

La mayoría utiliza la tecnología para buscar, resumir y escribir textos:

Solo una de cada seis personas reconoce cuando la IA da respuestas erróneas

EDUARDO OLIVARES

Pregúntese usted mismo, a su madre, a sus hijos: cuando usa una inteligencia artificial (IA), ¿para qué la emplea? Si es como la mayoría, responderá que lo hace para buscar y resumir información, o bien para redactar algún texto o, dependiendo de su seguridad con las normas de la escritura, para revisar ortografía y gramática.

Pocos, aunque los hay, utilizan la IA para cuestiones más complejas, como programar códigos o analizar grandes volúmenes de datos.

“La inteligencia artificial ha trascendido su etapa de curiosidad tecnológica para consolidarse como un motor de eficiencia cotidiano. Este cambio de paradigma se manifiesta en un uso centrado primordialmente en la gestión inteligente de información y la automatización de la creación de contenidos, herramientas que hoy definen el estándar de productividad tanto en el ámbito académico como profesional”, dicen los investigadores del Barómetro Digital de Chile 2025-2026, el estudio más completo sobre conducta digital de la población adulta del país, elaborado por Fundación Nativo Digital con apoyo de Movistar y patrocinio del Ministerio de Educación. Se presenta oficialmente mañana.

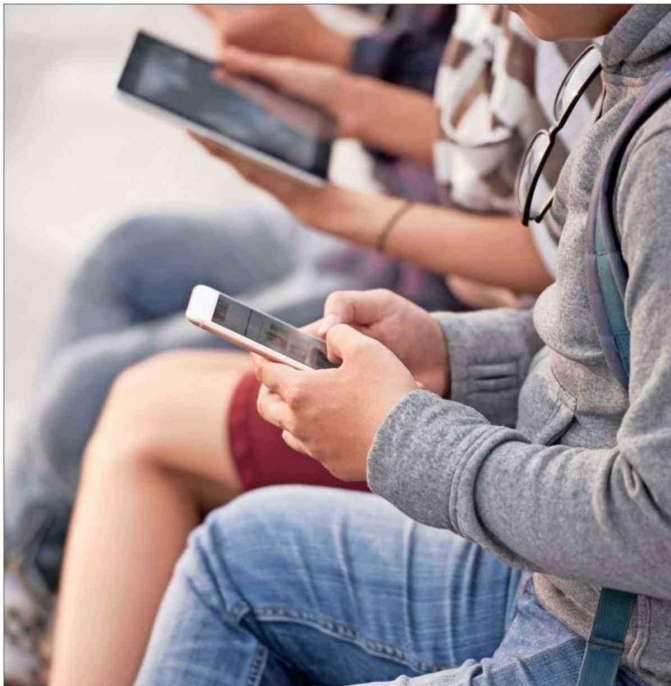
Ahora bien, una cosa es usar la IA y otra es identificar sus alcances o chequear sus respuestas. Los chilenos se sienten confiados en el empleo, aunque reconocen limitaciones.

“Les están creyendo todo a las inteligencias artificiales”

El uso masivo contrasta con la escasa capacidad crítica frente a lo que esas herramientas entregan. “La gente está usando desde una acción intuitiva y no criteriosa. No tienen competencias para analizar lo que reciben, discriminar lo que reciben y seleccionar lo que reciben. Básicamente, les están creyendo todo a las inteligencias artificiales”, advierte Pablo Christiny, presidente de Fundación Nativo Digital.

Algunos datos que usted, su madre o sus hijos podrían considerar de máximo interés: el 67% de los encuestados declaró que las *fake news* forman parte de su experiencia digital cotidiana y el 39% ya fue

Tres de cada cuatro adultos usan inteligencia artificial, y la generación *millennial* es la que se considera más avanzada en el empleo.



No son los jóvenes quienes lideran el uso productivo de la IA. Los *millennials* —entre 30 y 39 años— encabezan con un 63% de adopción, duplicando a la generación Z (18 a 29 años).

