

ANEXOS

Anexo A

Matriz de consistencia

PREGUNTA	OBJETIVO GENERAL	CATEGORÍA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	SUBCATEGORÍAS	TÉCNICA / INSTRUMENTO	FUENTES DE INFORMACIÓN
¿Cuáles son las percepciones sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo de estudiantes de publicidad en una universidad de Lima?	Analizar las percepciones de los estudiantes de publicidad sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo.	Uso pedagógico de la Inteligencia artificial	Interpretar las percepciones de los estudiantes sobre la apropiación de la inteligencia artificial generativa en sus experiencias creativas dentro del ámbito académico.	Apropiación creativa	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de preguntas semiestructura	Activity Theory and Learning at Work Yrjö Engeström, 2014 Población: Estudiantes de 9no y 10mo Muestra: Seis estudiantes de 9no y 10 mo de la carrera de publicidad
			Explorar los significados que los estudiantes atribuyen a la mediación de ChatGPT en sus procesos de producción creativa.	Mediación de ChatGPT		
			Comprender las experiencias de los estudiantes sobre el uso de ChatGPT con relación a su creatividad en el ámbito académico.	Cultura de uso		
			Identificar contradicciones percibidas de los estudiantes sobre la integración del ChatGPT en sus procesos creativos	Conflictos del sistema		

Anexo B

Consentimiento informado para participantes de la investigación

Consentimiento Informado

La presente investigación denominada: "Percepciones sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo de estudiantes de publicidad en una universidad de Lima, es llevada a cabo por el estudiante Daniel Saavedra Barrientos.

Tiene como objetivo analizar las percepciones de los estudiantes de publicidad sobre el uso pedagógico de la inteligencia artificial.

Para ello, solicito su colaboración respondiendo a las preguntas de una entrevista cuya duración oscila entre 40 a 60 minutos. Cabe acotar que su participación es voluntaria; sin embargo, esperamos contar con su apoyo para culminar con éxito este estudio.

La información que nos proporcione será confidencial y anónima y no se usará para ningún otro propósito fuera de la investigación. Esto quiere decir que no compartiremos o publicaremos sus datos.

Desde ya le agradecemos por su valiosa colaboración.

.....

Yo: _____ luego de haber recibido información de la investigación: Percepciones sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo de estudiantes de publicidad en una universidad de Lima, acepto participar voluntariamente. Reconozco que la información que proporcione es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de este estudio sin mi consentimiento.

Firma

Anexo C

Validación de expertos

REGISTRO DE EVALUACIÓN DEL JUEZ

Estimado experto juez: José Alberto Llaullipoma Romani

Para el recojo de información se consideró elaborar un guion de entrevista. Le agradeceré evaluar el guion considerando los siguientes criterios:

- (1) **Coherencia** : El ítem planteado tiene relación lógica con la categoría y las subcategorías de investigación.
- (2) **Relevancia** : El ítem planteado acentúa la significatividad de la categoría y la subcategoría a la que corresponde.
- (3) **Claridad** : La redacción del enunciado es claro y preciso, no genera ambigüedad.

Luego de leer cada pregunta/enunciado/ítem le agradeceré marcar la opción (SI / NO) que considere más pertinente a cada criterio de evaluación.

INSTRUMENTO: Guion de entrevista semiestructurada

Formulación de preguntas / ítems / indicaciones		Criterios de evaluación						Comentarios
		Coherencia ⁽¹⁾		Relevancia ⁽²⁾		Claridad ⁽³⁾		
		Si	No	Si	No	Si	No	
Apropiación creativa	¿Has usado ChatGPT para desarrollar ideas o proyectos creativos en tus cursos de Publicidad? Si es así, ¿Cómo describirías tu experiencia?	x		x		x		
	¿Qué resultados o logros atribuyes al uso de ChatGPT en tus procesos creativos? ¿Qué limitaciones has encontrado?	x		x		x		
Mediación de ChatGPT	¿En qué parte del proceso creativo sientes que ChatGPT te ha ayudado más (por ejemplo: generar ideas, escribir textos, ¿organizar contenido)?	x		x		x		
	¿De qué manera sientes que el uso de ChatGPT ha influido	x		x		x		

