VISUAL REVIEW | Vol. 18, No. 8, 2026 | ISSN 2695-9631

International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual

https://doi.org/10.62161/revvisual.v18.6497

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PERCEPCIÓN DE UTILIDAD EN POBLACIÓN UNIVERSITARIA

RAQUEL SURIÁ-MARTÍNEZ[1]
raquel.suria@ua.es
FERNANDO GARCÍA-CASTILLO[1]
fgarciadelcastillo@ua.es
CARMEN LÓPEZ-SÁNCHEZ[1]
mc.lopez@ua.es
JOSÉ A. GARCÍA DEL CASTILLO[2]
jagr@umh.es
[1]Universidad de Alicante (España)
[2]Universidad Miguel Hernández (España)

PALABRAS CLAVE

Inteligencia artificial, Percepción, Utilidad, Estudiantes universitarios, Académico, Ocio, Relaciones sociales

RESUMEN

Este estudio investigó lo que 140 estudiantes universitarios piensan sobre las ventajas y desventajas de la inteligencia artificial en tres áreas: académica, ocio y relaciones sociales. Los resultados mostraron que la forma en que los estudiantes ven la IA depende de su sexo y de su edad. Las mujeres valoraron más la IA en la escuela y en las relaciones sociales, mientras que los hombres destacaron su impacto en el tiempo libre. Los estudiantes más jóvenes (18-22 años) vieron la IA de manera más positiva en el tiempo libre y las relaciones sociales que los estudiantes mayores. En resumen, la edad y el género influyen en cómo los estudiantes universitarios ven y aceptan la IA en diferentes aspectos de sus vidas.

RECIBIDO: 01/ 08 / 2026
ACEPTADO: 18/ 10 / 2026

1. Introducción

En las últimas décadas, la inteligencia artificial (IA) ha pasado de ser un concepto futurista a una tecnología omnipresente que permea múltiples aspectos de la vida cotidiana (Brynjolfsson & McAfee, 2014; Stone et al., 2016). Su desarrollo acelerado ha generado transformaciones profundas en sectores como la industria, la salud, la economía y, muy especialmente, la educación y las interacciones sociales (Agrawal, Gans, & Goldfarb, 2018). La IA se define como la capacidad de las máquinas para realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, tales como el reconocimiento de patrones, la toma de decisiones y el aprendizaje automático (Russell & Norvig, 2020; Vera et al., 2024).

Este avance tecnológico no solo modifica la manera en que accedemos y procesamos la información, sino que también influye en cómo interactuamos con el mundo, entre nosotros y con las propias tecnologías (Floridi, 2014; Bostrom, 2014).

En el contexto universitario, la irrupción de la IA genera un doble impacto: por un lado, amplía las posibilidades pedagógicas y de gestión académica (Hwang et al., 2020; Zawacki-Richter, Marín, Bond, & Gouverneur, 2019), y por otro, plantea nuevos desafíos en cuanto a su integración ética y crítica en los procesos formativos (O'Neil, 2016; Eubanks, 2018). Por esta razón, resulta fundamental comprender la percepción que tienen los estudiantes universitarios sobre los beneficios y riesgos asociados a la IA, especialmente en ámbitos clave como la educación, el ocio y las relaciones sociales, donde la tecnología está ya plenamente instaurada.

1.1. Percepción de la IA en el ámbito académico

El uso de IA en la educación ha ido en aumento, con aplicaciones que van desde sistemas de tutoría inteligente, plataformas de aprendizaje adaptativo, hasta herramientas para la evaluación automatizada (Chen et al., 2020; Morán-Ortega et al., 2024; Roll & Wylie, 2016; Woolf, 2009). Estudios recientes han mostrado que los estudiantes valoran positivamente la IA cuando esta facilita la personalización del aprendizaje y mejora la accesibilidad a recursos educativos (Elizalde et al., 2025). Por ejemplo, en una investigación realizada por Holmes et al. (2019), el 68% de estudiantes universitarios manifestaron que las herramientas basadas en IA les ayudaban a organizar mejor su tiempo y mejorar su rendimiento académico. Sin embargo, estos mismos autores alertan sobre la percepción de dependencia tecnológica, donde algunos estudiantes expresaron preocupaciones acerca de perder habilidades cognitivas esenciales, como la resolución autónoma de problemas y el pensamiento crítico (Carr, 2010; Spitzer, 2012; Torres-Gastelú & Torres-Real, 2025).

Además, investigaciones realizadas en universidades europeas (García-Peñalvo, 2021) han mostrado diferencias en la percepción de la IA en función del género, destacando que las mujeres tienden a mostrar mayor confianza en la aplicación de tecnologías educativas basadas en IA, asociándolas con un apoyo valioso para la planificación y seguimiento del estudio. Por el contrario, algunos estudiantes masculinos manifestaron mayor escepticismo, lo que podría estar vinculado a actitudes culturales sobre la tecnología y el aprendizaje.