Confiados, aunque con matices

Hay confianza generalizada entre los usuarios. Solo el 0,6% de los encuestados se declara “inexperto” en el uso de tecnología digital, y más de la mitad (53%) se ubica en un nivel intermedio. Casi 4 de cada 10 se percibe en niveles avanzado o experto. “La barrera del desconocimiento total ha sido prácticamente derribada”, señala el informe.

Pero hay una paradoja generacional: no es la generación Z (18 a 29 años) la que lidera el conocimiento experto, sino los *millennials* (30 a 39 años), quienes han capitalizado su experiencia

laboral y educativa para convertirse en la generación con mayor dominio tecnológico avanzado. El 15% de los *millennials* se considera experto, frente al 10% de la Gen Z y el 8% de la generación X (40 a 59 años).

Hay también una brecha de género: los hombres tienden a autoperibirse con habilidades más especializadas (14,5% se declara experto), mientras las mujeres lideran la adopción funcional y cotidiana, y solo el 6,3% llega al nivel experto.



deos de personajes conocidos re-creados de modo artificial, con usos potencialmente perniciosos.

Esto se puede ver al revés: solo 1 de cada 6 usuarios se siente capaz de identificar contenido sintético o respuestas erróneas generadas por IA. Eso es autoconfianza.

“El reto ya no es democratizar el acceso a la IA, sino democratizar la capacidad de cuestionarla y verificarla”, plantea el informe, que se basa en respuestas de 1.436 casos.

¿ChatGPT, Gemini... Claude?

Tres de cada cuatro encuestados declaran usar alguna herramienta de IA —una penetración que supera al teletrabajo y al comercio electrónico—.

Cuando se inició el trabajo de campo, en 2025, el dominio de la IA estaba en ChatGPT (60%). Luego Gemini (40%) y, hartos más atrás, Copilot (17%) y otras. Pero hubo sorpresas. Durante el levantamiento —entre noviembre de 2025 y enero de 2026—, Claude apareció espontáneamente en el campo abierto de respuestas y concentró la mayoría de las menciones del grupo que respondió “otras herramientas”. La plataforma no figuraba en el listado de opciones porque cuando se diseñó la encuesta aún no había sido lanzada masivamente.

El estudio desmonta además un lugar común: no son los jóvenes quienes lideran el uso productivo de la IA. Los *millennials* —entre 30 y 39 años— encabezan con un 63% de adopción, duplicando a la generación Z (18 a 29 años), que llega al 30%. Christiny lo explica: “Las generaciones más jóvenes han ingresado más rápidamente, pero son menos cautelosas porque creen que tienen más conocimiento. Los adultos mayores, en cambio, tienen conciencia de que al no saber mucho tienen que ser mucho más cautelosos”.

Ese dato tiene un correlato regional. El Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial 2025, elaborado por Cepal y el Centro Nacional de Inteligencia Artificial de Chile (Cenia), ubica al país primero en la región en alfabetización en IA (84,7 puntos) y en adopción de IA generativa (78,7 puntos). Pero en adopción industrial Chile cae al puesto 12 de 19 países, con apenas 39,3 puntos.

“La gente está usando la IA desde una acción intuitiva y que no es criteriosa hasta ahora. No tienen competencias para poder analizar, discriminar ni seleccionar lo que reciben”.

PABLO CHRISTINY
 PRESIDENTE DE FUNDACIÓN NATIVO DIGITAL

El celular y la pandemia

El celular se consolidó como el dispositivo central de la vida digital: lo usa el 97% de los encuestados. No hay una diferencia sustancial con la época de la pandemia.

La *smart TV*, que había alcanzado un 93% de uso durante el confinamiento, cayó al 72%.

En sentido contrario, las *tablets* casi duplicaron su presencia (de 15% a 26%), según declaran los encuestados, y las consolas de videojuegos pasaron del 11% al 21%, donde por cierto el predominio mayor está en las generaciones más jóvenes.

expuesto a *deepfakes*. *Fake news* significa noticias falsas (bulos, engaños, mentiras). *Deepfake* es una categoría peor, porque corresponde al uso de imágenes retocadas o vi-