

ENCUESTA NACIONAL | 2023

Percepción Social de la Inteligencia Artificial (IA)



ALEJANDR[IA]



Centro de Comunicación
de las Ciencias
Universidad Autónoma de Chile



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE CHILE

MÁS UNIVERSIDAD

ALEJANDRIA



ENCUESTA NACIONAL DE PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL 2023.

© CENTRO DE COMUNICACIÓN DE LAS CIENCIAS.
SEPTIEMBRE, 2023.

DOI: 10.32457/12728/10276202374

ISBN: 978-956-6201-73-1

RPI: A-11115

AUTORES:

Nataly Venegas Zúñiga

Paulo González Ibarra

Dinka Acevedo Caradeux

Juan José Berger Luis

I. INTRODUCCIÓN

El **Centro de Comunicación de las Ciencias** (ccc) —parte de la Vicerrectoría de Investigación y Doctorados de la Universidad Autónoma de Chile— tiene por objetivo **fomentar la investigación** y **promover la comunicación** de los diversos conocimientos científicos y tecnológicos. A fin de llevar a cabo estos propósitos de manera efectiva y con una mirada reflexiva, el ccc realiza estudios y programas para contribuir al ecosistema de la comunicación de las ciencias y sus prácticas.

En esta línea, el programa **Alejandr-IA** busca incentivar la reflexión y divulgación de conocimientos sobre **Inteligencia Artificial** (IA) a través de iniciativas como cursos, seminarios, podcast y estudios de opinión que estimulen la **conversación pública**.

El objetivo de la *Encuesta Nacional De Percepción Social De La Inteligencia Artificial 2023* es recopilar información valiosa que permita conocer la manera en que la población chilena percibe la Inteligencia Artificial y se relaciona con sus aplicaciones en la vida cotidiana, además de **analizar actitudes, conocimientos y opiniones respecto de la IA**.

A partir de esta investigación —y en línea con las recomendaciones sobre el uso ético de la IA UNESCO (2022)¹ y la Política Nacional de Inteligencia Artificial (MINCIENCIA, 2021)² —, como Centro de Comunicación de las Ciencias queremos aportar a la **reflexión colectiva** sobre IA y sugerir algunos elementos que pueden resultar valiosos para la comunidad científica y, especialmente, para los/as comunicadores/as de la ciencia y la tecnología.

Creemos que esta primera aproximación a las percepciones de la sociedad chilena respecto de este grupo de tecnologías, sus beneficios y preocupaciones, así como su impacto en los diferentes aspectos de nuestras vidas, tiene especial importancia en un contexto en que la desinformación y la percepción del riesgo son temas centrales.

La IA ha adquirido un papel protagónico en la actualidad. Hemos de mirar al futuro y prepararnos para ser resilientes a la transformación de la sociedad y sus dinámicas. Nuestras instituciones y políticas públicas han de estar orientadas a ello, y por esto también debemos prestar especial atención a la forma en que comunicamos este proceso de cambios tecnológicos, sus problemáticas y oportunidades. Ese es también nuestro desafío.

¹ *Recomendación Sobre La Ética De La Inteligencia Artificial*, UNESCO, 2022.

² *Política Nacional de Inteligencia Artificial*, Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, 2021.

II. METODOLOGÍA

A. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA Y POBLACIÓN OBJETIVO

La encuesta se llevó a cabo con el objetivo de obtener resultados que reflejaran las perspectivas y experiencias de las personas chilenas en relación con la Inteligencia Artificial (IA). Para lograr esto, se estableció una muestra representativa de la población chilena compuesta por personas mayores de 18 años y provenientes de diversos sectores sociales y geográficos. Realizamos una segmentación por Nivel Socioeconómico (NSE) en las categorías ABC1, C2, C3, D, E y por ubicación, aglomerándolos de forma arbitraria entre Norte, Centro y Sur (**FIGURA 0**). El tamaño de la muestra fue de 1307 casos válidos.

Características de la población encuestada

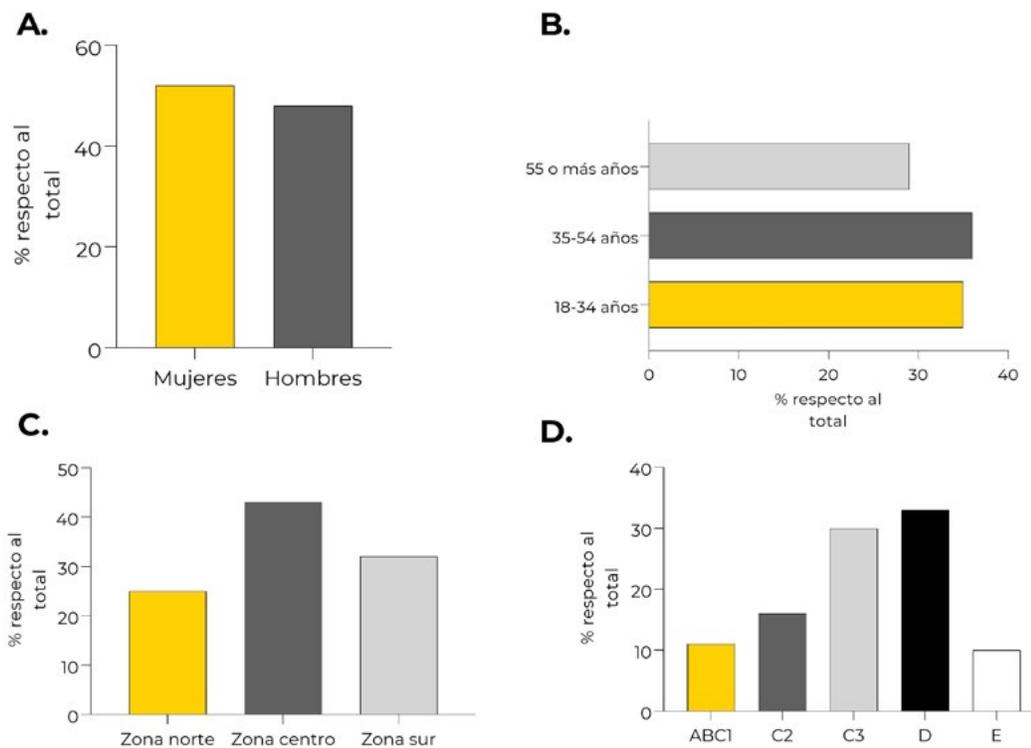


FIGURA 0: Características de la población encuestada. A. Distribución por sexo; B. Distribución por tramos etario; C. Distribución por zona geográfica; D. Distribución por nivel socioeconómico (NSE). n= 1037 personas encuestadas.

B. DETALLES DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para recopilar los datos de la encuesta, se optó por una metodología en línea, lo que facilitó el acceso y la participación de los encuestados. Se diseñó un cuestionario estructurado que abarcaba una amplia variedad de temas relacionados con la IA. Entre estos temas se incluyeron conocimientos básicos sobre la IA, sus aplicaciones cotidianas, los beneficios percibidos, las preocupaciones y las emociones asociadas.

La distribución de la encuesta se realizó a través de canales digitales, redes sociales y plataformas de correo electrónico, con el fin de alcanzar una amplia diversidad de participantes. Durante todo el proceso, se garantizó la confidencialidad y el anonimato de los encuestados.

C. CATEGORÍAS DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS UTILIZADAS

Las preguntas se organizaron en diferentes categorías que abordaban distintas dimensiones de la IA. Entre ellas se encontraban el conocimiento general sobre la IA, su impacto en la vida cotidiana, la percepción de beneficios y riesgos, así como las emociones asociadas a esta tecnología. Para permitir una variedad de respuestas y perspectivas, se utilizaron escalas Likert, opciones de selección múltiple y preguntas abiertas.

La estructura de la encuesta se basó en tres dimensiones: la representacional, que exploraba cómo se concibe y entiende la IA; la práctica/operacional, que abordaba su implementación y uso en la sociedad; y la evaluativa/valorativa, que se centraba en las valoraciones y opiniones sobre la IA y su impacto en la vida de las personas y la sociedad en general.

III. RESULTADOS

A. DIMENSIÓN REPRESENTACIONAL

A.1. NIVEL DE FAMILIARIDAD CON EL CONCEPTO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El 92,9 % de la población chilena dice haber oído acerca del concepto “Inteligencia Artificial”. Este alto valor de familiaridad presenta algunas diferencias al distinguirlos por sexo (95,8 % de los hombres y 90,7 % de las mujeres) (FIGURA 1) y grupo etario (96,4 % para el tramo 18 a 34 años; 94,2 % en personas de 35 a 54 años; y 90,7% en personas mayores de 55 años) (FIGURA 2). En la zona centro un 95% de las personas dice haber oído sobre las IA, mientras que en las zonas norte y sur esto valores son 90 % y 91,2 %, respectivamente.



FIGURA 1. Porcentaje de personas de cada sexo que ha escuchado el concepto de Inteligencia Artificial.



FIGURA 2. Porcentaje de personas de los distintos tramos etarios que ha escuchado el concepto de Inteligencia Artificial.

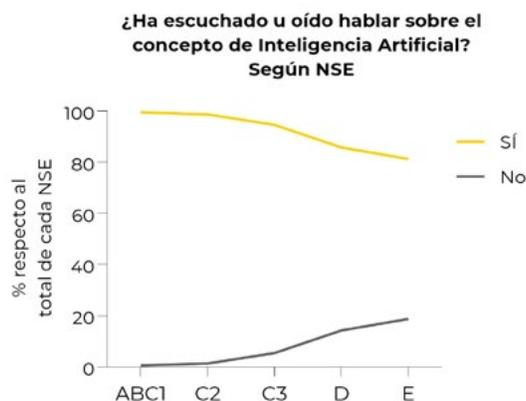


FIGURA 3. Porcentaje de personas de los distintos NSE que ha escuchado el concepto de Inteligencia Artificial.

Sin embargo, al observar la distribución de las respuestas en función del nivel socioeconómico (NSE) de los/as encuestados/as, es posible notar diferencias un tanto mayores. Un 99,5 % de las personas del grupo ABC1 ha oído hablar de IA, valor que descende progresivamente hasta el nivel E (81,3 %). Un 18,7% del segmento E no ha oído hablar de la IA mientras que en el segmento ABC1 este valor es de solo un 0,5% (FIGURA 3).

A.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS APLICACIONES COTIDIANAS DE LA IA

En cuanto a las aplicaciones que la población chilena relaciona con la Inteligencia Artificial, destacan los modelos de lenguaje, asistentes de voz y asistentes de geolocalización. Un 73,2 % de las personas encuestadas identifica entre las aplicaciones que utilizan IA a Chat GPT, Siri/Alexa y Google Maps/Waze. Solo un 16,5 % asocia la IA con redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok. Más abajo aún, la percepción de que aplicaciones como Netflix, Spotify y Youtube utilizan IA es solo 5,1 %.

