¿Nos sentimos impostores por usar ChatGPT? Lo que dicen estudiantes de Marketing

Por Carla Matos Mejías, Rafael Carrasco Polaino, Mario Vega Yáñez

03/11/2026 | **https://doi.org/10.63083/lamec.2026.35.cmv**



Imagina que entregas un trabajo brillante y sacas buena nota. Ahora imagina que una herramienta de inteligencia artificial te ayudó a escribirlo. ¿Sentirías el éxito como propio, o aparecería la sospecha de no merecerlo del todo?

Esa duda no es un capricho. Toca de lleno una experiencia psicológica bien conocida: el síndrome del impostor.

Un viejo miedo, una herramienta nueva

En 1978, las psicólogas Pauline Clance y Suzanne Imes describieron a personas con logros evidentes que, aun así, vivían convencidas de ser un fraude. Atribuían su éxito a la suerte o al error de los demás, y temían que alguien acabara «descubriéndolas». No es un diagnóstico clínico, sino un patrón de pensamiento, y aparece con frecuencia en entornos exigentes como la universidad.

Desde 2022, la inteligencia artificial generativa, ChatGPT, Gemini, Copilot y similares, se ha colado en las aulas. Resume textos, redacta borradores y resuelve ejercicios. La pregunta se plantea sola: si una máquina hace parte del trabajo, ¿aumenta la sensación de que los méritos no son del todo propios?

La duda es especialmente pertinente en Marketing, una titulación donde el alumnado aprende a manejar herramientas que ya forman parte de su futuro profesional. Al mismo tiempo, construye una identidad basada en competencias, como la creatividad o el análisis, que la IA puede ejecutar en parte. Es una situación paradójica: hay que dominar lo mismo que podría sustituir parte del propio mérito.

Cómo se obtuvieron y midieron los datos

Se encuestó a 83 estudiantes del Grado en Marketing de la Universidad Alfonso X el Sabio durante el curso 2023-2024, de forma voluntaria y anónima. Respondieron a una escala de 20 afirmaciones que mide el síndrome del impostor, del tipo «me preocupa que otros descubran que no soy tan competente como creen». También se preguntó por la frecuencia de uso de la IA generativa y por las actitudes hacia ella.

El análisis se centró en quienes sí la usaban: 81 estudiantes, repartidos en tres grupos según su frecuencia de uso: 41 la usaban con frecuencia, 33 de forma habitual y 7 solo ocasionalmente. La hipótesis intuitiva era sencilla: a más uso, más sensación de impostura.

Diferencias no relevantes

La intuición no se confirmó. Las puntuaciones globales de la escala fueron muy parecidas en los tres grupos. Tampoco hubo diferencias claras en las dos dimensiones que la componen: sentirse un fraude y atribuir el éxito a la suerte. Usar mucho la IA no se asoció, en esta muestra, con sentirse más impostor.

Solo una afirmación se comportó de otro modo: la del miedo a que otros descubran que uno no es tan competente como cree. Quienes usaban la IA de forma ocasional puntuaron más alto en esa frase que quienes la usaban de forma habitual.

Una lectura posible es que quien la usa de vez en cuando aún no ha decidido cuándo y para qué recurrir a ella, y de ahí las dudas sobre dónde acaba el mérito propio y dónde empieza la aportación de la máquina. Quien la incorpora con naturalidad a su rutina tendría criterios más claros y menos sensación de «hacer trampa». Es, en todo caso, solo una hipótesis interpretativa.

Conviene ser prudentes por varias razones

Es una diferencia frágil: se compararon veinte afirmaciones distintas, y cuando se hacen tantas comparaciones a la vez es fácil que alguna salga «significativa» por puro azar. El grupo de uso ocasional, además, era pequeño (7 personas), lo que añade inestabilidad al resultado.

No hay causalidad posible: al tratarse de una encuesta en un único momento, no se sabe qué precede a qué. Podría ser que quienes dudan más de sí mismos usen la IA de otra manera, y no al revés.

Es un solo grado de una sola universidad, así que no cabe extrapolar los resultados a otras carreras ni a otros países.

Y no encontrar diferencias no prueba que no existan: con muestras de este tamaño, un efecto real podría haber pasado desapercibido.

Una actitud favorable hacia la formación

Hubo un dato muy claro, y quizá el más relevante de todos. Las actitudes hacia la IA generativa fueron ampliamente positivas: la mayoría del alumnado considera que será imprescindible en su futuro profesional y que integrarla en la universidad sería positivo si se hace con criterios claros. Casi la totalidad mostró interés por recibir formación específica en su uso ético y estratégico. Las puntuaciones medias en estas tres preguntas se situaron entre 4,1 y 4,5 sobre 5.

Esa combinación, ausencia de diferencias globales en el síndrome del impostor junto a una actitud muy favorable hacia la IA, sugiere que el alumnado no percibe estas herramientas únicamente como un sustituto de sus capacidades, sino como un recurso que puede resultarle útil si se aprende a usarlo bien.

Ideas con las que quedarse

El uso de la IA no parece, por sí solo, un factor de riesgo para el síndrome del impostor. Importa más cómo se usa que cuánto.

El alumnado reclama criterios, no prohibiciones. Regular la IA sólo desde la integridad académica se queda corto; hace falta también enseñar a integrarla de forma crítica y a reconocer qué parte del trabajo es propia.

Conviene abrir la conversación sobre la autoría. Hablar de qué significa «mérito» cuando se trabaja con IA puede ayudar más que esconder su uso.

Faltan todavía muchos datos. Se necesitan muestras mayores, otras titulaciones y seguimientos en el tiempo para entender qué factores, la autoeficacia, la percepción de autoría, el perfeccionismo, marcan realmente la diferencia.

BIO

Carla Matos Mejías

Universidad Alfonso X El Sabio

Más artículos del autor

BIO

Rafael Carrasco Polaino

Universidad Complutense de Madrid (España)

Más artículos del autor

BIO

Mario Vega Yáñez

Universidad Alfonso X El Sabio

Más artículos del autor

La Mecedora Divulga is licensed under CC BY-NC-ND 4.0