

# PUBLICATESEN

## XVIII

### ADN CREATIVO

LA ESENCIA QUE NOS UNE

*Acuetrocho Dupla Creativa - Departamento CAP*

**ASISTIR A CLASE ES MEJOR QUE... LA IA**

CATEGORÍA PATROCINADA POR

**UVa**

**Departamento de  
Comunicación Audiovisual  
y Publicidad**



ACUETRUCHO

## DUPLA CREATIVA - DEPARTAMENTO CAP

ASISTIR A CLASE ES MEJOR QUE... LA IA

### 01. DESCRIPCIÓN

La categoría Dupla Creativa invita a dos estudiantes a unir su talento para desarrollar una campaña audiovisual breve (45 segundos) que reflexione sobre la importancia de la asistencia a clase frente a la creciente dependencia de la inteligencia artificial como sustituto del aprendizaje presencial. El objetivo es mostrar, de forma creativa y con humor, que la universidad es un espacio de interacción, descubrimiento y comunidad, donde las dinámicas presenciales aportan un valor insustituible que la IA solo puede complementar, pero nunca reemplazar.

**Nota:** En esta categoría solo podrán participar dos personas sin excepción.

### 02. OBJETIVOS

- Fomentar la asistencia a clase como práctica esencial para el aprendizaje integral.
- Visibilizar el valor añadido del profesor y de las dinámicas presenciales frente al uso exclusivo de la IA.
- Conectar con el alumnado mediante situaciones cotidianas que reflejen humor, cercanía y realismo.
- Generar conciencia crítica sobre el papel complementario de la IA, evitando que se convierta en un sustituto del aula.

### 03. FORMATO DE ENTREGA

- Duración del spot: 45 segundos.
- Formato de vídeo: MP4 (H.264).
- Resolución: 1080x1920 px (mínimo 1080p).
- Uso: Difusión en redes sociales y página web de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación y del Departamento CAP.

## 04. CONTEXTO Y TEMA

### ASISTIR A CLASE ES MEJOR QUE... LA IA

El spot debe contraponer la asistencia regular a clase con el uso exclusivo de la IA, mostrando con humor los beneficios de la interacción presencial frente a las limitaciones y situaciones absurdas que pueden surgir al depender únicamente de la tecnología.

La categoría CAP surge en un momento en el que la inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta habitual para los estudiantes, generando la percepción de que puede sustituir la asistencia a clase. Sin embargo, la experiencia universitaria va mucho más allá de recibir contenidos: en el aula se producen dinámicas que enriquecen el aprendizaje, como ejemplos prácticos, preguntas, debates, casos reales, ejercicios y orientaciones directas sobre evaluaciones. Por el contrario, confiar exclusivamente en la IA puede derivar en situaciones poco deseables: falta de referencias, dificultad para formular búsquedas o aceptar cualquier solución como válida.

El spot debe reflejar esta realidad, mostrando de manera clara y con humor cómo la asistencia presencial aporta beneficios insustituibles frente a las limitaciones y situaciones absurdas que pueden derivarse de confiar únicamente en la IA. La narrativa debe poner en valor la interacción con los profesores y compañeros, la construcción de comunidad académica y la motivación que surge de participar activamente en clase.

El tema central es contraponer la asistencia regular a clase con el uso exclusivo de la IA, transmitiendo que la tecnología es un complemento útil, pero nunca un reemplazo del entorno universitario vivo y participativo.

## 05. PÚBLICO OBJETIVO

**Principal:** Alumnado universitario, representado en situaciones cotidianas que reflejen los beneficios de asistir a clase.

**Secundario:** Profesorado y comunidad académica, reforzando el valor de la interacción presencial.

## 06. PAUTAS PARA EL DESARROLLO DEL SPOT

- **Tono y estilo:** Cercano, dinámico, con humor natural y conclusión positiva.
- **Narrativa:** Contrastar beneficios de asistir a clase con las limitaciones del uso exclusivo de IA.
- **Visuales y música:** Estilos juveniles y actuales, evitando distracciones del mensaje.
- **Identidad visual:** Incluir el logotipo del CAP como elemento identificativo, respetando su aplicación y coherencia con la pieza.

**Fecha de Entrega:** Jueves, 19 de febrero de 2026.