1.2. IA y ocio digital: beneficios y riesgos

En el ámbito del ocio, la IA ha transformado profundamente las formas de entretenimiento digital, especialmente en plataformas de streaming, videojuegos y redes sociales (Lobel, 2018; Lessig, 2006). La capacidad de los algoritmos para recomendar contenidos personalizados ha sido valorada positivamente por los usuarios jóvenes, quienes reportan una mayor satisfacción y descubrimiento de nuevos intereses (Anderson & Rainie, 2018; Pariser, 2011). Según un estudio de Anderson et al. (2021), el 75% de estudiantes universitarios entrevistados destacaron la importancia de los sistemas de recomendación en su consumo diario de ocio digital, especialmente en música y series.

Sin embargo, esta dependencia algorítmica también ha suscitado preocupaciones sobre la adicción digital y la pérdida de autonomía en la elección de contenidos (Montag et al., 2021).

Investigaciones como la de Przybylski et al. (2017) advierten que el uso excesivo de tecnologías basadas en IA para el ocio puede favorecer patrones de conducta compulsiva, impactando negativamente en el bienestar psicológico y en la capacidad para desconectar y gestionar el tiempo libre (Kardefelt-Winther, 2014; Twenge, 2017).

1.3. IA y relaciones sociales: mediaciones y ambivalencias

El impacto de la IA en las relaciones sociales es un campo emergente pero con una creciente producción científica (Van Dijck, 2013; Boyd, 2014). La IA interviene en las relaciones a través de aplicaciones de mensajería con chatbots, sistemas de emparejamiento en plataformas de citas y algoritmos que seleccionan y priorizan interacciones en redes sociales (Finkel et al., 2012; Gershon, 2010).

Estudios como el de Turkle (2017) han destacado la ambivalencia de estas mediaciones tecnológicas: mientras algunos jóvenes encuentran en la IA facilidades para conectar y mantener relaciones, otros expresan inquietudes respecto a la autenticidad y profundidad de los vínculos construidos (Miller, 2008; Bauman, 2000).

De igual forma, investigaciones recientes en universidades norteamericanas (Auxier & Anderson, 2021) mostraron que, si bien un 60% de estudiantes consideraba que la IA facilitaba el contacto social, un 40% expresaba preocupación por la pérdida de comunicación cara a cara y el aumento de la superficialidad en las relaciones. Además, las mujeres en este estudio tendían a mostrar mayor apertura hacia las aplicaciones de IA en contextos sociales, alineándose con hallazgos anteriores que indican una mayor disposición femenina a integrar tecnologías sociales emergentes.

1.4. Variables sociodemográficas y percepción de la IA

La literatura también ha identificado que variables como el sexo y la edad influyen significativamente en la percepción de la IA (Venkatesh et al., 2003; Morris & Venkatesh, 2000).

En términos generacionales, los jóvenes adultos entre 18 y 24 años, que han crecido inmersos en la cultura digital, tienden a mostrar mayor aceptación y confianza en la IA, mientras que grupos de mayor edad manifiestan actitudes más cautelosas o críticas (Pew Research Center, 2021; Prensky, 2001). Estas diferencias se explican en parte por la familiaridad y el grado de exposición tecnológica, así como por valores y experiencias previas con el entorno digital.

Respecto al género, como se ha mencionado, existe evidencia de que las mujeres suelen percibir mayores beneficios en el uso de IA para apoyo educativo y social, aunque también pueden expresar mayores preocupaciones éticas o emocionales, lo que indica un enfoque más matizado frente a la tecnología (Cheryan et al., 2017; Gilligan, 1982).

A pesar del aumento de investigaciones en torno a la IA y su impacto social, sigue siendo insuficiente la integración de estos enfoques en un marco holístico que contemple simultáneamente las percepciones sobre el uso académico, recreativo y social de la IA. Esto es especialmente relevante en el ámbito universitario, donde la interacción con estas tecnologías es multifacética y en constante evolución.

Por ello, el presente estudio se propone analizar la percepción que tienen estudiantes universitarios de Ciencias Sociales sobre los beneficios y riesgos de la IA en los ámbitos académico, ocio y relaciones sociales. Además, busca explorar cómo estas percepciones varían según variables sociodemográficas clave como el sexo y la edad, contribuyendo así a una comprensión más profunda que pueda informar estrategias educativas y políticas de integración tecnológica responsables y contextualizadas.

2. Metodología

2.1. Participantes

La investigación se llevó a cabo con la participación de 140 estudiantes universitarios matriculados en titulaciones del ámbito de las Ciencias Sociales en la Universidad de Alicante

(UA). Todos los participantes estaban cursando estudios en grados como Sociología, Trabajo Social, Publicidad y Relaciones Públicas, y Educación Social.

