

¿Qué piensan los chilenos del «avance» de las máquinas y del uso de tecnologías?

El Ciudadano · 16 de abril de 2018

De acuerdo a un trabajo realizado por la UC, las personas valoran mucho los servicios que son capaces de entregarle una mayor comodidad en su diario vivir, pero cuando esa información se manifiesta de forma explícita en el área publicitaria, como para recibir contenido más afín, esa percepción baja en forma sostenida.



Un estudio realizado por *TrenDigital* de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile entregó las primeras pistas acerca de cómo los chilenos reaccionan con los procesos de automatización que están viviendo las empresas, así como el nivel de aceptación del uso de tecnologías como «Internet de las Cosas» y reconocimiento facial en nuestras vidas.

Para ello, el informe se enfocó en tres áreas: **Actitud hacia procesos de automatización e integración de tecnología en las personas** (se exploró el grado de sensibilización que ha desarrollado la población chilena hacia la posibilidad de que la inteligencia artificial integre “sentimientos” propios y seamos atendidos por agentes de este tipo); **Percepción del uso de Internet de las Cosas y reconocimiento facial** (cuán dispuestos estamos a que seamos reconocidos en la calle o en nuestros hogares por sensores para ofrecernos productos o servicios); y **cuán cyber-optimistas o pesimistas son los chilenos** hacia lo que vemos venir.

Entre los resultados obtenidos se observó que hay un interés muy alto sobre ciertos procesos de automatización que van a ocurrir en el futuro. **Más de la mitad de la población, y en ciertos casos hasta un 80%, cree que es probable o muy probable que exista un uso médico de la inteligencia artificial y en labores físicas**, como en el sector de la construcción. A su vez, dos de cada tres personas cree que el comercio se automatizará y existirá menos interacción entre clientes y trabajadores.

Es más, al ser consultados sobre si pensaban que a las personas podrán integrarse tecnologías para “robotizar” ciertos aspectos y deficiencias, más del 60% creyó que sí sería posible. Sin embargo, al preguntarles si las tecnologías van a “humanizarse” integrando emociones, menos de un tercio de los encuestados contestó que lo veían probable.

El estudio destaca la alta valoración de los **centros de salud**, ya que son las organizaciones o instituciones donde los usuarios están más dispuestos para dejar que se almacene su información

personal, a modo de permitir un reconocimiento facial que automatice y agilice la atención.

También se da cuenta de que **las personas valoran mucho los servicios que son capaces de entregarle una mayor comodidad en su diario vivir**, como cuando se están acercando a su hogar y el GPS da la señal para activar la calefacción o las luces. **Pero es relevante advertir que cuando esa información se manifiesta de forma explícita en el área publicitaria, como para recibir contenido más afín, esa valoración baja en forma sostenida.**

El comportamiento “esquizofrénico” de la tecnología

De la misma forma, la alta aprobación que muestra la intencionalidad por contar con tecnología que reconozca lo que los demás hacen, que es por sobre el 40%, disminuye a menos de la mitad cuando se les advierte que las otras partes también tendrían acceso a esa información, lo que **demuestra el comportamiento “esquizofrénico” de la tecnología: mientras a muchas de las personas les gusta tener acceso a la información de los demás, a muy pocos les gusta que otros tengan ese acceso.**

Finalmente, el informe concluye que existen tres visiones sobre el futuro de la tecnología: los **positivistas o utopistas**, que creen que va a haber grandes mejoras para la humanidad por el uso que hacemos de las tecnologías; la **neutral**, que sostiene que estamos en constante cambio, por lo que nos vamos a adaptar a los procesos de automatización; y la **visión negativa**, de quienes ven con terror -y

en algunos casos hasta pánico- que los robots reemplacen a las personas en los trabajos y que además nos deshumanicemos por la forma con que usamos las tecnologías.

El estudio se realizó a través de una muestra de 2.650 usuarios a nivel nacional. Las edades se dividieron por generaciones laborales: con un 3,2% entre 18 y 24 años, los que se conocen como la Generación Z; un 47,2% entre 25 y 35 años, a los que se ha llamado Millennials; un 38,9% entre 36 y 49 años, los que se conocen como Generación X; un 9,8% entre 50 y 64 años, apodados los Baby Boomer, y un 0,8% sobre 65 años, conocidos como Tradicionalistas.

Fuente: [El Ciudadano](#)