

La inteligencia artificial en la educación superior: Retos y oportunidades para los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas de la UPV/EHU



AUTORA: Olaizola Vargas, Iratxe
DIRECTORA: Miguélez Juan, Blanca

ELECCIÓN DEL TEMA

Noviembre
del 2022



ChatGPT

- Necesidad de abordar:
 - > implicaciones éticas;
 - > sesgos;
 - > privacidad;
 - > seguridad.
- Contribuir al conocimiento académico.
- Preocupación ética y formativa.



3º y 4º de Periodismo y Publicidad y RR.PP.

Facultad de CC.SS. y de la Comunicación

UPV/EHU

OBJETIVOS

OBJETIVO PRINCIPAL:

Estudiar la implicación de la inteligencia artificial en tercero y cuarto curso de los grados de **Publicidad y Relaciones Públicas** y de **Periodismo** en la **Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación** de la Universidad del País Vasco (**UPV/EHU**), identificando tanto los **desafíos emergentes** como las **oportunidades pedagógicas** que plantea y estos grupos perciben.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- OE1 - **Analizar las percepciones del profesorado** sobre la relevancia y el papel de la inteligencia artificial en la enseñanza universitaria dentro de los grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo.
- OE2- **Conocer la perspectiva del estudiantado** sobre el impacto potencial de la inteligencia artificial en su trayectoria académica y en su futura inserción profesional.
- OE3 - **Detectar las necesidades formativas** en materia de inteligencia artificial identificadas tanto por el profesorado como por el alumnado de la UPV/EHU en el contexto universitario actual.

REFERENTES TEÓRICOS

**El caso de la Universidad de
Valladolid**
(Martín García et al, 2024)

Martín García, N., Martín García, A., y Núñez Cansado, M. (2024). Perfil y motivaciones para el uso de la IV en el alumnado de Publicidad y RR.PP. en la universidad de Valladolid. Hachetetepé. Revista científica de educación y comunicación, (28), 1-17.

**Uso de IA en la formación
periodística**
(Lopezosa et al, 2023)

Lopezosa, C., Pont-Sorribes, C., Codina, L., y Váñez, M. (2023). Uso de la inteligencia artificial generativa en la formación de los periodistas: desafíos, usos y propuesta formativa. Profesional de la información, 32(4), 1-14.

METODOLOGÍA

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

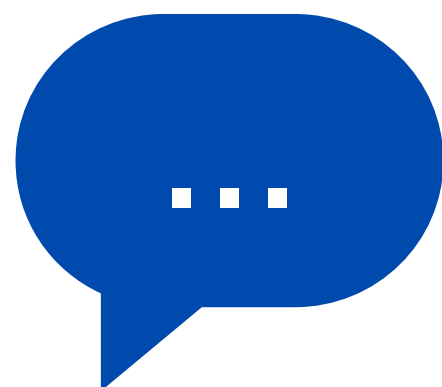
Cualitativa

- 7 entrevistas en profundidad:
 - Profesorado de Publicidad y RP.
 - Julen Orbegozo
 - Sergio Monge
 - Angeriñe Elorriaga
 - Profesorado de periodismo
 - Simón Peña
 - Ainara Larrondo
 - Iker Merchán
 - Maider Eizmendi
- Criterios elección entrevistados/as:
 - Años docencia
 - Asignaturas impartidas
 - Marketing, publicidad, redacción, tecnología del periodismo..