La selección se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, con la colaboración voluntaria de los estudiantes durante el desarrollo de asignaturas relacionadas con la tecnología, la sociedad digital y la innovación educativa, lo que aseguraba una familiaridad mínima con el uso y la presencia de la inteligencia artificial en diversos contextos.

En términos de distribución por sexo, la muestra se dividió de forma relativamente equilibrada: 68 hombres (48,6%) y 72 mujeres (51,4%). Asimismo, se establecieron tres grupos etarios para facilitar el análisis comparativo: el primer grupo, de 18 a 22 años, estuvo compuesto por 60 estudiantes (42,9%); el segundo grupo, de 23 a 27 años, por 50 estudiantes (35,7%); y el tercero, de 28 a 32 años, por 30 estudiantes (21,4%). Esta diversidad permitió observar posibles variaciones en la percepción de la inteligencia artificial en función de las diferencias generacionales dentro del ámbito universitario.

2.2. Instrumentos

Para la recogida de datos se diseñó y aplicó un cuestionario ad hoc compuesto por 20 ítems, orientado a explorar la percepción de los estudiantes universitarios sobre los beneficios y riesgos asociados al uso de la inteligencia artificial (IA) en tres dimensiones fundamentales: ámbito académico, ocio y relaciones sociales. El cuestionario fue elaborado con base en una revisión de la literatura reciente sobre el impacto social y educativo de la IA, así como en estudios previos centrados en actitudes hacia las tecnologías emergentes en contextos universitarios.

Cada ítem fue formulado como una afirmación a la que los participantes debían responder en una escala tipo Likert de 5 puntos, donde 1 indicaba "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". Esta escala permitió captar gradientes de percepción tanto positivos como negativos hacia la IA en los distintos ámbitos considerados.

El cuestionario se estructuró en tres bloques temáticos:

- El Bloque Académico (ítems 1 a 7) indagó en aspectos relacionados con el uso de la IA como herramienta de apoyo al aprendizaje, su papel en la mejora de la eficiencia académica, la personalización del estudio, así como las posibles implicaciones negativas como el reemplazo del pensamiento crítico o el riesgo de dependencia.
- El Bloque de Ocio (ítems 8 a 13) exploró la percepción del uso de la IA en actividades recreativas y de entretenimiento, como recomendaciones de contenido, videojuegos, asistentes virtuales y plataformas de música y vídeo, así como el posible empobrecimiento de la espontaneidad en las decisiones personales.
- El Bloque de Relaciones Sociales (ítems 14 a 20) se centró en la influencia de la IA en la comunicación interpersonal, las redes sociales, la mediación en relaciones afectivas (por ejemplo, mediante algoritmos de emparejamiento) y la percepción de los riesgos sobre la autenticidad y calidad del vínculo humano.

El instrumento fue validado mediante juicio de expertos, quienes evaluaron la claridad, pertinencia y coherencia de los ítems con los objetivos del estudio. Asimismo, se realizó una prueba piloto con un grupo reducido de estudiantes para asegurar la comprensión de los ítems y la adecuación de la escala. El cuestionario final mostró buenas propiedades psicométricas, alcanzando un índice de consistencia interna (alfa de Cronbach) de 0,87, lo que indica una fiabilidad alta del instrumento.

Tabla 1. Cuestionario de percepción de utilidad de la IA

Ítem	Bloque	Afirmación
1	A	La IA me ha ayudado a comprender mejor ciertos temas de mis estudios.
2	A	El uso de herramientas de IA mejora la productividad en tareas académicas.
3	A	La IA representa un riesgo para el pensamiento crítico de los estudiantes.
4	A	Me preocupa que el uso de IA pueda fomentar el plagio en trabajos académicos.
5	A	Las herramientas de IA deberían ser integradas oficialmente en los planes de estudio universitarios.
6	A	El uso excesivo de IA en el ámbito académico podría disminuir la calidad de la formación universitaria.

7	A	Confío en que la IA puede ofrecer respuestas precisas y útiles para mis tareas académicas.
8	B	La IA ha mejorado mi experiencia en plataformas de música, video o videojuegos.
9	B	Las recomendaciones basadas en IA hacen que descubra contenido más afín a mis gustos.
10	B	Me preocupa que la IA limite mi exposición a contenidos diversos en plataformas de entretenimiento.
11	B	El uso de IA en videojuegos mejora la jugabilidad y la experiencia del usuario.
12	B	Paso más tiempo en plataformas de ocio desde que estas integran IA personalizada.
13	B	La IA está creando una experiencia de ocio más adictiva que saludable.
14	C	He utilizado IA (como chatbots o asistentes virtuales) para mejorar mis habilidades comunicativas.
15	C	Me preocupa que el uso de IA pueda reemplazar ciertas formas de interacción humana.
16	C	Considero que la IA puede facilitar el contacto con personas afines a mis intereses.
17	C	El uso de filtros y algoritmos de IA en redes sociales afecta negativamente mi percepción de la realidad.
18	C	Me resulta útil contar con IA que ayude a interpretar emociones o mejorar la empatía en conversaciones.
19	C	Las tecnologías basadas en IA influyen en cómo me relaciono con mi entorno social.
20	C	La IA puede llegar a distorsionar las relaciones humanas si no se regula adecuadamente.