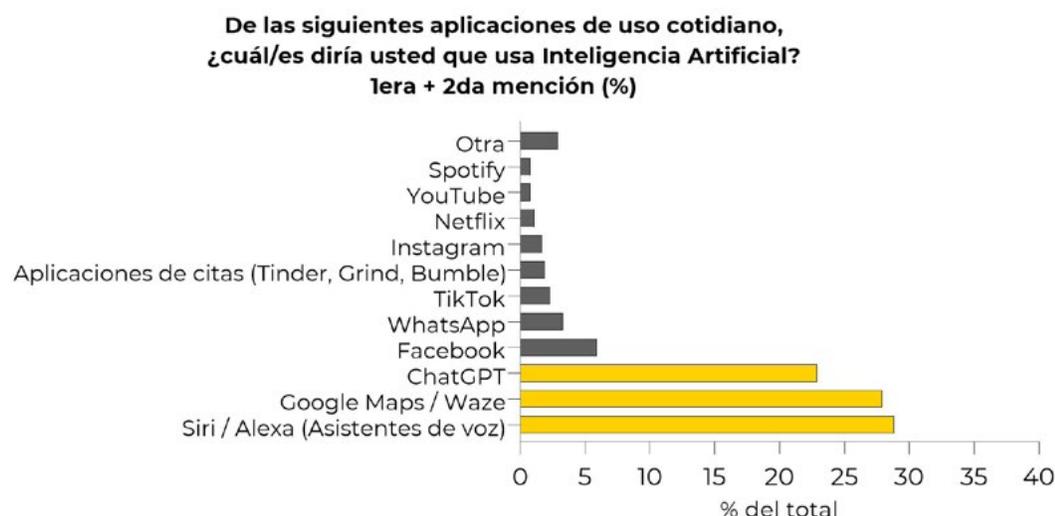


FIGURA 4. Reconocimiento de Inteligencia Artificial en las aplicaciones de uso cotidiano.

Si nos concentramos en las tres aplicaciones más señaladas (Siri/Alexa, ChatGPT y Google Maps/Waze), podemos observar que —en la primera mención— tanto en las personas más jóvenes (**FIGURA 5**) como en los NSE más altos (**FIGURA 6**) hay una mayor asociación de las IA con ChatGPT. En el otro extremo, las personas de NSE más bajo y mayor edad, asocian las IA a aplicaciones como Google Maps y Waze. Si desagregamos por sexo, es claro que las mujeres identifican a Siri/Alexa —en la primera mención— mientras que los hombres lo hacen con ChatGPT (**FIGURA 7**).

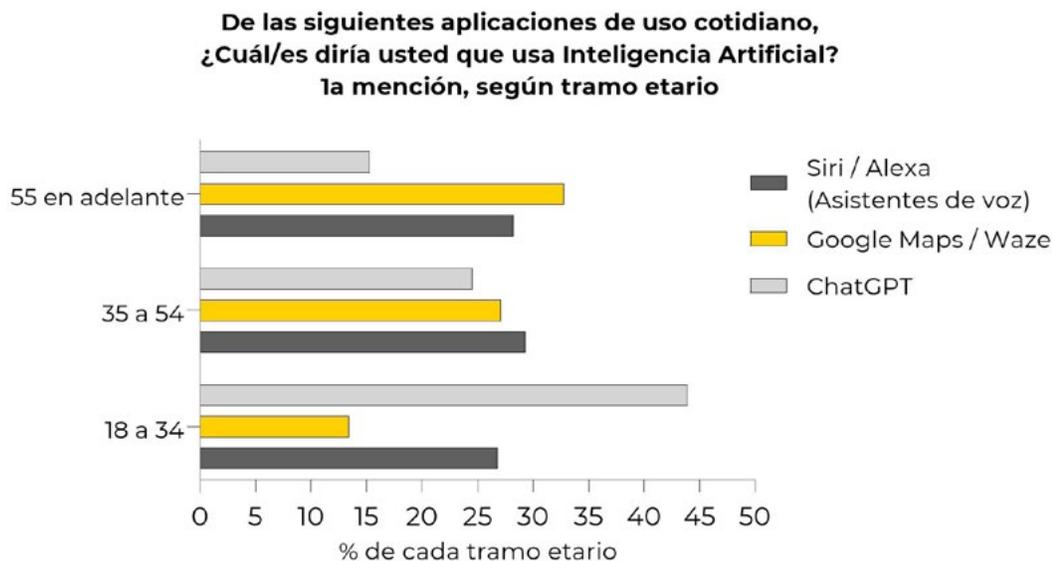


FIGURA 5. Distribución de las menciones de las principales aplicaciones que utilizan Inteligencia Artificial según tramo etario (% primera mención).

**De las siguientes aplicaciones de uso cotidiano,
¿Cuál/es diría usted que usa Inteligencia Artificial?
1era mención, según NSE**

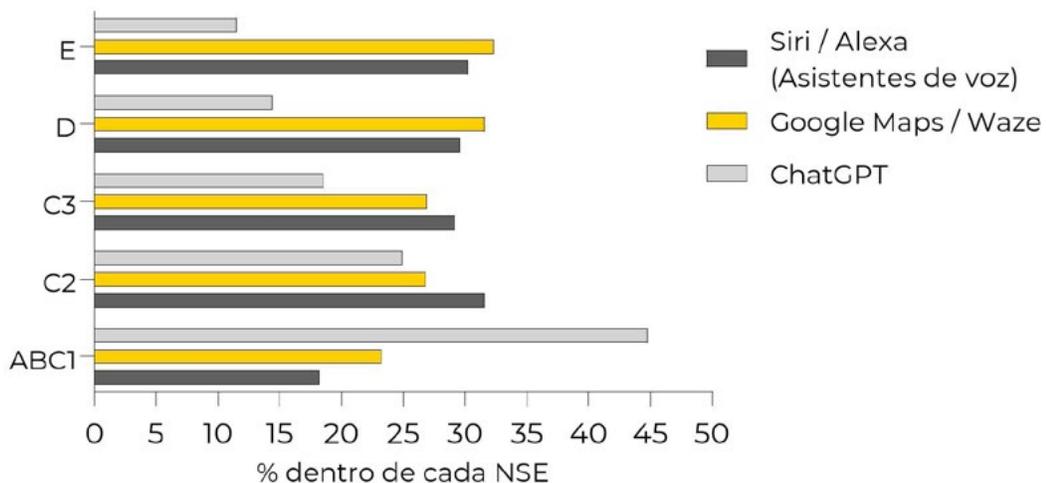


FIGURA 6. Distribución de las menciones de las principales aplicaciones que utilizan Inteligencia Artificial según NSE (% primera mención).

**De las siguientes aplicaciones de uso cotidiano,
¿Cuál/es diría usted que usa Inteligencia Artificial?
1era mención, según sexo**

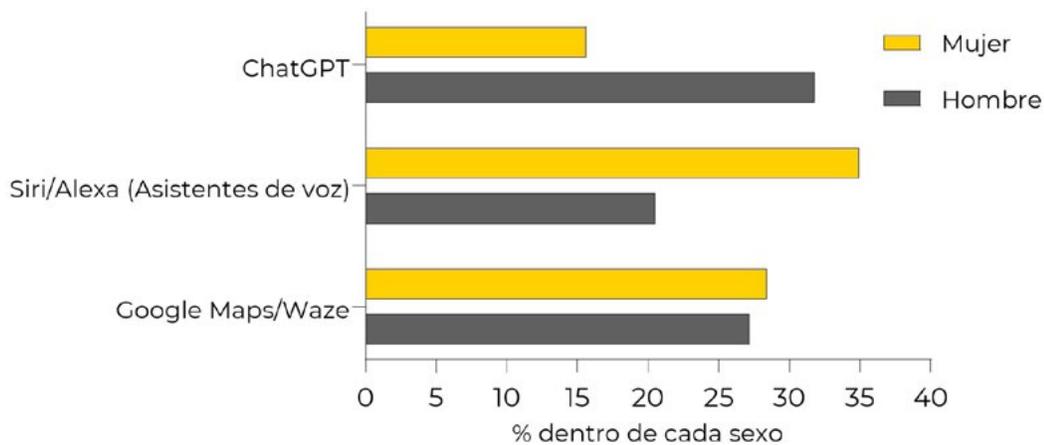


FIGURA 7. Distribución de las menciones de las principales aplicaciones que utilizan Inteligencia Artificial según sexo (% primera mención).

B. DIMENSIÓN PRÁCTICA/OPERACIONAL

B.1 BENEFICIOS PERCIBIDOS DE LA IA Y GRUPOS DE PERSONAS QUE SE CONSIDERA QUE SE BENEFICIAN MÁS

El 82,5 % de la población chilena considera que la Inteligencia Artificial beneficia a algún grupo o tipo de personas (FIGURA 8). Si bien un 30,3 % considera que beneficia a todas las personas, los/as encuestados/as perciben que los más beneficiados son, principalmente, “los más ricos” (33,9 %), seguidos de “los más educados” (14,1 %) y “los más jóvenes” (12,2 %). Un 4,7 % considera que las IA podrían beneficiar, conjuntamente, a “los niños”, “los más pobres”, “las mujeres”, “los adultos mayores” y “los menos educados” (FIGURA 9).

Según su entendimiento, ¿El desarrollo de la Inteligencia Artificial beneficia a algún grupo o tipo de personas?

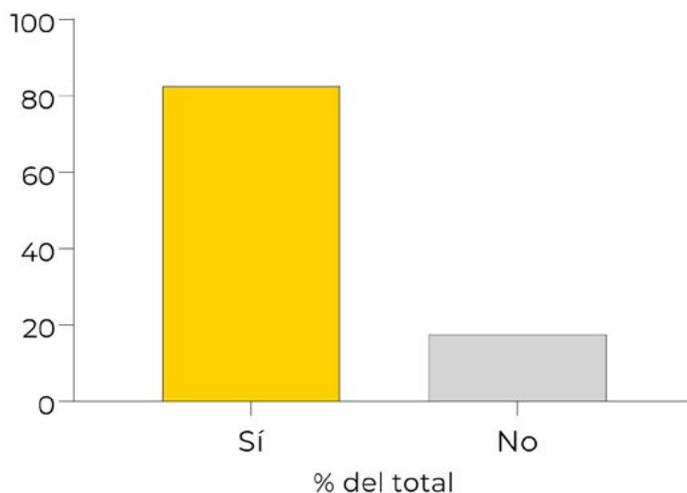


FIGURA 8. Percepción sobre el beneficio de la Inteligencia Artificial sobre algún grupo o tipo de personas.

¿A qué grupo beneficia más la Inteligencia Artificial?

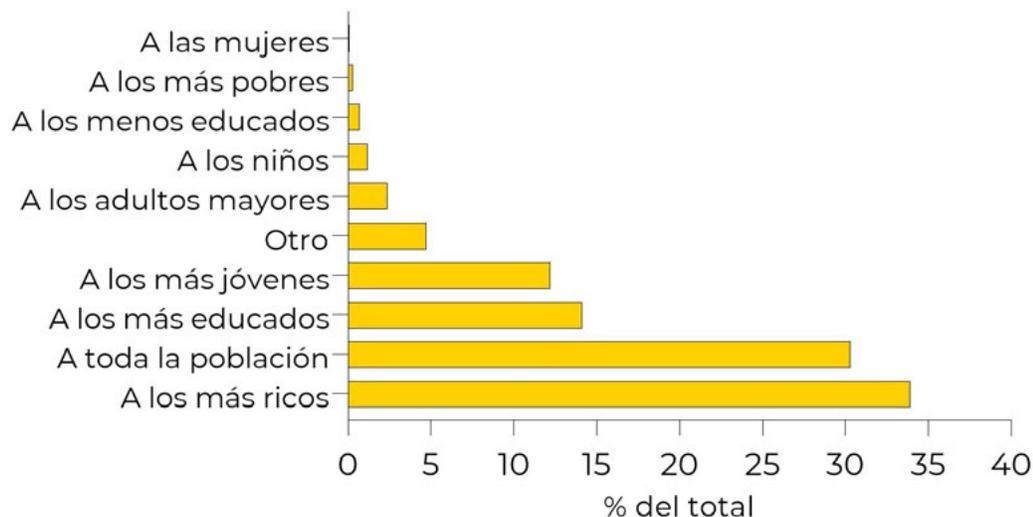


FIGURA 9. Percepción sobre los grupos más beneficiados por el desarrollo de la Inteligencia Artificial.