	en tu forma de pensar o estructurar tareas creativas?							
Conflictos del sistema	¿En algún momento sentiste que ChatGPT limitaba más de lo que potenciaba tu creatividad? ¿Puedes dar un ejemplo?	x		x		x		
	¿En algún momento te has enfrentado a dilemas o tensiones al usar esta herramienta (como depender de ella o cuestionar su aporte)?	x		x		x		
Cultura de uso	¿Consideras que el uso de ChatGPT complementa o interfiere con tu propio proceso creativo? ¿Por qué?	x		x		x		
	¿Qué sentimientos o actitudes experimentas al usar ChatGPT en tus trabajos creativos (motivación, duda, dependencia, entusiasmo, etc.)?	x		x		x		
	¿Cómo te gustaría que se integre ChatGPT en tu formación académica de forma ética y creativa?	x		x		x		

Observaciones generales del juez /experto

El instrumento es adecuado para poder analizar las categorías planteadas en la investigación una recomendación al momento de aplicarlas sería poder motivar la descripción de las percepciones que tienen los alumnos, motivando siempre a que los entrevistados amplíen sus respuestas.

DATOS DEL JUEZ / EXPERTO

Nombres y apellidos del juez: ...Jose Alberto Llaullipoma Romani.

Formación académica: Educación

Áreas de experiencia profesional: Aprendizaje Potenciado por tecnología

Años de experiencia profesional: 25 Cargo actual: Docente

Institución donde labora: Pontificia Universidad Católica del Perú

Validación de los instrumentos de investigación

San Miguel, ~~26~~ de junio de 2025

Mg. / Dra. Alvarado Suyo, Sofía Almendra

Área o sección donde trabaja

Entidad:

Le saluda Daniel Saavedra Barrientos con N° de D.N.I.44699983, alumno de la Maestría en Integración e Innovación Educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El motivo de la presente comunicación tiene como fin solicitar su apoyo en, calidad de experta(o), en la validación de dos instrumentos que utilizaré para recoger la información requerida en la investigación cualitativa titulada Percepciones sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo de estudiantes de publicidad en una universidad de Lima.

El objetivo de la investigación es analizar las percepciones de los estudiantes de publicidad sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo.

Por su experiencia profesional y conocimiento del tema, le agradezco anticipadamente por las observaciones y recomendaciones que me brinde para mejorar la versión final del (de los) instrumento(s) presentado(s).

Con el mejor deseo de facilitar esta labor, le envío adjunto:

Anexo 01: Matriz de consistencia,

Anexo 02: Diseño del instrumento,

Anexo 03: Registro de evaluación del juez.

En el documento usted podrá señalar sus observaciones y sugerencias.

Muchas gracias por su colaboración.

Atentamente,

.....
Nombre y apellido del tesista y firma digital

Anexo 02: Diseño del instrumento N° 01

DISEÑO DEL INSTRUMENTO N° 01

1. **Técnica de investigación:** Guía de preguntas semiestructuradas
2. **Instrumento de investigación:** Entrevista
3. **Objetivo del instrumento:** Explorar la manera en que se usa la plataforma ChatGPT en los procesos creativos de los estudiantes.
4. **Fuentes de información:** Activity Theory and Learning at Work (Engeström, 2008)
5. **Objetivos de la investigación:**

Objetivo General: Analizar las percepciones de los estudiantes de publicidad sobre el uso pedagógico de la Inteligencia artificial en el desempeño creativo.

Objetivos Específicos:

1. Interpretar las percepciones de los estudiantes sobre la apropiación de la inteligencia artificial generativa en sus experiencias creativas dentro del ámbito académico
2. Explorar los significados que los estudiantes atribuyen a la mediación de ChatGPT en sus procesos de producción creativa.
3. Comprender las experiencias de los estudiantes sobre el uso de ChatGPT con relación a su creatividad en el ámbito académico.
4. Identificar contradicciones percibidas de los estudiantes sobre la integración del ChatGPT en sus procesos creativos.