Leyenda: A: Ámbito Académico; B: Ocio y Entretenimiento; C: Relaciones Sociales

Fuente propia

2.3. Procedimiento

El proceso de recogida de datos se llevó a cabo durante el segundo cuatrimestre del curso académico, en el contexto de asignaturas impartidas en titulaciones de Ciencias Sociales de la Universidad de Alicante. Tras una breve explicación sobre los objetivos del estudio y el carácter estrictamente anónimo y voluntario de la participación, se distribuyó el cuestionario en formato digital a través de una plataforma segura de encuestas. Se solicitó el consentimiento informado a todos los estudiantes antes de responder al instrumento, siguiendo las recomendaciones éticas para investigaciones con personas. La duración estimada para completar el cuestionario fue de aproximadamente diez minutos. Una vez recopiladas las respuestas, los datos fueron codificados y exportados para su análisis estadístico mediante el software SPSS (versión 27). En primer lugar, se procedió al cálculo de estadísticos descriptivos básicos (media, desviación típica, frecuencias y porcentajes) para cada uno de los ítems y para los tres bloques principales del cuestionario: académico, ocio y relaciones sociales. Posteriormente, se calcularon medias agrupadas por bloque, lo que permitió obtener una visión sintética de la percepción global hacia la IA en cada ámbito temático.

2.4. Análisis Estadístico

Para examinar la existencia de diferencias significativas en la percepción de la IA en función de variables sociodemográficas, se aplicaron pruebas t de Student para muestras independientes. Este análisis permitió comparar las medias obtenidas entre hombres y mujeres, así como entre los diferentes grupos etarios establecidos: 18 a 22 años, 23 a 27 años y 28 a 32 años. En el caso de las comparaciones por edad, se aplicaron t de Student en análisis bivariados por pares (comparaciones entre dos grupos a la vez), dado que el número de grupos era limitado y con tamaños muestrales equilibrados. Se adoptó un nivel de significación estadística de $p < .05$ como criterio para determinar la existencia de diferencias estadísticamente significativas. Además, se calculó el valor de t y se interpretaron los resultados en función de su dirección (positiva o negativa) y su magnitud, a fin de explorar no solo la existencia de diferencias, sino también el sentido de estas (por ejemplo, si un grupo percibe mayores beneficios o más riesgos que otro). Posteriormente, se calculó la d de Cohen para determinar el tamaño del efecto de las comparaciones estadísticamente significativas. Por último, se verificaron los supuestos básicos de la prueba t, como la normalidad de las distribuciones y la homogeneidad de varianzas entre los grupos, mediante los estadísticos de Kolmogorov-Smirnov y Levene, respectivamente. Los datos no presentaron violaciones sustanciales de dichos supuestos, por lo que se consideró adecuada la aplicación de esta técnica inferencial para los fines del estudio.

3. Resultados

El análisis de los datos reveló patrones diferenciados en la percepción del impacto de la inteligencia artificial (IA) en función del ámbito considerado, académico, ocio y relaciones sociales, así como en relación con las variables sociodemográficas de los participantes, particularmente el sexo y el grupo etario.

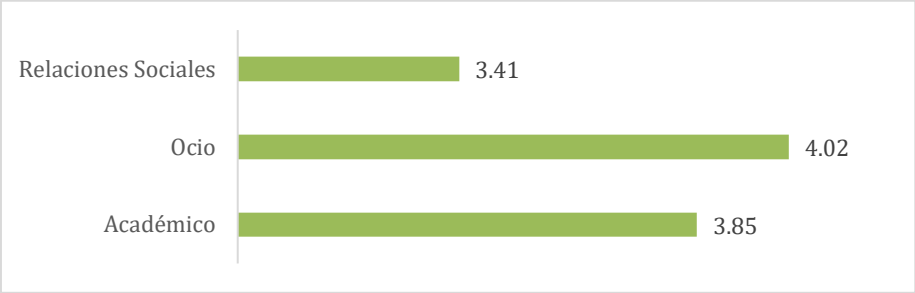
3.1. Percepción global de la IA en los distintos ámbitos

En primer lugar, el análisis descriptivo general mostró que los estudiantes universitarios tienden a percibir la IA de forma mayoritariamente positiva en los tres bloques evaluados, aunque con matices.