Al observar la distribución de las cuatro primeras mayorías (“más ricos”, “toda la población”, “más jóvenes” y “más educados”) según tramo etario, no se observan significativas diferencias. Sin embargo, destaca que las personas mayores de 55 años son quienes perciben en menor grado que la IA beneficia a toda la población y, también, quienes mayormente asocian sus beneficios a “los más ricos”. El tramo etario de 18 a 34 años presenta mayor consideración de “los más jóvenes” y “los más educados” como grupos beneficiados por la IA en comparación con el resto de las personas de los otros tramos etarios. (FIGURA 10).

Si realizamos este análisis según NSE, los segmentos ABC1 y E son los que consideran en mayor medida que la IA puede beneficiar a toda la población. También se observa que la percepción de “los más educados” como beneficiados por las IA tiende a la baja desde el nivel ABC1 al E (FIGURA 11).

**Según su entendimiento, ¿A cuál grupo beneficia más la Inteligencia Artificial?
Según tramo etario**

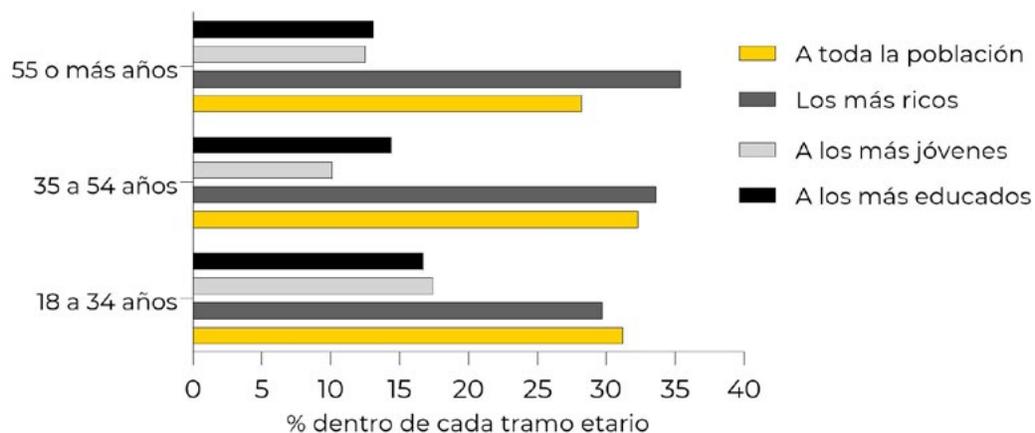


FIGURA 10. Percepción de las cuatro mayorías de grupos beneficiarios según tramo etario.

**Según su entendimiento, ¿A cuál grupo beneficia más la Inteligencia Artificial?
Según NSE**

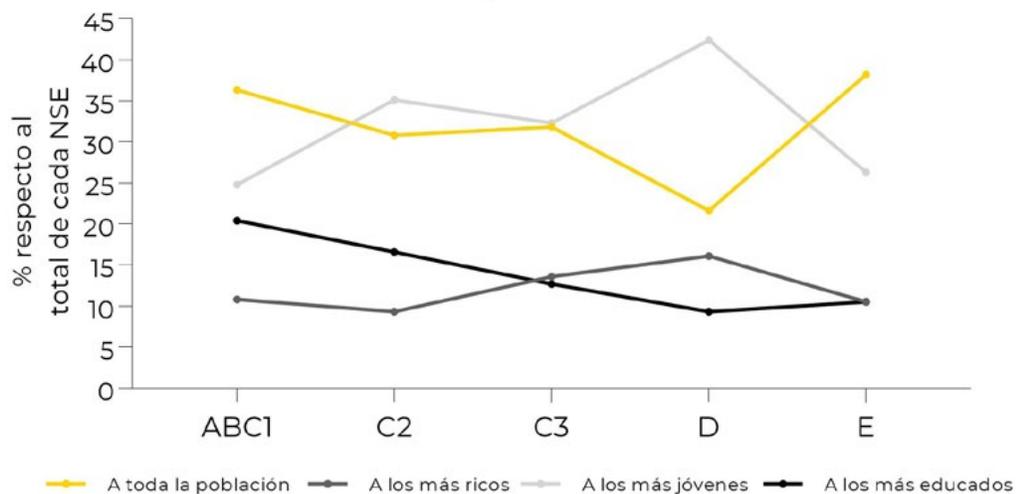


FIGURA 11. Percepción sobre las cuatro mayorías de grupos beneficiarios según NSE.

B.2 IMPACTO DE LA IA EN LA VIDA COTIDIANA DE LOS/AS ENCUESTADOS/AS

Un 86,4 % de la población chilena considera que la IA tiene algún grado de impacto en su vida cotidiana. Un 56,1 % considera que esta tiene poco o algo de impacto en sus vidas, mientras que un 12,9 % considera que la IA tiene mucho impacto y un 13,5 % señala que estas tecnologías no tienen impacto alguno en su vida cotidiana.

¿Cuánto impacto tiene la Inteligencia Artificial en su vida cotidiana?

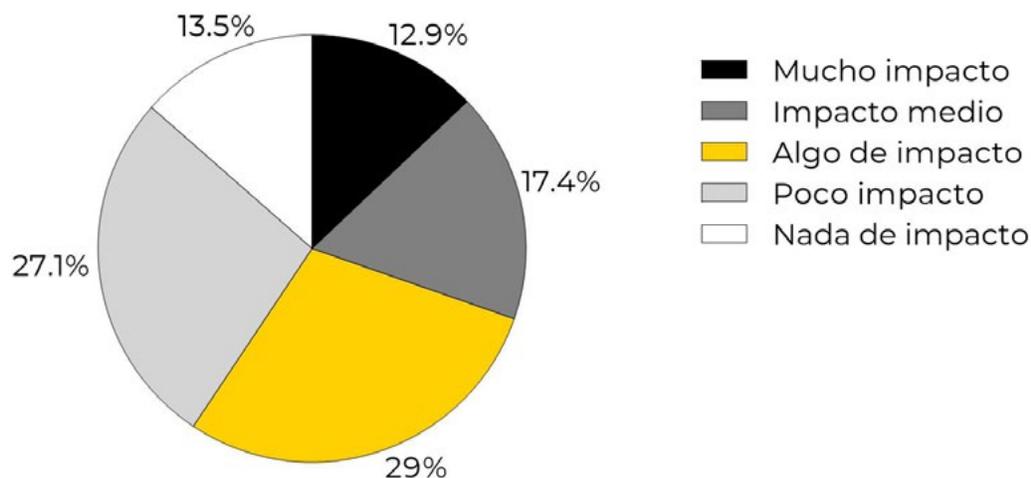


FIGURA 12. Percepción el impacto de la Inteligencia Artificial en la vida cotidiana de las personas.

Al desagregar estos datos por NSE, observamos que un 32,6 % de las personas del grupo ABC1 y el 30,2 % de las personas del grupo E manifiestan que la IA tiene “algo de impacto” en su vida cotidiana, siendo esta opción la mayoritaria en ambos grupos. En todos los grupos, la percepción de que la IA tiene “mucho impacto” en su vida cotidiana oscila entre el 10,4 % y 14,9 %. Las mayores diferencias se identifican en la percepción de “nada de impacto”, donde solo el 7,7 % de las personas del grupo ABC1 manifiestan esta opción vs un 19,8 % de las personas del grupo E (**FIGURA 13**).

¿Cuánto impacto tiene la Inteligencia Artificial en su vida cotidiana? Según NSE

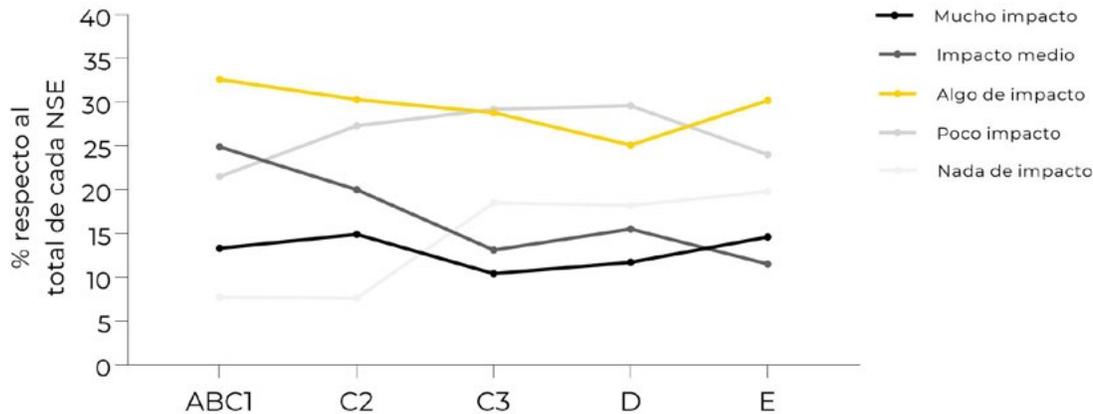


FIGURA 13. Percepción el impacto de la Inteligencia Artificial en la vida cotidiana de las personas según NSE.

En los datos desagregados por tramo etario es posible observar grados similares respecto de la percepción de “mucho impacto” e “impacto medio” agrupadas: 31,8 % de 18 a 34 años; 30,9 % de 35 a 55 años; y 29,3 % en los mayores de 55 años. Sin embargo, en cuanto a las categorías “poco impacto” o “nada de impacto” agrupadas, los mayores de 55 años son quienes perciben mayormente que las IA tienen poco o nada de impacto en sus vidas cotidianas (44,2 %), valor que se reduce en el tramo de 35 a 54 años (38,6 %) y que alcanza su menor porcentaje en el tramo de 18 a 34 años (35 %) (**FIGURA 14**).

¿Cuánto impacto tiene la Inteligencia Artificial en su vida cotidiana? Según tramo etario

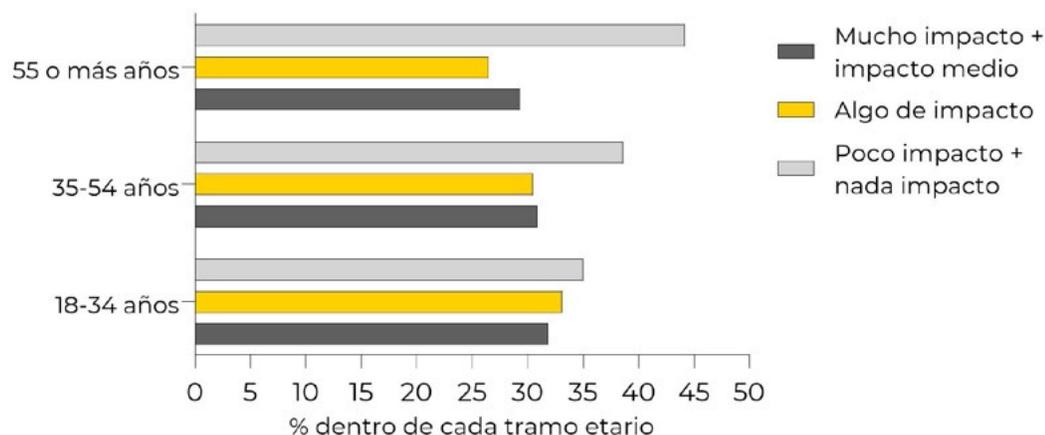


FIGURA 14. Percepción el impacto de la Inteligencia Artificial en la vida cotidiana de las personas según tramo etario.

