

# Carro de Heno

**María Sánchez González**

# IA y competencias humanas. Aprender y desaprender de/ con las máquinas

## María Sánchez González

Universidad de Málaga

HACE UNOS DÍAS ME LLEGÓ POR REDES SOCIALES UNA INFOGRAFÍA DE Harvard Business Review que proponía cómo entrenar nuestro cerebro para trabajar de forma creativa con la inteligencia artificial generativa (IAGen), con prácticas como la aceptación de la incertidumbre como estímulo de múltiples respuestas o el enfoque colaborativo, en el sentido de expandir nuestra mentalidad para resolver problemas trabajando con la IA como socio (Solís, 2023). Ser ingenieros de *prompts* requiere de enfoque exploratorio y nuevos aprendizajes para sacar partido a esta «creatividad artificial», siguiendo el término usado por mi colega Pablo Sanguinetti (2022). El fin es lograr, diría yo, una «creatividad aumentada» fruto del binomio hombre-máquina.

Porque por otro lado, la IA genera resultados creativos, pero su creatividad es «intrínseca» puesto que se basa en contenidos y obras humanas, argumentaba el artista gráfico Jon Juárez en un encuentro reciente en el Palacio de la Aduana de Málaga. En éste, la catedrática Nuria Rodríguez de la UMA abogaba por replantear el propio concepto de creatividad y otros como autoría, autenticidad y copia.

190

La cultura digital y fenómenos como el conocimiento abierto, la participación activa de audiencias y prosumidores, la remezcla o la convergencia digital (Jenkins, 2008) supusieron ya hace dos décadas un cambio de paradigma para ciudadanía y profesionales. Hoy la explosión generativa trae nuevas oportunidades y desafíos, nada que no sepan ya si siguen el debate. Con la IAGen, empresas pioneras dedicadas a creatividad y arte digital como Freepik —ejemplo local global que me parece admirable— se han visto abocadas a reinventar su modelo de negocio y a reclutar nuevos perfiles, como expertos y artistas con IA. En lo referido a personas, este *hype* afecta no sólo a nuevos perfiles sino a cualquier profesional y futuro profesional. En arte y cultura pero también en otros campos, educación incluido.

¿Qué debemos aprender para sacar partido a este nuevo escenario? Para empezar, las competencias digitales, entendidas en sentido instrumental pero también en cuanto a uso eficaz, eficiente y responsable de las

tecnologías, son clave en tiempos de IA. Y como el DigComp y los respectivos *frameworks* sectoriales de competencias digitales, organismos internacionales como la UNESCO han publicado ya marcos de referencia para la (auto) evaluación de competencias específicas de inteligencia artificial. Desde mi visión, debemos poner el foco además en el desarrollo profesional de las llamadas *soft-skills* o habilidades blandas, esenciales para humanizar y aportar valor a las experiencias con IA. «Solo se ve bien con el corazón, lo esencial es invisible a los ojos», decía Saint-Exupéry en *El Principito*.

Diez competencias que me parecen clave. La primera, creatividad, entendida como capacidad para idear soluciones disruptivas, solo pero también en colaboración con otras personas y tecnologías. La segunda, innovación y emprendimiento digital, para crear nuevos productos o servicios pero también proponer soluciones a retos y aportar mejoras significativas sobre lo existente. Tercera, usabilidad, para adaptarnos a las necesidades de nuestros públicos y mejorar su experiencia pero también para saber cómo hablarle a las máquinas y que nos entiendan (sí, la ingeniería del *prompt*). Cuarta, visión estratégica y prospectiva, aplicada a empresas (y para ello la IA predictiva es una excelente arma), pero también a nuestro propio desarrollo profesional. Quinta, análisis crítico y capacidad de toma de decisiones, porque la IA exige supervisión humana. Sexta, curación de contenidos y pensamiento visual, estrategias para gestionar la información y comunicar en el entorno digital y de inteligencia artificial. Séptima, *data literacy*, clave también en tiempos de *infotoxicación*. Octava, capacidad de verificación, precisamente por lo anterior y para evitar convertirnos en altavoces de *deep fakes* y otros males de la IA. Novena, gestión del tiempo y del conocimiento en red, lo que implica hacer un uso sostenible de la IA y saber construir redes de recursos y entornos de aprendizaje personalizados *online*. Y décima, entroncada con esto último y requisito para todo lo anterior: capacidad de aprendizaje continuo y permanente y de aprender a desaprender. Toca dejar de actuar bajo patrones adquiridos y estar abierto a alternativas. Empezando por nosotros mismos como docentes e investigadores.

Desde la universidad y la educación en general debemos ser capaces de enseñar con la IA, pero también sobre la IA y para la IA. Estamos llamados más que nunca a prestar atención a todas estas competencias y a innovar en la alfabetización. Porque los trabajos del futuro, los nuevos perfiles híbridos y puente hombre-máquina serán ocupados por quienes se hayan formado y desaprendido. —

191

### Referencias bibliográficas

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Sanguinetti, P. (2022). La revolución de la creatividad artificial. *Telos*, 118, pp.90-95. <https://telos.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2022/01/telos-118-analisis-pablo-sanguinetti.pdf>. Último acceso: 3 de febrero de 2025.

Solis, B. (2023). Entrene su cerebro para trabajar de forma creativa con la IA generativa. En *Harvard Business Review*. Disponible en <https://dirigehoy.info/entrene-su-cerebro-para-trabajar-de-forma-creativa-con-la-ia-generativa/>. Último acceso: 3 de febrero de 2025.