Cuantitativa

- Dos encuestas (profesores y estudiantes)
- Tasa de respuesta:
 - Estudiantes: 226 (de 617)
 - Profesores: 26 (de 98)

RESULTADOS



"Tienen muy interiorizado el uso de redes sociales o videojuegos, pero no siempre están familiarizados con otras tecnologías." - (E1, comunicación personal, junio de 2025)

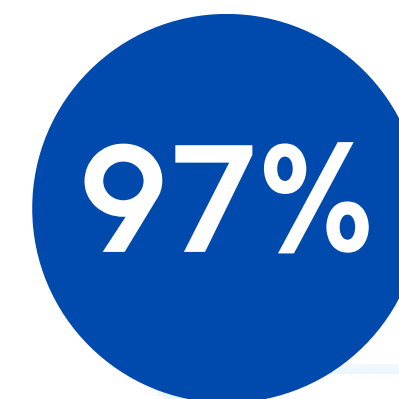
54%

Porcentaje de estudiantes con conocimiento medio en inteligencia artificial.

RESULTADOS



"Entonces lo que creo es que nos tiene que ayudar a hacer cosas diferentes o de forma diferente a la que veníamos haciendo ahora. Porque hasta ahora estamos muy acostumbrados a hacer las cosas de una determinada manera y si la utilizamos pues va a haber más tiempo... Creo que hay que tratar de demostrar que podemos dedicar es el tiempo que nos ahorra la IA a hacer las cosas mejor." - (E1, comunicación personal, junio de 2025)



Del alumnado considera que la IA será muy relevante en su futuro laboral.

RESULTADOS

16

**Menciones al uso de
ChatGPT por parte del
profesorado**



"Quería que aprendieran los principios básicos de programación o, al menos, que supieran que existe. Les pedí que usaran ChatGPT para obtener el código y que lo ejecutaran en Google Colab". - (E5, comunicación personal, junio de 2025)

222

**Menciones a ChatGPT
por parte del alumnado**

RESULTADOS

62%

El profesorado valora positivamente la integración de la IA en el aula.



".. en la asignatura del máster (Comunicación Social) que conoces, estamos utilizando, por un lado, herramientas generales como ChatGPT y Copilot. También usamos algunas específicas para la gestión de trabajos académicos, como Elicit y Perplexity". - (E1, comunicación personal, junio de 2025)

51%

Alumnado que valora positivamente el uso de la inteligencia artificial en el aula.

RESULTADOS

85%

**Del profesorado ven la IA
entre poco y nada
integrada en los planes de
estudio.**

...

"Bueno, hasta ahora la frecuencia no ha sido regular; ha sido un uso puntual. Por ejemplo, aplicándola a la experiencia que acabamos de comentar o analizando cuáles eran las herramientas que, en ese momento, podían estar utilizando los medios, para comentarlas en clase con ellos, informarles, enseñarles, etc".- (E2, comunicación personal, junio de 2025)

49%

**Del alumnado ven la
IA poco y nada
integrada en los
planes de estudio.**

RESULTADOS

100%

**Del profesorado considera
que el alumnado debería de
recibir formación en IA.**

...

"Formación al alumnado. Yo entiendo que hay cosas que son difíciles, pero el ejemplo que te ponía antes: mi alumnado no se entera entre los diferentes modelos que ofrece ChatGPT. No se aclara con lo que es cada uno ... Entonces: formación, formación y formación. Hace falta saber más". - (E3, comunicación personal, junio de 2025)

93,5%

**Del alumnado considera
que necesita recibir
formación en IA.**

CONCLUSIONES

Necesitamos más formación en IA

El estudiantado tiene la necesidad de más formación en IA para un uso crítico

El profesorado evidencia que la IA juega, y seguirá jugando por ahora, un papel asistencial en la educación.

La IA deberá integrarse en los planes de estudio de manera adecuada.

RETOS Y OPORTUNIDADES

Reto: Encontrar la mejor manera de integrar la IA en los planes de estudio.

Oportunidad: Como comunicadores tenemos la oportunidad de situarnos a la vanguardia de esta tecnología.



ESKERRIK ASKO!

AUTORA: Iratxe Olaizola Vargas

iolaizola021@ikasle.ehu.eus

TUTORA: Blanca Miguelez Juan

blanca.miguelez@ehu.eus



Máster Universitario

Máster en Comunicación Social