El bloque de ocio fue el que obtuvo la media más alta (M = 4.02), indicando un alto nivel de aceptación del uso de IA en plataformas de entretenimiento, videojuegos y recomendaciones personalizadas. Le siguió el bloque académico (M = 3.85), que refleja una valoración favorable hacia el uso de la IA como apoyo al aprendizaje, aunque con algunas reservas.

En cambio, el bloque de relaciones sociales presentó una media más moderada (M = 3.41), lo cual sugiere percepciones más ambivalentes respecto al papel de la IA en la comunicación interpersonal y las relaciones afectivas.

Figura 1. Percepción de utilidad de la IA



Fuente propia

3.2. Diferencias según el sexo

Al comparar las respuestas por sexo mediante la prueba t de Student, se observaron diferencias estadísticamente significativas en dos de los tres bloques. En el ámbito académico, las mujeres (M = 3.93) puntuaron significativamente más alto que los hombres (M = 3.76), con una diferencia estadísticamente significativa (t = -2.10; p = 0.037). Este resultado sugiere que las estudiantes valoran más positivamente el papel de la IA como herramienta educativa, posiblemente vinculándolo a mayores expectativas en términos de apoyo a la organización, al estudio autónomo o a la accesibilidad de recursos.

En el bloque de relaciones sociales, también se encontraron diferencias significativas (t = -2.40; p = 0.018), siendo nuevamente las mujeres quienes mostraron una percepción más favorable (M = 3.52 frente a M = 3.29 en los hombres). Este resultado podría estar relacionado con una mayor sensibilidad hacia el potencial de la IA para mediar o facilitar las interacciones sociales, aunque también podría interpretarse como una mayor tolerancia hacia formas de sociabilidad digitalizadas o mediadas por algoritmos.

Por el contrario, en el bloque de ocio, las diferencias entre hombres (M = 4.10) y mujeres (M = 3.95) no alcanzaron significación estadística (t = 1.85; p = 0.067), si bien se observó una ligera tendencia a que los hombres valoren más positivamente la IA en este ámbito. Esto podría reflejar una mayor afinidad de los varones con ciertas formas de ocio digital, como videojuegos o tecnologías de recomendación, aunque no de forma concluyente.

Tabla 2. *Percepción de la IA en los distintos ámbitos según sexo*

Bloque	*Hombres (n=68)*	*Mujeres (n=72)*	*t*	*p*	*d de Cohen*	*Dif. Sig*

Académico	3.76	3.93	-2.10	0.037	0.35	p < .05
Ocio	4.10	3.95	1.85	0.067	N/A	p > .05
Relaciones Sociales	3.29	3.52	-2.40	0.018	0.40	p < .05

Fuente propia

3.3. Diferencias según el grupo de edad

El análisis por grupos etarios reveló diferencias más notables, especialmente en los bloques de ocio y relaciones sociales. En el bloque de ocio, los estudiantes del grupo más joven (18–22 años) obtuvieron medias significativamente más altas en comparación con los otros dos grupos. En concreto, se observaron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de 18–22 y 23–27 años (t = 2.00; p = 0.048), así como entre los de 18–22 y 28–32 años (t = 3.25; p = 0.0015). Estos resultados indican que los estudiantes más jóvenes presentan una percepción más positiva de la IA aplicada al entretenimiento, probablemente como resultado de una mayor exposición y familiaridad con herramientas digitales personalizadas desde edades tempranas.

Algo similar ocurrió en el bloque de relaciones sociales, donde el grupo de 18–22 años también mostró puntuaciones más altas que los grupos de mayor edad. Las diferencias fueron significativas tanto frente al grupo de 23–27 años (t = 2.30; p = 0.023) como frente al de 28–32 años (t = 3.10; p = 0.0023). Esto apunta a una mayor aceptación por parte de los más jóvenes del papel que puede desempeñar la IA en la gestión de vínculos sociales y afectivos, ya sea a través de algoritmos de emparejamiento, asistentes virtuales o recomendaciones en redes sociales.

En contraste, en el bloque académico, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los tres grupos de edad, lo que sugiere una percepción relativamente homogénea en relación con el uso de la IA en el ámbito educativo, independientemente del momento vital o académico en el que se encuentren los estudiantes.

Tabla 3. Percepción de la IA en los distintos ámbitos según edad

4.

	Grupos	t	p	d	Dif. Sig
A. Bloque Académico	18--22 vs 23--27	1.10	0.270	N/A	> .05
	18--22 vs 28--32	-0.25	0.800	N/A	> .05
	23--27 vs 28--32	-1.22	0.230	N/A	> .05
B. Bloque Ocio	18--22 vs 23--27	2.00	0.048	0.33	< .05
	18--22 vs 28--32	3.25	0.001	0.54	< .05
	23--27 vs 28--32	1.35	0.05	N/A	< .05
C. Bloque Relaciones Sociales	18--22 vs 23--27	2.30	0.023	0.38	< .05
	18--22 vs 28--32	3.10	0.0023	0.51	< .05
	23--27 vs 28--32	0.85	0.390	N/A	> .05

Discusión

Los hallazgos de esta investigación configuran un panorama detallado de la opinión que los alumnos universitarios de Ciencias Sociales tienen sobre la inteligencia artificial (IA) en tres esferas fundamentales de su día a día: el ámbito académico, el tiempo libre y las interacciones sociales. De forma general, los participantes demostraron una inclinación positiva hacia el empleo de la IA, si bien la intensidad y los matices de esta actitud variaron en función del dominio considerado y de las características sociodemográficas de los individuos.