B.3 ÁREAS EN LAS QUE SE CONSIDERA QUE LA IA YA TIENE IMPACTO

En cuanto a las áreas en que las personas perciben que las IA ya tienen impacto, el ámbito laboral destaca sobre las otras opciones. El 38,5 % de las personas encuestadas la señala como primera mención (**FIGURA 15**) y es el área preponderante al considerar ambas menciones (25,3 %) (**FIGURA 16**). El área comunicacional es la de mayor presencia en la segunda mención (23 %) (**FIGURA 15**), y la segunda más mencionada en general (16,3 %), seguida por las áreas productiva (11,2 %) y educativa (10,9 %) (**FIGURA 16**).

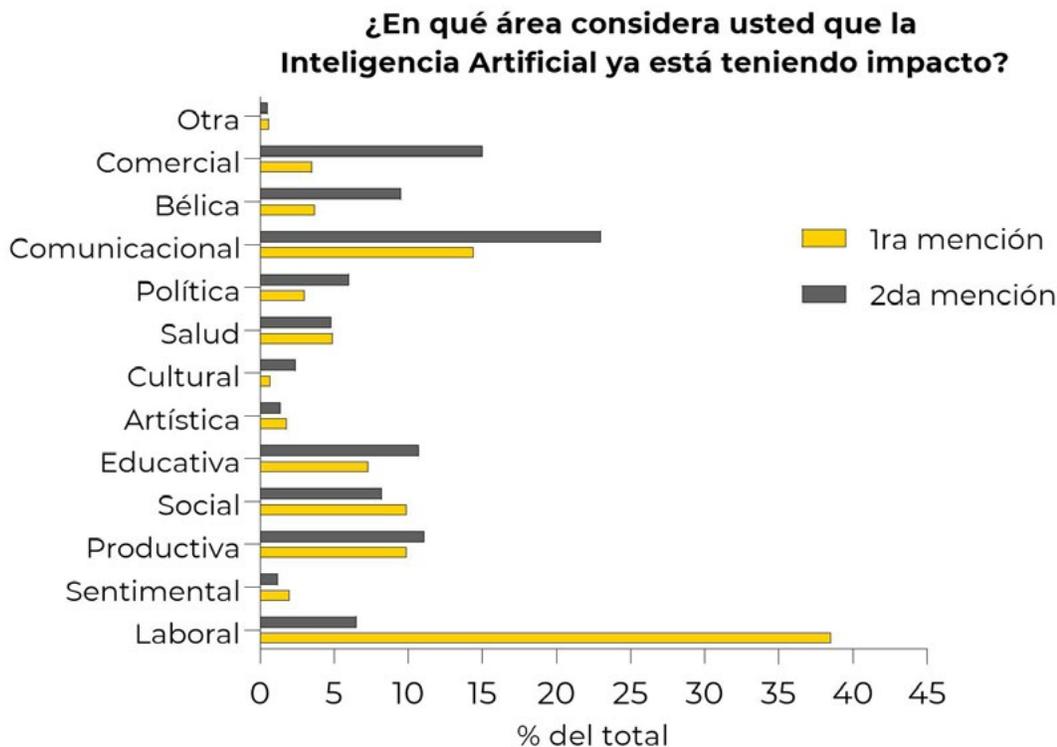


FIGURA 15. Percepción sobre las áreas en las que la Inteligencia Artificial ya está teniendo impacto, considera primera y segunda mención por separado.

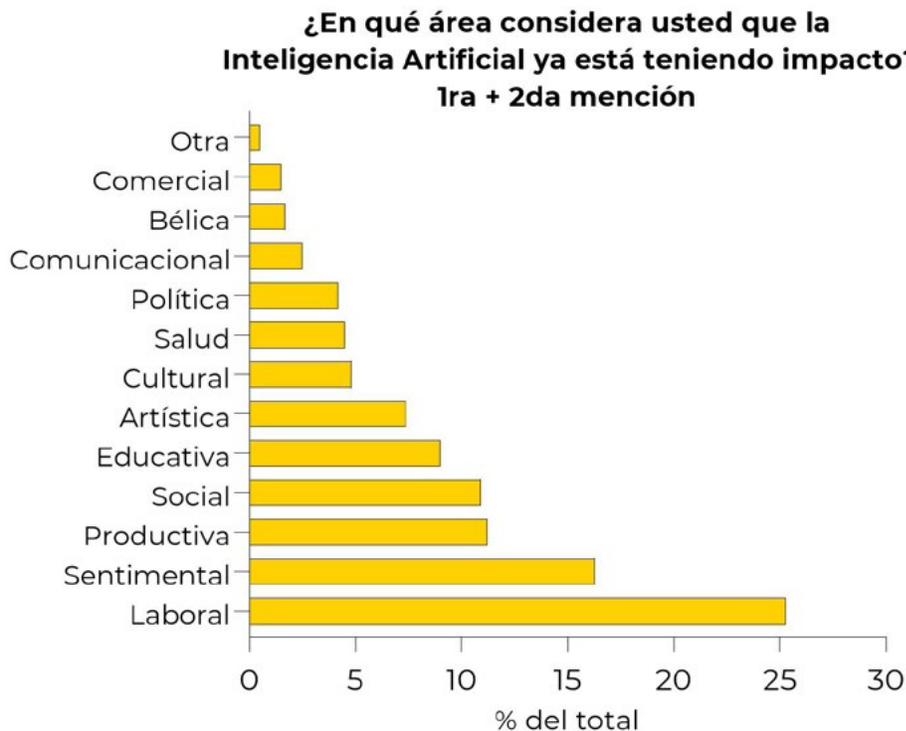


FIGURA 16. Percepción sobre las áreas en las que la Inteligencia Artificial ya está teniendo impacto, considerando el total de las primeras y segundas menciones.

Al desagregar los datos por NSE de las principales áreas en las que las personas ya perciben impacto de las IA, se observa una cierta tendencia a señalar al área laboral como principal afectada a medida que nos aproximamos a niveles más bajos. En el tramo D sobresale levemente el impacto percibido en el área de las comunicaciones, mientras que en el tramo E este valor es muy bajo (**FIGURA 17**).

Si analizamos los resultados por zonas geográficas del país, destaca la zona norte como aquella en que se percibe un mayor impacto en el área laboral (41,6 %), las zonas centro y sur registran un 38,3 % y 36,4 %, respectivamente (**FIGURA 18**). En la zona central es donde se percibe un mayor impacto en el área comunicacional, mientras que en la zona sur la percepción de impacto en el área social es mayor al que se percibe en el área productiva. En relación con esta última, no parece haber mayores diferencias entre las zonas respecto del impacto percibido.

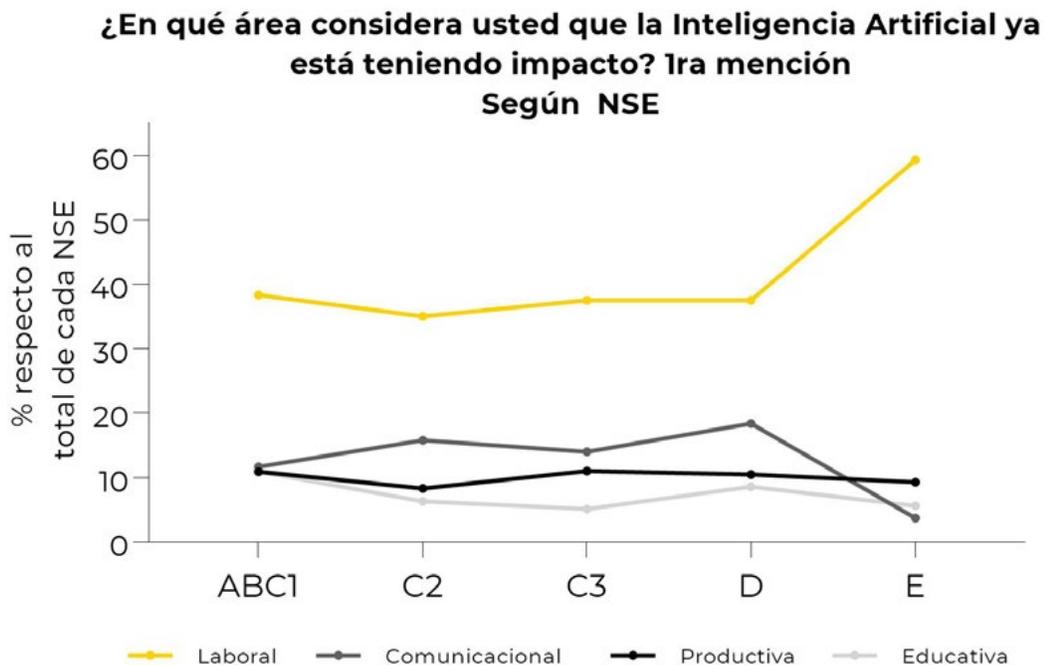


FIGURA 17. Percepción sobre las principales áreas en las que la Inteligencia Artificial ya está teniendo impacto, considerando solo la primera mención, según NSE.

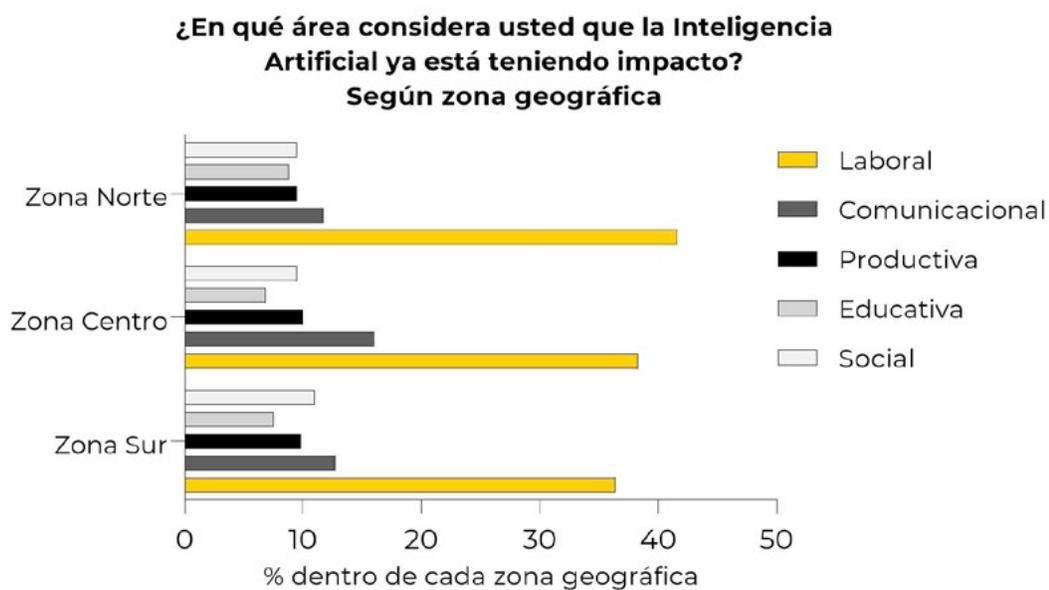


FIGURA 18. Percepción sobre las áreas en las que la Inteligencia Artificial ya está teniendo impacto, considerando solo la primera mención, según zona geográfica.

C. DIMENSIÓN EVALUATIVA/VALORATIVA

C.1 EMOCIONES ASOCIADAS CON EL CONCEPTO DE IA

Considerando el porcentaje de respuestas válidas³ (60 %) para la pregunta abierta: “¿Qué emoción te produce el concepto Inteligencia Artificial?”, los resultados parecen indicar que las personas tienen mayoritariamente emociones tales como: “miedo”, “incertidumbre”, “escepticismo”, “precaución”, “cautela” y “asombro”. (FIGURA 19).