6. Categoría y subcategorías:

Categoría	Subcategoría	Preguntas / Ítems / Enunciados
Inteligencia artificial	Apropiación creativa	<ul style="list-style-type: none">• Sujeto: ¿Has usado ChatGPT para desarrollar ideas o proyectos creativos en tus cursos de Publicidad? Si es así, ¿Cómo describirías tu experiencia?• Resultado: ¿Qué resultados o logros atribuyes al uso de ChatGPT en tus procesos creativos? ¿Qué limitaciones has encontrado?
	Mediación de ChatGPT	<ul style="list-style-type: none">• Objeto: ¿En qué parte del proceso creativo sientes que ChatGPT te ha ayudado más (por ejemplo: generar ideas, escribir textos, organizar contenido)?• Herramientas: ¿De qué manera sientes que el uso de ChatGPT ha influido en tu forma de pensar o estructurar tareas creativas?

	Conflictos del sistema	<ul style="list-style-type: none"> • Contradicciones (internas): ¿En algún momento sentiste que ChatGPT limitaba más de lo que potenciaba tu creatividad? ¿Puedes dar un ejemplo? • (Contradicciones internas): ¿En algún momento te has enfrentado a dilemas o tensiones al usar esta herramienta (como depender de ella o cuestionar su aporte)?
	Cultura de uso	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad: ¿Consideras que el uso de ChatGPT complementa o interfiere con tu propio proceso creativo? ¿Por qué? ▪ Reglas: ¿Qué sentimientos o actitudes experimentas al usar ChatGPT en tus trabajos creativos (motivación, duda, dependencia, entusiasmo, etc.)? ▪ ¿Cómo te gustaría que se integre ChatGPT en tu formación académica de forma ética y creativa?

Anexo 03: Registro de evaluación del juez

A continuación, se muestra como ejemplo un registro de evaluación; sin embargo, tengan presente que los criterios de evaluación los define el investigador(a):

REGISTRO DE EVALUACIÓN DEL JUEZ

Estimado(a) experto(a)/juez:

Para el recojo de información se consideró elaborar un guion de entrevista. Le agradeceré evaluar el guion considerando los siguientes criterios:

- (1) Coherencia : El ítem planteado tiene relación lógica con la categoría y las subcategorías de investigación.
- (2) Relevancia : El ítem planteado acentúa la significatividad de la categoría y la subcategoría a la que corresponde.
- (3) Claridad : La redacción del enunciado es claro y preciso, no genera ambigüedad.

Luego de leer cada pregunta/enunciado/ítem le agradeceré marcar la opción (SI / NO) que considere más pertinente a cada criterio de evaluación.

INSTRUMENTO: Guion de entrevista semiestructurada

Apropiación creativa	Formulación de preguntas / ítems / indicaciones	Criterios de evaluación						Comentarios y/o sugerencias
		Coherencia ⁽¹⁾		Relevancia ⁽²⁾		Claridad ⁽³⁾		
		Si	No	Si	No	Si	No	
	¿Has usado ChatGPT para desarrollar ideas o proyectos creativos en tus cursos de Publicidad? Si es así, ¿Cómo describirías tu experiencia?	✓		✓		✓		
	¿Qué resultados o logros atribuyes al uso de ChatGPT en tus procesos	✓		✓		✓		

NOTA: El anexo 03 debe replicarse considerando el número de instrumentos que se ha planificado realizar.

Observaciones generales del juez/experto

Listo para aplicar

DATOS DEL JUEZ / EXPERTO

Nombres y apellidos del juez: *Sofía Almondo Alvaredo Suyo*

Formación académica: *Magister en Educación Superior e Investigación*

Áreas de experiencia profesional: *Investigación*

Años de experiencia profesional: *5 años*

Cargo actual: *Docente*

Institución donde labora: *Universidad Maza*