En primer lugar, resalta la alta estima en que se tiene el uso de la IA en el ámbito del ocio. Este resultado concuerda con estudios previos que señalan una creciente familiaridad y dependencia de los jóvenes hacia plataformas digitales que utilizan algoritmos de IA para brindar sugerencias personalizadas, como Netflix, Spotify o TikTok (López-Pérez & Rodríguez-Sánchez, 2022; Morán-Ortega et al., 2024). La visión favorable en esta área podría asociarse a la experiencia directa de las ventajas percibidas de la IA, tales como la eficiencia, la adaptación del contenido a los gustos individuales y la mejora de la experiencia del usuario. Es especialmente notable que los estudiantes más jóvenes (18 a 22 años) obtuvieron calificaciones considerablemente más elevadas que sus compañeros de mayor edad, lo que podría interpretarse como un efecto generacional, dado que este grupo ha crecido en un entorno digital más intenso y ajustado a la inteligencia algorítmica desde edades tempranas.

En el contexto académico, si bien la percepción también fue favorable, se registraron puntuaciones ligeramente más moderadas. Este hallazgo podría reflejar una postura más cautelosa ante los beneficios y riesgos del uso de la IA en el proceso de aprendizaje (Chen et al., 2020; Woolf, 2009; Roll & Wylie, 2016). A pesar de reconocer sus ventajas, los estudiantes también podrían experimentar inquietudes relacionadas con la posible pérdida de habilidades esenciales o la dependencia de tecnologías externas para la resolución de tareas académicas. La diferencia en las puntuaciones entre hombres y mujeres en este ámbito, donde las mujeres mostraron una actitud más favorable hacia la IA, puede interpretarse desde una perspectiva de género vinculada a las expectativas de apoyo y organización que proporcionan estas herramientas, o incluso como un reflejo de una mayor predisposición hacia metodologías educativas digitales (Elizalde et al., 2025; Torres-Gastelú & Torres-Real, 2025).

En lo que respecta al ámbito de las relaciones sociales, los resultados revelaron una percepción más ambivalente. Si bien los participantes reconocen ciertas ventajas de la IA para facilitar la interacción social, también surgen preocupaciones latentes sobre la autenticidad de los lazos, la privacidad y el posible deterioro de la comunicación interpersonal. Esta ambivalencia es coherente con estudios que destacan cómo la mediación tecnológica puede transformar la esencia de las relaciones humanas, especialmente entre los jóvenes (Morán-Ortega et al., 2024; Turkle, 2017). Es significativo que las mujeres y los estudiantes más jóvenes manifestaran una actitud más positiva en este ámbito, lo que podría indicar una mayor adaptación a las dinámicas sociales digitalizadas y una mayor tolerancia hacia formas de interacción no convencionales.

La diferencia generacional constituye otro hallazgo relevante que se manifiesta de forma transversal en los tres ámbitos analizados. Los estudiantes más jóvenes no solo demostraron un mayor entusiasmo hacia la IA en el ocio y en las relaciones sociales, sino también una actitud más receptiva en general hacia su integración en la vida cotidiana. Esto sugiere que, más allá de la edad cronológica, existen maneras distintas de comprender la tecnología que responden a experiencias de vida diferentes: aquellos que han crecido con la IA como parte de su entorno digital natural, tienden a incorporarla de manera más fluida y sinérgica en sus hábitos (Elizalde et al., 2025; Vera et al., 2024).

Estos descubrimientos poseen implicaciones significativas tanto para la educación superior como para la formulación de políticas públicas relacionadas con el uso ético y pedagógico de la IA. En el contexto académico, resulta esencial fomentar una alfabetización digital crítica que no se limite a instruir en el manejo de herramientas de IA, sino que también promueva la reflexión ética, la autonomía intelectual y la toma de decisiones informadas (Torres-Gastelú & Torres-Real, 2025). De igual modo, los resultados sugieren la necesidad de acompañar a los estudiantes en la comprensión de cómo la IA transforma no solo el acceso a la información, sino también los procesos de socialización y el tiempo libre, aspectos que tradicionalmente han recibido menor atención desde la universidad.