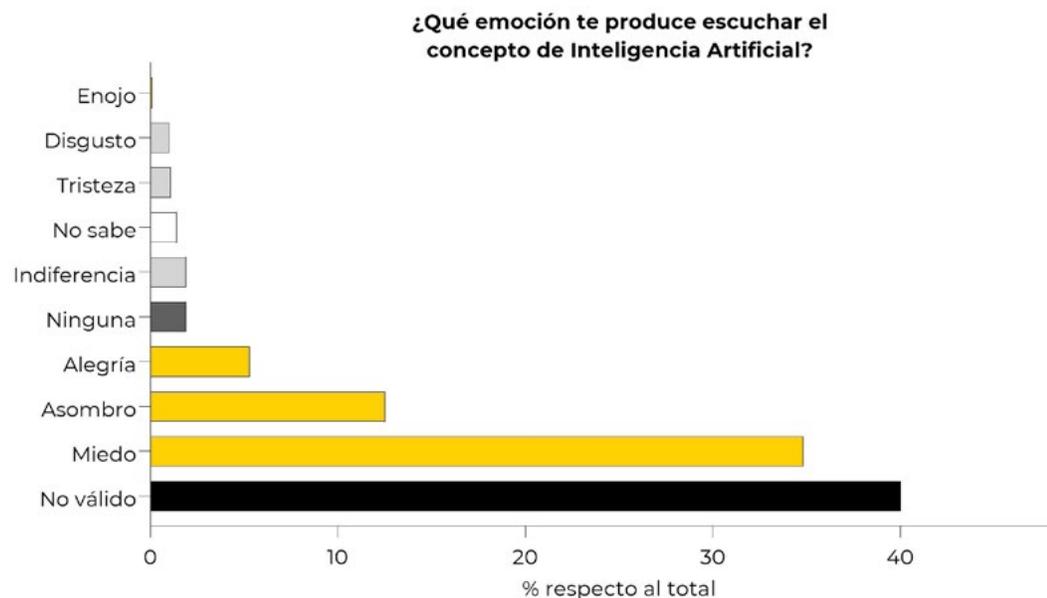


FIGURA 19. Pregunta abierta sobre emociones asociadas al concepto Inteligencia Artificial. Respuestas clasificadas en base a “Atlas of emotions”.

Tras clasificar las emociones en grupos⁴, es posible observar que un 58 % de ellas son cercanas al miedo, un 20,8 % al asombro y un 7,4 % a la alegría (FIGURA 20).

³ Consideramos como respuestas válidas a aquellas en que efectivamente se señalaba alguna emoción. Un 40 % de los/as encuestados/as respondió a la pregunta con conceptos que no corresponden directamente a emociones, tales como: “futuro”, “robótica”, “tecnología”, entre muchas otras.

⁴ Clasificación basada en la teoría de Paul Ekman disponible en <https://atlasofemotions.org/>

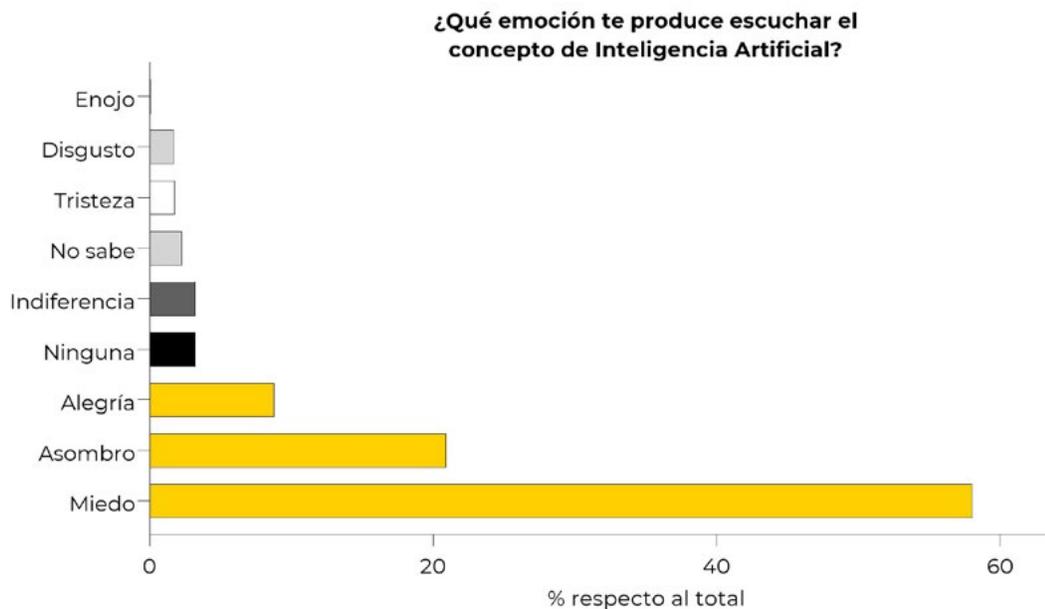


FIGURA 20. Emociones asociadas al concepto “Inteligencia Artificial” organizadas por grupos de emociones. Se muestran únicamente las respuestas válidas.

C.2 PERCEPCIÓN DE LA TRANSPARENCIA DE LAS EMPRESAS QUE DESARROLLAN Y EXPERIMENTAN CON IA

La gran mayoría de las personas (78,4 %) considera que las empresas que desarrollan IA son “Poco transparentes” y “Nada transparentes” en cuanto a su desarrollo (FIGURA 21), un 80,4 % de los hombres y un 76,7 % de las mujeres.

Según su conocimiento ¿Qué tan transparentes son las empresas mundiales que desarrollan y experimentan con Inteligencia Artificial?

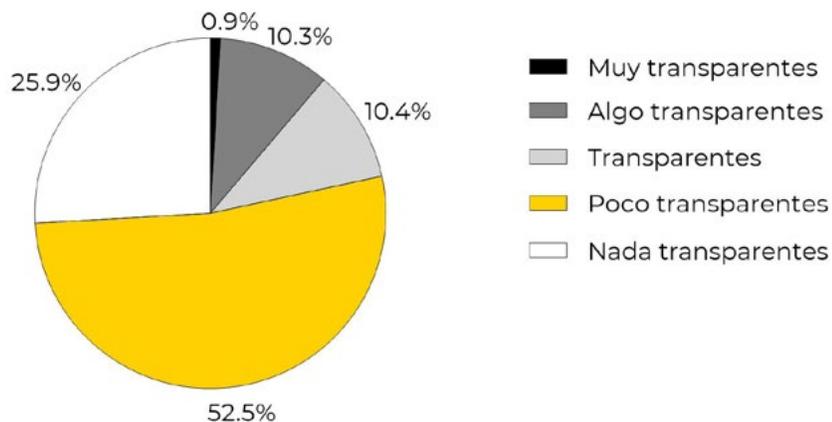


FIGURA 21. Percepción sobre la transparencia de las empresas mundiales que desarrollan y experimentan con Inteligencia Artificial

C.3 OPINIONES SOBRE SI LA IA REPRESENTA UNA AMENAZA O UNA OPORTUNIDAD EN LA VIDA COTIDIANA

El 45,4 % de la población chilena considera que las IA pueden representar algún grado de amenaza en sus vidas cotidianas, mientras que el 40,1 % ve algún grado de oportunidad. Un 14,6 % declara no estar seguro/a al respecto (**FIGURA 22**).

El 43,9 % de los/as encuestados/as que tienen entre 18 y 34 años considera que las IA pueden representar una oportunidad, mientras que en los tramos etarios de 35 a 55 años y 55 años en adelante, estos valores son 37,9 % y 39,9 % respectivamente (**FIGURA 23**).

Al analizar esta pregunta según NSE, observamos que la valoración de la IA como amenaza u oportunidad está asociada al NSE de las personas encuestadas. Se evidencia una tendencia al alza en la percepción de algún grado de amenaza desde los segmentos de NSE alto a bajo; por el contrario, la percepción de algún grado de oportunidad a aumenta a medida que nos aproximamos a segmentos de NSE más altos, desde un 24,2 % (segmento E) a hasta un 50,8 % (segmento ABC1) (**FIGURA 24**). Las personas que declaran no estar seguras aumentan hacia los NSE más bajos.

¿Considera Ud. que la Inteligencia Artificial representa una amenaza o una oportunidad para en su vida cotidiana?

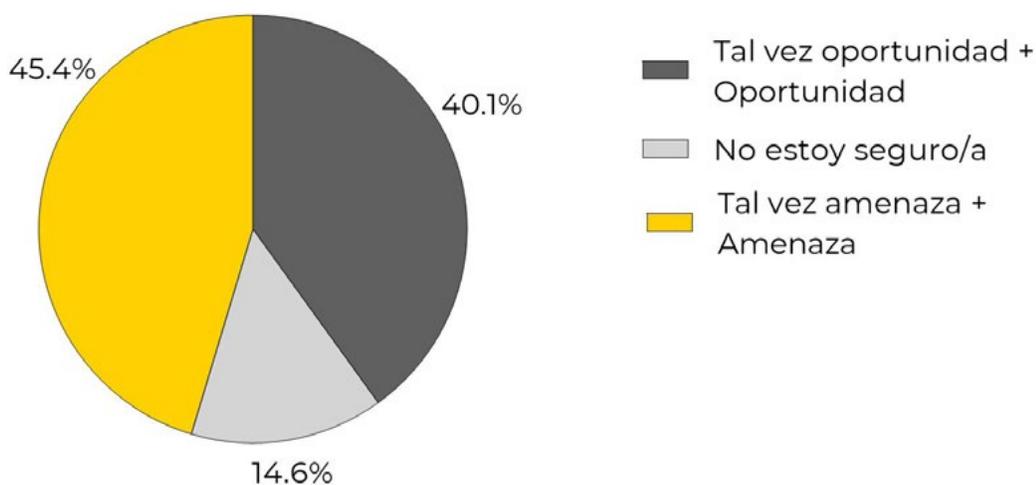


FIGURA 22. Percepción sobre la Inteligencia Artificial como una oportunidad o amenaza para la vida cotidiana de las personas.

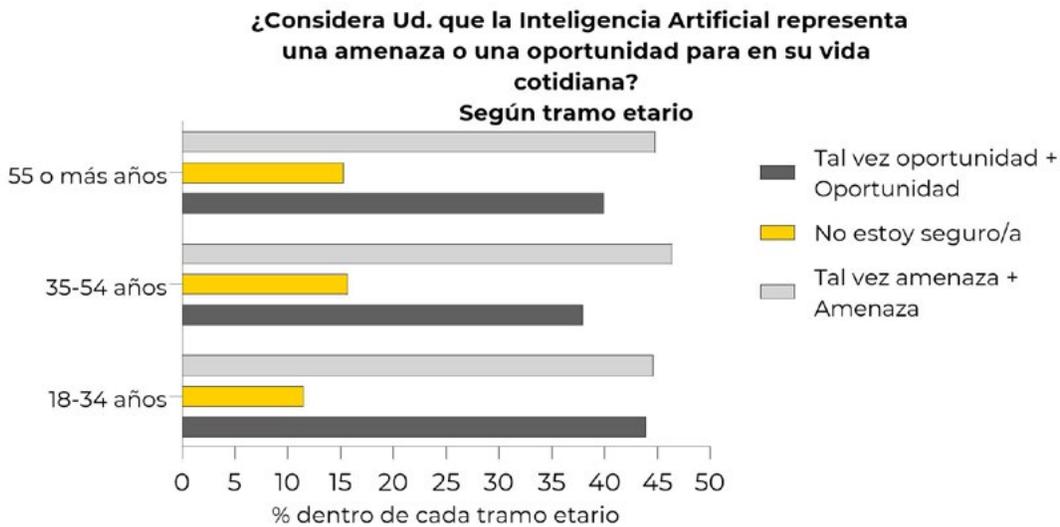


FIGURA 23. Percepción sobre si la Inteligencia Artificial representa una oportunidad o amenaza para la vida cotidiana de las personas, según tramo etario.

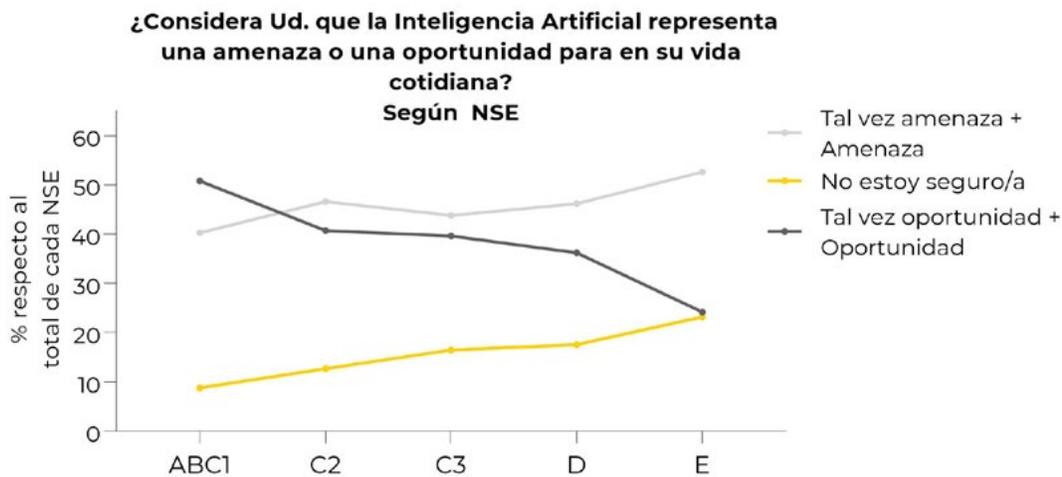


FIGURA 24. Percepción sobre si la Inteligencia Artificial representa una oportunidad o amenaza para la vida cotidiana de las personas, según NSE.

C.4 RELEVANCIA DE LA IA PARA LA SOCIEDAD

El 84,7 % de los/as chilenos/as considera a las IA “relevantes”, “algo relevantes” o “muy relevantes” para la sociedad (86,4 % de los hombres y 83,3 % de las mujeres). Las personas que consideran las IA “nada relevantes” no superan el 4 % (FIGURA 25).

¿Qué tan relevante es la inteligencia artificial para nuestra sociedad?

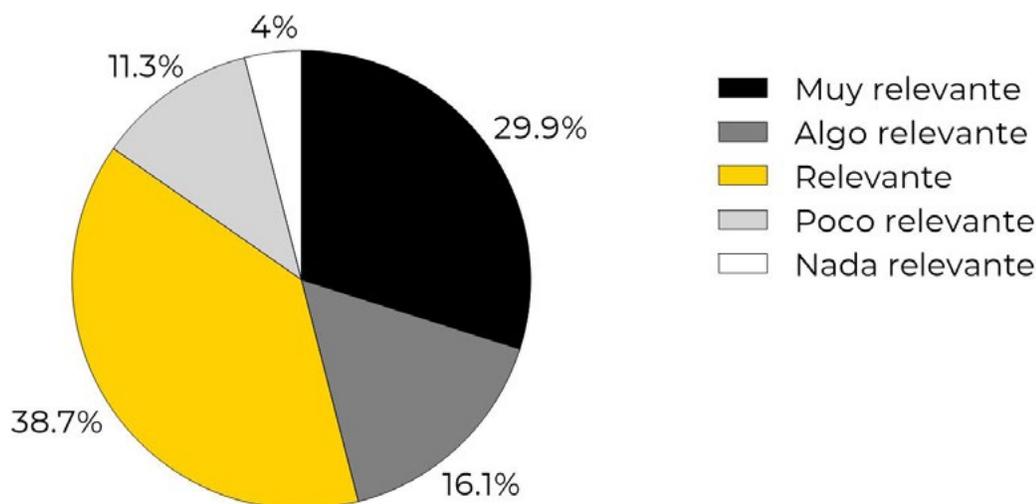


FIGURA 25. Percepción de la relevancia de la Inteligencia Artificial.

Es interesante considerar que no se observan mayores diferencias según el tramo etario de las personas encuestadas. Tanto las personas del tramo de menor edad (18 a 34 años) como los del tramo más longevo (55 en adelante), coinciden en la relevancia de las IA para la sociedad (85%).

Si analizamos la percepción de relevancia según NSE podemos observar una clara tendencia entre las personas que consideran las IA poco o nada relevantes para la sociedad. Si en el segmento ABCI solo un 5,5 % las considera poco o nada relevantes, en los segmentos D y E esta valoración supera el 20% (20,7 % y 27,4 %, respectivamente). Además, en este último segmento es el único en que se observa que las personas que consideran poco o nada relevantes a las IA superan a aquellas que la consideran “relevante” (FIGURA 26).

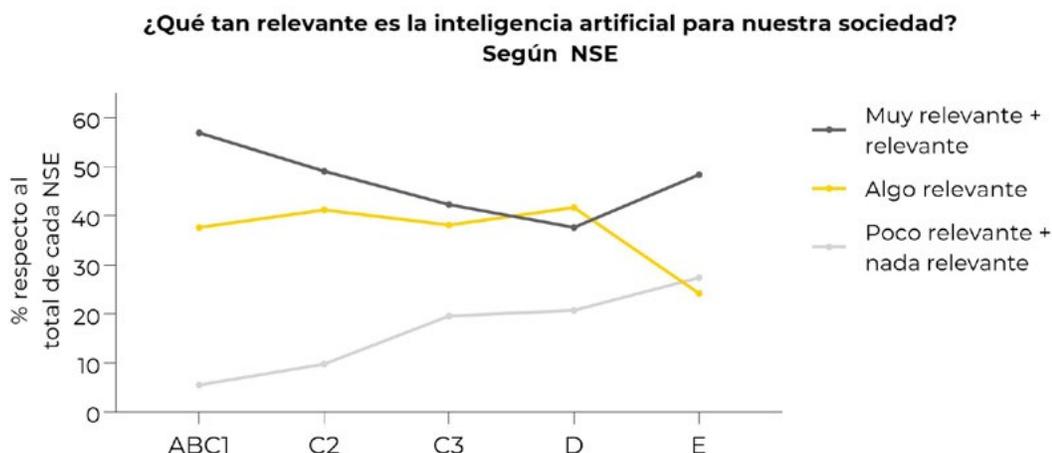


FIGURA 26. Percepción de la relevancia de la Inteligencia Artificial según NSE.

C.5 IMPACTO EN EL BIENESTAR DE LOS/AS ENCUESTADOS/AS

El 61,2 % de la población chilena señala que la IA no le genera ni bienestar ni malestar en su vida, mientras que un 26,3 % considera que estas tecnologías le producen algún grado de bienestar. Las personas que dicen sentir algún grado de malestar respecto del impacto de las IA en sus vidas representan un 12,5 % (FIGURA 27).

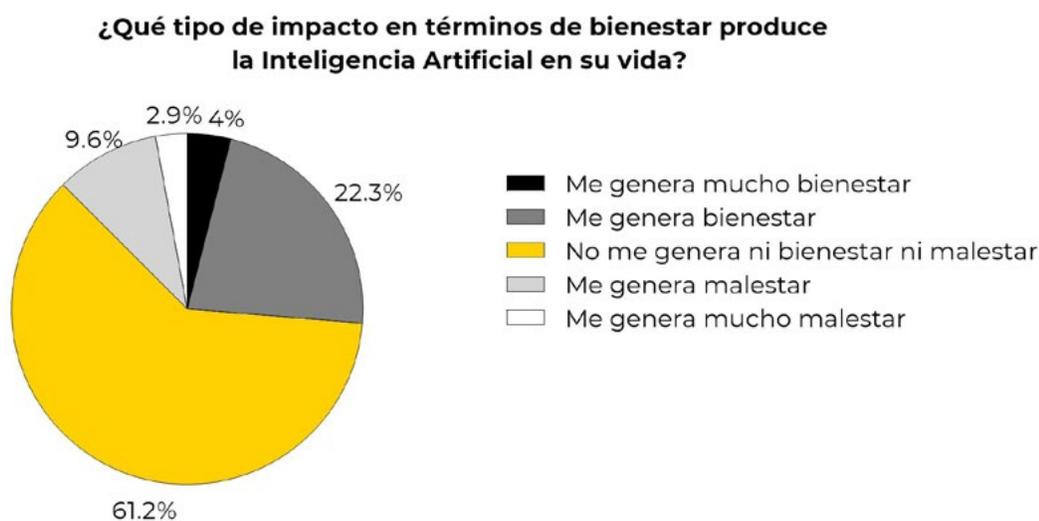


FIGURA 27. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial.

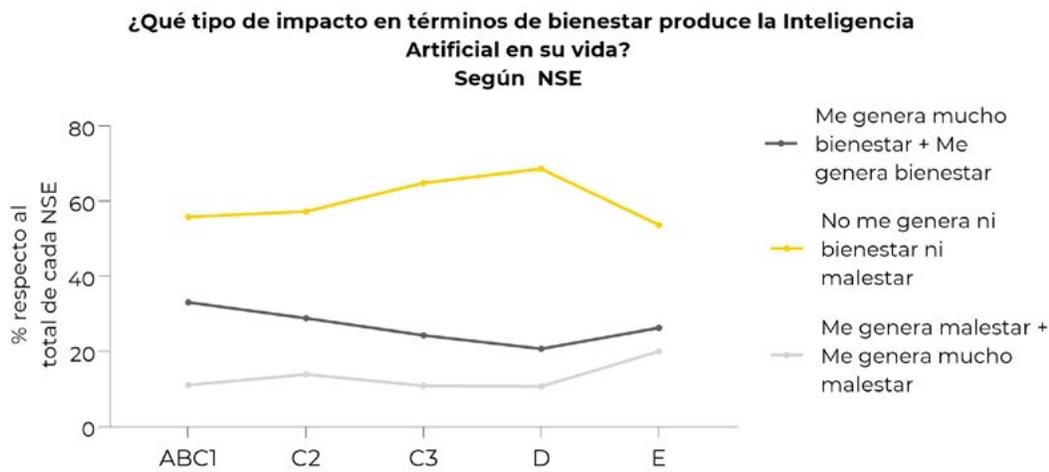


FIGURA 28. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial según NSE.

C.6 PERCEPCIÓN DE LOS RIESGOS ASOCIADOS CON LA IA EN LA VIDA COTIDIANA

En relación con la percepción de riesgo asociado a las IA, el 40,4 % de la población chilena considera que estas tecnologías pueden representar algún grado de riesgo en sus vidas cotidianas, mientras que un 36,7 % declara no estar seguro/a al respecto. Las personas que señalan que la IA probable o definitivamente no representan un riesgo alcanzan el 22,9 % (**FIGURA 29**).

Es interesante que al desagregar estas respuestas por tramo etario y NSE no se observan mayores diferencias (**FIGURAS 30 y 31**), salvo que en el grupo E las personas que declaran no estar seguras superan a las de otras categorías. En términos de sexo, las mujeres perciben menos riesgo que los hombres y señalan no estar seguras en mayor medida que estos (**FIGURA 32**).