No obstante, esta investigación presenta ciertas limitaciones que deben ser consideradas al interpretar los resultados. En primer lugar, la muestra se restringió exclusivamente a estudiantes de Ciencias Sociales de una única universidad, lo que limita la posibilidad de generalizar las conclusiones. Asimismo, el cuestionario empleado, a pesar de haber sido validado y de poseer una buena fiabilidad interna, fue diseñado ad hoc, por lo que futuras investigaciones podrían complementarlo con instrumentos validados a nivel internacional. Finalmente, se sugiere profundizar en estudios cualitativos que permitan comprender con mayor riqueza las representaciones, los discursos y las emociones que los estudiantes asocian a la IA.

5. Conclusiones

En resumen, este estudio revela que los estudiantes universitarios perciben la inteligencia artificial como una herramienta con múltiples ventajas, en especial en las áreas del ocio y la educación. La valoración positiva en el empleo de la IA para actividades recreativas y el apoyo académico refleja una creciente aceptación de estas tecnologías en la vida cotidiana de los jóvenes universitarios. Sin embargo, la percepción más ambivalente con respecto a su influencia en las

relaciones sociales evidencia una conciencia crítica sobre los riesgos asociados, como la posible afectación de la autenticidad y la calidad de las interacciones humanas.

Las diferencias encontradas según el sexo y el grupo de edad sugieren que las mujeres y los estudiantes más jóvenes adoptan una actitud más favorable hacia la IA, lo que pone de manifiesto la importancia de tener en cuenta estas variables al diseñar estrategias educativas y sociales vinculadas a la integración de tecnologías basadas en la inteligencia artificial.

Los resultados obtenidos tienen importantes implicaciones prácticas para la educación superior y la formulación de políticas tecnológicas. En el ámbito universitario, es fundamental implementar programas de formación que no solo faciliten el manejo técnico de herramientas de IA, sino que también fomenten una reflexión crítica sobre sus impactos sociales y éticos. Este enfoque contribuirá a desarrollar competencias digitales responsables y a potenciar un uso equilibrado y consciente de la inteligencia artificial, minimizando posibles riesgos como la dependencia tecnológica o la pérdida de habilidades cognitivas.

Además, considerando la percepción ambivalente en el área de las relaciones sociales, se recomienda promover espacios de diálogo y debate que aborden cómo la IA puede transformar las formas de interacción humana, con el fin de sensibilizar a los estudiantes sobre las oportunidades y limitaciones de estas nuevas modalidades de sociabilidad.

Para futuras investigaciones, resulta pertinente ampliar el espectro poblacional incorporando estudiantes de otras áreas de conocimiento y diferentes contextos geográficos y culturales, lo que permitiría analizar la influencia de variables contextuales en la percepción de la IA. Asimismo, se aconseja complementar los métodos cuantitativos con enfoques cualitativos, como entrevistas o grupos focales, que permitan explorar en profundidad las representaciones subjetivas y emocionales vinculadas a la inteligencia artificial.

Finalmente, dada la rápida evolución de las tecnologías basadas en IA, es importante realizar estudios longitudinales que monitoreen los cambios en las percepciones y actitudes a lo largo del tiempo, facilitando así la actualización constante de estrategias educativas y sociales adaptadas a las nuevas realidades digitales.

Referencias

Agrawal, A. K., Gans, J. S., & Goldfarb, A. (2018). *Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence.* Harvard Business Review Press.

Anderson, J., & Rainie, L. (2018). *Artificial Intelligence and the Future of Humans.* Pew Research Center. Recuperado de https://www.pewresearch.org/internet/2018/12/10/artificial-intelligence-and-the-future-of-humans/

Auxier, B. & Anderson, M. (2021). Social Media Use in 2021. Pew Research Center. Recuperado de https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/

Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity.* Polity Press.

Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies.* Oxford University Press.

Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens.* Yale University Press.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies.* W. W. Norton & Company.

Carr, N. G. (2010). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains.* W. W. Norton & Company.

Chen, X., Xie, H., Zou, D., & Hwang, G.-J. (2020). Application and Theory Gaps during the Rise of Artificial Intelligence in Education. *Computers and Education: Artificial Intelligence, 1*, Article ID: 100002. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2020.100002

Cheryan, S., Ziegler, S. A., Montoya, A. K., & Jiang, S. (2017). Why are some STEM fields more gender balanced than others? *Psychological Bulletin, 143*(1), 1-35. https://doi.org/10.1037/bul0000052

Elizalde, A. F. C., Ramirez, O. C. G., Cueva, E. L. L., & Asanza, W. B. R. (2025). Evaluación del Uso de la Inteligencia Artificial Generativa en la Universidad Técnica de Machala: Beneficios y Riesgos. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica*, *5*(2), 1207-1235. https://doi.org/10.61384/r.c.a..v5i2.1200

Eubanks, V. (2018). *Automating Inequality: How High-Tech Tools Profile, Police, and Punish the Poor.* St. Martin's Press.

Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest, 13*(1), 3--66. https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/1529100612436522

Floridi, L. (2014). *The 4th Revolution: How the infosphere is reshaping human reality.* Oxford University Press.

García-Peñalvo, F. J. (2021). Avoiding the Dark Side of Digital Transformation in Teaching. An Institutional Reference Framework for eLearning in Higher Education *Sustainability, 13*(4), 2023. https://doi.org/10.3390/su13042023

Gershon, I. (2010). *The breakup 2.0: Disconnecting over new media.* Cornell University Press.

Gilligan, C. (1982). *In a different voice: Psychological theory and women's development.* Harvard University Press.

Holmes, W., Bialik, M., & Finkelstein, N. (2019). *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning.* Center for Curriculum Redesign.

Hwang, G. J., Xie, H., Wah, B., & Gasevic, D. (2020). Vision, challenges, roles and research issues of Artificial Intelligence in Education. *Computers & Education: Artificial Intelligence, 1*, 100001. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2020.100001

Kardefelt-Winther, D. (2014). Problematizing excessive online game playing in the perspective of everyday life. *Computers in Human Behavior, 31*, 118-122. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.017

Lessig, L. (2006). *Code: Version 2.0.* Basic Books.

Lobel, O. (2018). *You Don't Own Me: How Mattel v. MGA Entertainment Created Bratz, and Boardroom Brawl Forever Changed the Toy Industry.* W. W. Norton & Company.

Miller, V. (2008). New media, networking and phatic culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 14*(4), 387-400. https://doi.org/10.1177/1354856508094659

Montag, C., Wegmann, E., Sariyska, R., Demetrovics, Z., & Brand, M. (2021). How to overcome taxonomical problems in the study of Internet use disorders and what to do with "smartphone addiction"? *J. Behav Addict., 9*(4), 908-914. https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.59

Morán-Ortega, S. A., Ruiz-Tirado, S. G., Simental-López, L. M., & Tirado-López, A. B. (2024). Barreras de la Inteligencia Artificial generativa en estudiantes de educación superior. Percepción docente. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, *12*(25), 26-37. https://doi.org/10.36825/RITI.12.25.003

Morris, M.G. and Venkatesh, V. (2000). Age Differences in Technology Adoption Decisions: Implications for a Changing Work Force. *Personnel Psychology, 53*(2), 375-403. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2000.tb00206.x

O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy.* Crown.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You.* Penguin Press.

Pew Research Center (2021). *Internet & Technology.* Recuperado de https://www.pewresearch.org/internet/

Poole, D., Mackworth, A., & Goebel, R. (1998). *Computational intelligence: A logical approach.* Oxford University Press.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon, 9*(5), 1-6. https://doi.org/10.1108/10748120110424816

Przybylski, A. K., Weinstein, N., & Murayama, K. (2017). Internet Gaming Disorder: Investigating the clinical relevance of a new phenomenon. *American Journal of Psychiatry, 174*(3), 230-237. https://doi.org/10.1176/appi.ajp.2016.16020224

Roll, I., & Wylie, R. (2016). Evolution and Revolution in Artificial Intelligence in Education. *International Journal of Artificial Intelligence in Education, 26*(2), 582-599. https://doi.org/10.1007/s40593-016-0110-3

Russell, S. J., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.

Anderson, J., Rainie, L. & Vogels, E.(2021). *Experts Say the 'New Normal' in 2025 Will Be More Tech-Driven, Presenting More Challenges.* Pew Research Center. Recuperado de https://www.pewresearch.org/internet/2021/02/18/experts-say-the-new-normal-in-2025-will-be-far-more-tech-driven-presenting-more-big-challenges/

Spitzer, M. (2012). *Digitale Demenz: Wie wir uns und unsere Kinder um den Verstand bringen.* Droemer Knaur.

Stone, P., Brooks, R., Brynjolfsson, E., Calo, R., Etzioni, O., FAI, T., ... & Teller, A. (2016). *Artificial Intelligence and Life in 2030.* Stanford University.

Torres-Gastelú, C. A., & Torres-Real, C. (2025). Validación de una escala sobre la percepción de la Inteligencia Artificial en la educación superior. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *9*(2), 5706-5725. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17324

Turkle, S. (2017). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other.* Simon & Schuster.

Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Different from Their Parents.* Atria Books.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media.* Oxford University Press.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425-478. https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/30036540

Vera, J. P. D., Izurieta, R. M., Jaramillo, C. M. B., & Ramírez, A. K. R. (2024). Asistencia de la inteligencia artificial generativa como herramienta pedagógica en la educación superior. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, *12*(26), 61-76. https://doi.org/10.36825/RITI.12.26.006

Woolf, B. P. (2009). *Building intelligent interactive tutors: Student-centered strategies for e-learning.* Morgan Kaufmann.

Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education – where are the educators? *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 16*(39). https://doi.org/10.1186/s41239-019-0171-0