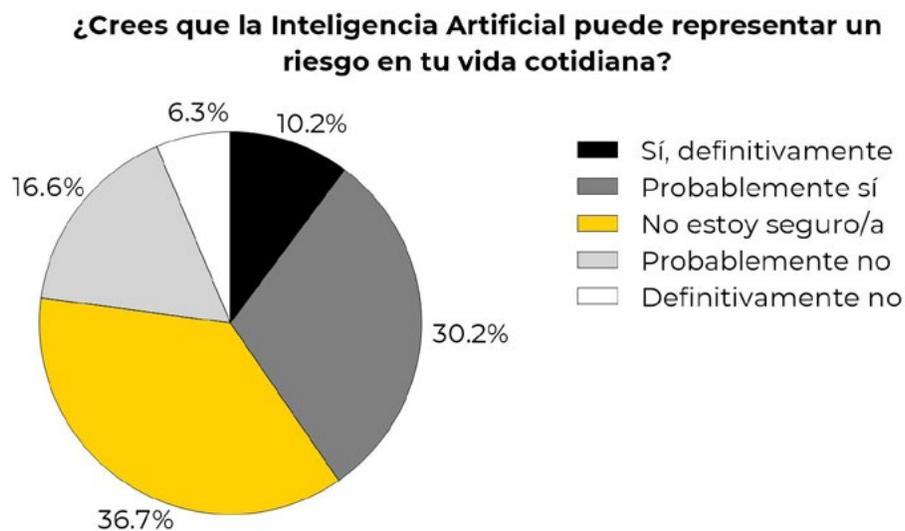


FIGURA 29. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial según NSE.

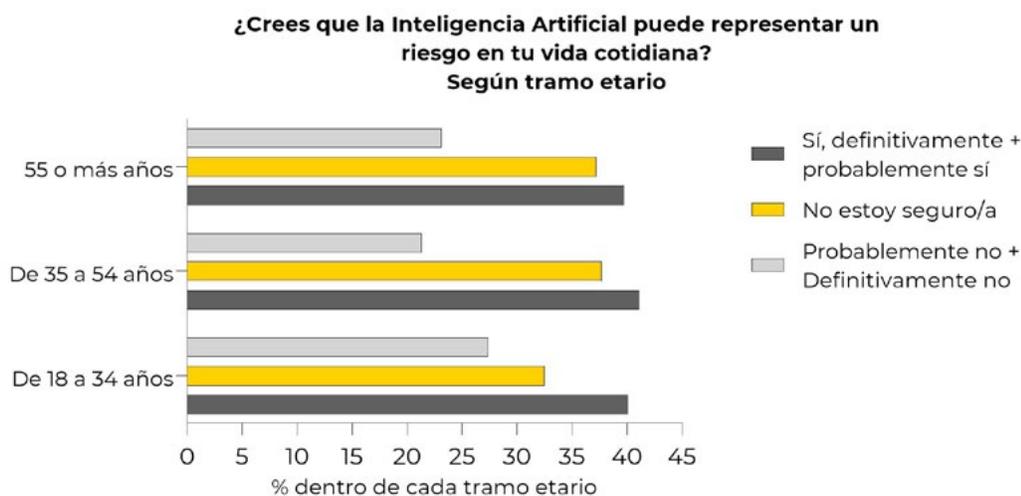


FIGURA 30. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial según NSE.

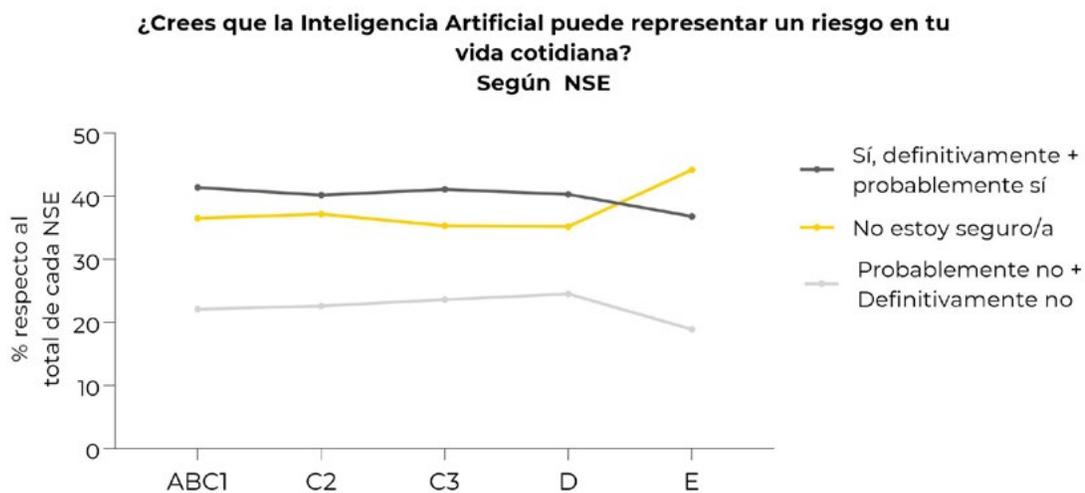


FIGURA 31. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial según NSE.

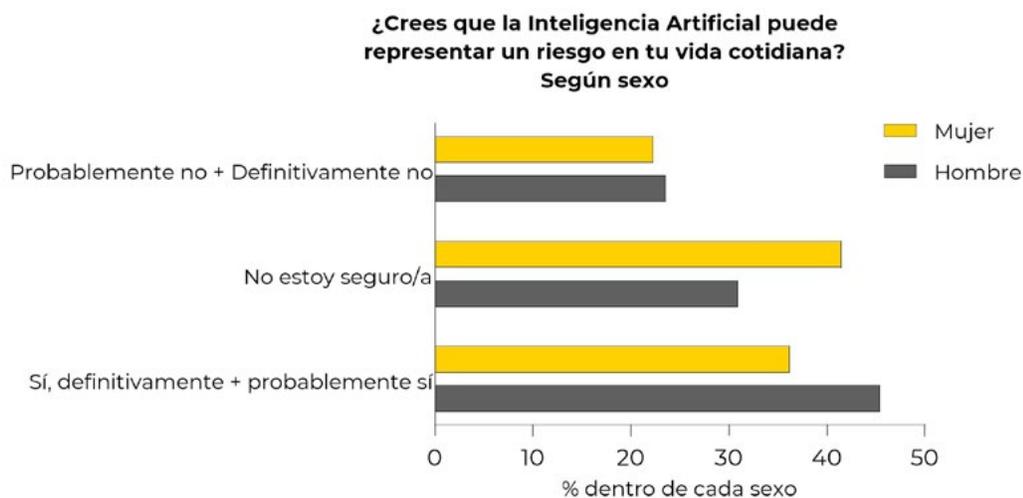


FIGURA 32. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial según NSE.

IV. ANÁLISIS PRELIMINAR

A. FAMILIARIDAD Y CONOCIMIENTO DE LA IA

Un aspecto base para el análisis de esta encuesta es el alto grado de familiaridad de la población chilena con el concepto Inteligencia Artificial. Como se observa en los resultados, el 92,9 % de los/as chilenos/as declara haber oído hablar de ella, valor que no presenta grandes diferencias al desagregar por sexo o tramo etario.

Sin embargo, al desagregar por nivel socioeconómico se observa una tendencia clara: la cantidad de personas que declara haber escuchado sobre las IA desciende progresivamente con el NSE, desde el 99,5 % en el segmento ABC1, hasta el —aún significativo— 81,3 % en el segmento E (Figura 3).

El alto grado de familiaridad de las personas con el concepto “Inteligencia Artificial” se contrapone con lo que identifican como aplicaciones que utilizan IA. Como pudimos observar en los resultados, solo un 16,5 % de los/as chilenos/as considera que las redes sociales utilizan IA y aproximadamente un 5% asocia las IA con plataformas como Spotify, YouTube y Netflix. La gran mayoría tiende a identificar las IA con aplicaciones como ChatGPT, Google Maps/Waze y Siri/Alexa (73,2 %) (Figura 4)

Este resultado no es exclusivo de Chile. En España, según datos del recientemente publicado Informe IA Spain 2023, las personas tienden a identificar mayormente a los asistentes virtuales como las aplicaciones con mayor presencia de IA, mientras que las redes sociales son consideradas como las plataformas con menor presencia de Inteligencia Artificial.

A pesar de que en Chile 9 de cada 10 personas ha oído hablar de las IA, pareciera existir cierto grado de confusión respecto a qué es lo que se entiende por Inteligencia Artificial y cómo estas tecnologías se relacionan, por ejemplo, con algunas de las aplicaciones de uso cotidiano.

B. RELEVANCIA, IMPACTO Y BENEFICIOS

Como se observa en la Figura 1, además de que un 92,9 % de las personas encuestadas declara haber oído el concepto, un 82,5 % de ellas considera que la Inteligencia Artificial es beneficiosa para algún grupo de personas (Figura 8), un 86,4 % que las IA tienen algún grado de impacto en sus vidas cotidianas (Figura 12), y un 84,7 % las percibe como “relevantes”, “algo relevantes” o “muy relevantes” para la sociedad (Figura 24).

Esto parece indicar que tanto la familiaridad como la importancia, el impacto y los posibles beneficios de estas tecnologías son altamente percibidos por la población chilena. Sin embargo, un 39,6 % declara ver algún grado de oportunidad en ellas y solo un 3,2 % considera que las IA benefician a todas las personas, mientras que el 26,3 % considera que estas tecnologías le producen algún grado de bienestar (Figura 33).



FIGURA 33. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial según NSE.

El 33,9 % de los/as encuestados/as considera que los más beneficiados por estas tecnologías son “los más ricos”, seguidos de “los más educados” (14,1 %) y “los más jóvenes” (12,2 %). Solo un 4,7 % considera que las IA podrían beneficiar a “los niños”, “los más pobres”, “las mujeres”, “los adultos mayores” o “los menos educa-

dos” (Figura 9). Junto con ello, cabe considerar que la percepción de las IA como una oportunidad disminuye desde un 50,8 % en el nivel ABC1 hasta un 36,2 % y un 24,2 % en los niveles D y E, respectivamente (Figura 11).

Ahora bien, en el segmento ABC1, un 24,8 % considera a “los más ricos” como los más beneficiados y un 36,3 % a “toda la población”. Lo cual se invierte en el segmento D, en el que las alternativas “los más ricos” y “toda la población” representan un 42,4 % y un 21,6 %. En los segmentos C2 y C3, los valores de ambas alternativas son cercanos, mientras que en el segmento E se da la más alta valoración de las IA como una tecnología que beneficia a “toda la población” (Figura 11).

C. RIESGOS, AMENAZAS Y MALESTAR

En cuanto a los riesgos y amenazas, un 40,4 % de la población chilena percibe algún grado de riesgo asociado a las IA en su vida cotidiana (Figura 28), mientras que un 45,4% declara percibir algún grado de amenaza (Figura 22). Sin embargo, la mayoría (61,2 %) señala que las IA no le generan ni bienestar ni malestar y solo un 12,5 % declara percibir algún grado de malestar (Figura 26).

La percepción de algún grado de riesgo se presenta en proporciones similares en los diversos NSE, con una diferencia entre el máximo (ABC1) y el mínimo (E) de 4,6 puntos (Figura 28); mientras que el grado de amenaza tiende a aumentar a medida que el nivel socioeconómico baja, con una diferencia de 12,3 puntos entre los extremos (Figura 23).

Una posible explicación para estos grados de amenaza y riesgo la podemos encontrar en la pregunta “¿En qué área considera Ud. que la Inteligencia Artificial ya está teniendo impacto?”. Tal como se observa en los resultados, el área laboral es, por lejos, la más mencionada por las personas en Chile (38,5 % en la primera mención y 25,3 % en el total) (Figura 15). Al comparar la percepción de amenaza con la consideración de impacto de las IA en el área laboral, es posible observar ciertas similitudes y una tendencia al alza en ambas en la medida en que el NSE es más bajo (Figura 34).

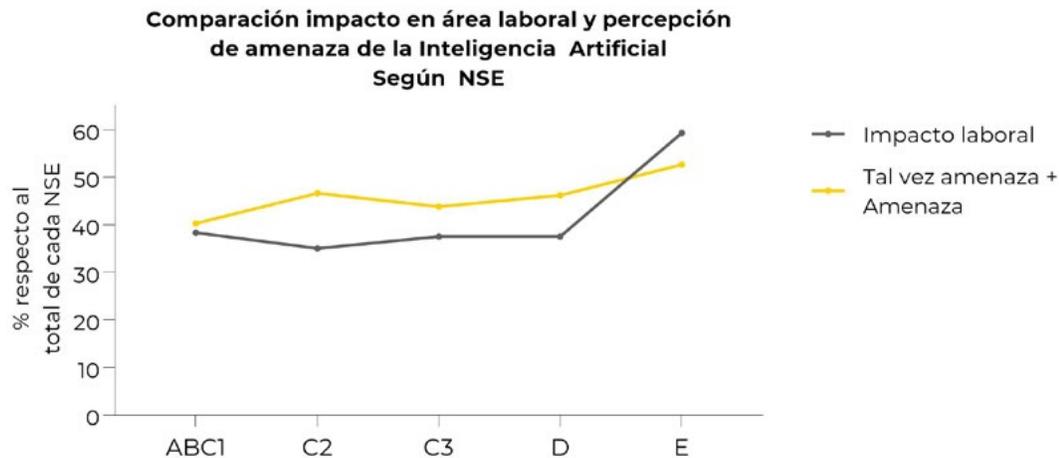


FIGURA 34. Percepción del impacto en términos de bienestar de la Inteligencia Artificial según NSE.

Otra de las posibles razones para que 4 a 5 de cada 10 personas chilenas declaren percibir algún grado de riesgo o amenaza en relación con las IA, es el alto grado de desconfianza de la ciudadanía respecto de la transparencia de las empresas que desarrollan IA, pues la gran mayoría de las personas (74,7 %) las considera poco o nada transparentes (Figura 19). Sin duda, este es un aspecto que ha de ser considerado por los desarrolladores de IA en sus estrategias comunicacionales e informativas.

V. CONCLUSIONES

La población chilena declara tener un alto grado de **familiaridad** con el concepto “Inteligencia Artificial”. Un **92,9 % de las personas encuestadas dice haber oído del término**. La cantidad de personas que declara haber escuchado sobre las IA desciende progresivamente a medida que el nivel socioeconómico es más bajo.

Aproximadamente, **8 de cada 10 personas en Chile consideran que las IA tienen algún grado de impacto en su vida cotidiana y relevancia para la sociedad**. En la misma medida, la población chilena considera a las IA beneficiosas para algún grupo de personas. Sin embargo, **un tercio de la ciudadanía declara que “los más ricos” son los principales beneficiados** y menos del 5 % la considera a la IA como una tecnología que pudiera beneficiar a “los niños”, “los más pobres”, “las mujeres”, “los adultos mayores” o “los menos educados”.

Si bien 9 de cada 10 chilenos/as ha oído de las IA, solo 4 de ellos percibe algún grado de oportunidad en ellas y 6 consideran que la IA no le generan ni bienestar ni malestar, particularmente.

Aproximadamente el 40 % de la población chilena afirma percibir algún grado de riesgo o amenaza en relación con las IA y sus impactos en la vida cotidiana. Esta percepción podría estar asociada al impacto que perciben las personas en el **área laboral**, la cual es la más mencionada por los/as encuestados/as.

El hecho de que 9 de cada 10 personas chilenas haya oído hablar alguna vez sobre IA, sin duda reclama un análisis profundo para identificar de qué modo y por qué canales circula el concepto y a qué ideas y términos es asociado. Esto implica, por cierto, un estudio especialmente dirigido a los distintos actores del ecosistema de la comunicación pública de la ciencia y la tecnología.

A pesar de que en Chile 9 de cada 10 personas ha oído hablar de las IA, pareciera existir cierto grado de confusión respecto a qué es lo **que se entiende por Inteligencia Artificial** y cómo estas tecnologías se relacionan, por ejemplo, con algunas de las aplicaciones de uso cotidiano. Un análisis futuro ha de **considerar estrategias para evaluar el grado de conocimiento y comprensión** de las personas chilenas sobre el concepto.

Este estudio constituye una aproximación a la percepción social de la Inteligencia Artificial en Chile. Sus resultados dan cuenta de que ante nosotros se abre una serie de **oportunidades y desafíos**, y que la necesidad de futuras investigaciones asociadas al tema pueden ser de gran relevancia para el desarrollo de **estrategias** orientadas a la apropiación de esta y otras tecnologías por la población chilena.



VI. RECOMENDACIONES PARA COMUNICADORES/AS E INVESTIGADORES/AS:

Desde el Centro de Comunicación de las Ciencias y de acuerdo con los resultados de esta encuesta, realizamos las siguientes recomendaciones para aprovechar estos datos al momento de realizar acciones para comunicar temáticas relacionadas con la IA:

Segmentación del público objetivo: Los resultados muestran que la percepción de la IA varía según el sexo, edad, zona geográfica y nivel socioeconómico. Es importante segmentar el público objetivo en las comunicaciones para adaptar el mensaje y las estrategias según las características demográficas de cada grupo. Cada segmento puede tener preocupaciones y perspectivas distintas sobre la IA, por lo que es esencial distinguir estas diferencias y dirigirse a cada uno de manera personalizada.

Narrativa equilibrada: Los datos indican que las percepciones de la IA como amenaza u oportunidad están equilibradas. Al abordar este tema en actividades de comunicación, es fundamental mantener una narrativa equilibrada que destaque tanto los beneficios como los desafíos de la IA. Esto ayudará a generar una discusión más completa y objetiva sobre el impacto de estas tecnologías en la sociedad.

Enfoque en el área laboral: Dado que el área laboral es donde se percibe un mayor impacto de la IA en la percepción de las personas, es importante desarrollar mensajes claros y concretos sobre cómo este grupo de tecnologías está transformando los empleos y las oportunidades laborales. Destaca cómo la IA puede mejorar la eficiencia y generar nuevas habilidades y roles en el mercado laboral.

Transparencia y confianza: El hecho de que la mayoría perciba a las empresas que desarrollan IA como "poco transparentes" es un punto crítico para abordar. En las acciones comunicacionales, se debe enfatizar la importancia de la transparencia en el desarrollo de la IA y cómo esto contribuye a generar confianza en la tecnología y en las organizaciones que la utilizan.

Historias y ejemplos reales: Se recomienda utilizar ejemplos concretos y casos de uso reales de IA en la vida cotidiana para ilustrar cómo está impactando positivamente en diferentes áreas, como la salud, la educación, el transporte, las comunicaciones, etc. Además, considera presentar historias de éxito y buenas prácticas que muestren cómo la IA ha beneficiado a la sociedad.

Inclusión y diversidad: Es importante chequear que los mensajes sean inclusivos y reflejen la diversidad de perspectivas en relación con la IA. Evitar generalizaciones y estereotipos al referirse a diferentes grupos demográficos y considerar la diversidad de opiniones y experiencias de cada uno de estos grupos.

Perspectiva a futuro: Abordar cómo la IA seguirá evolucionando en el futuro y cómo esto podría afectar la vida cotidiana de las personas. Presentar escenarios potenciales, pero siempre basados en evidencia y tendencias reales, para que el público pueda comprender mejor los posibles impactos futuros.

Llamado a la participación: Recomendamos invitar al público a participar en la discusión sobre la IA y sus implicaciones en la sociedad. Fomentar el diálogo, la participación en encuestas y debates, y ofrecer canales para que las personas expresen sus inquietudes y expectativas sobre la IA.

En resumen, para potenciar la efectividad de la comunicación acerca de la Inteligencia Artificial, con base en los datos recopilados en esta encuesta, resulta imprescindible tener en cuenta y adecuar el mensaje a los distintos segmentos de la sociedad. Asimismo, se debe lograr un equilibrio entre las oportunidades y amenazas de la IA, ilustrándolo con ejemplos y casos concretos. Un aspecto fundamental radica en abordar este tema con rigor para lograr una mayor transparencia en el desarrollo de estas tecnologías, lo cual permitirá incrementar la información disponible para la población y, por ende, fomentar la confianza en ellas.

Al abordar estos elementos de manera efectiva, la comunicación podrá transmitir de forma más precisa y relevante el impacto y las implicaciones de la IA en la vida cotidiana.



VII. IMPLICACIONES Y ACCIONES FUTURAS

La inteligencia artificial abre muchas posibilidades para mejorar nuestras vidas, pero también presenta desafíos a la sociedad. Si bien diversas instituciones trabajan en lineamientos para el desarrollo de sistemas de IA que sean responsables, transparentes y confiables, debemos estar preparados los diversos cambios que puedan devenir en el futuro.

A partir de los datos proporcionados, invitamos a la comunidad científica y comunicadores/as a abrir diversas preguntas de investigación para profundizar en el impacto de la Inteligencia Artificial en la percepción social. Algunas de estas preguntas podrían ser:

Factores determinantes de la percepción del impacto de la IA: ¿Cuáles son los factores que influyen más en la percepción del impacto de la IA en la vida cotidiana? ¿La educación, la familiaridad con la tecnología o el nivel de ingresos juegan un papel importante en estas percepciones?

Grados de comprensión del concepto de Inteligencia Artificial: ¿Qué entienden las personas por inteligencia artificial, sus características y aplicaciones?

Motivos de la percepción de la IA como amenaza u oportunidad: ¿Qué factores influyen en que las personas perciban la IA como una amenaza o como una oportunidad? ¿Depende de la edad, el género o la región geográfica?

Relación entre el nivel socioeconómico y la percepción del impacto de la IA: ¿Cómo se relaciona el nivel socioeconómico de las personas con su percepción del impacto de la IA? ¿Existen diferencias significativas en la percepción entre diferentes grupos socioeconómicos?

Disparidades regionales en la percepción de la IA: ¿Por qué hay diferencias en la percepción del impacto de la IA entre las diferentes regiones geográficas? ¿Cómo influyen los factores culturales, económicos y educativos en estas disparidades? ¿Son iguales las percepciones en las personas que habitan en zonas urbanas o rurales?

Efectos de la IA en el bienestar: Aunque la mayoría de las personas indican que la IA no genera bienestar ni malestar en sus vidas, ¿existen grupos específicos que experimenten impactos positivos o negativos en su bienestar debido a la IA? ¿En qué aspectos de sus vidas puede estar influyendo?

Efectos de la IA en el empleo: Dado que el área laboral es donde se considera que la IA tiene un impacto significativo, ¿cuáles son los empleos más afectados? ¿Cómo están adaptándose las personas a estos cambios en el mercado laboral? ¿Existen estrategias de las empresas para capacitar a las/os empleados en el uso de la IA?

Transparencia y confianza en la IA: ¿Por qué la mayoría de las personas perciben que las empresas que desarrollan IA son "poco transparentes"? ¿Cómo puede mejorar la transparencia en el desarrollo de la IA la percepción y confianza del público hacia esta tecnología?

Evolución de las percepciones con el tiempo: ¿Cómo han cambiado las percepciones sobre la IA en la vida cotidiana a lo largo del tiempo?

Estas preguntas podrían llevar a investigaciones más detalladas y análisis que proporcionen una comprensión más profunda de cómo la sociedad percibe y experimenta el impacto de la Inteligencia Artificial en sus vidas cotidianas.

ALEJANDR-IA



Centro de Comunicación
de las **Ciencias**
Universidad Autónoma de Chile



MÁS UNIVERSIDAD

alejandr-ia.cl