

[Panorama Social](#) es una revista semestral de carácter monográfico editada por Funcas. Cada uno de los números consta de artículos elaborados por científicos sociales que abordan temas de debate social desde distintas perspectivas analíticas.



## Uno de cada dos españoles en las edades de mayor actividad laboral declara saber poco o nada sobre inteligencia artificial

- **Prevalece la preferencia por una regulación de la IA más orientada al control de los riesgos que al fomento de su desarrollo**
- **Más de la mitad de los encuestados cree que Estados Unidos encabeza la carrera internacional por la IA y solo el 3% identifica a Europa como líder en este ámbito**
- **El consumo de pantallas de más de una hora al día se relaciona con un peor rendimiento educativo**

MADRID, **16/09/2024** | El conocimiento y uso de la inteligencia artificial (IA) en España es aún limitado. El 53% de los españoles de 25 a 64 años (edades que comprenden al 91% de la población activa) reconoce saber poco o nada sobre ella, frente al 44% que declara tener un conocimiento básico. Solo el 3% manifiesta contar con un conocimiento avanzado. Son los resultados de una encuesta realizada por Funcas y recogida en uno de los artículos que incluye el último número de [Panorama Social](#). La publicación, editada por **Funcas**, aborda las oportunidades y retos que representan la digitalización de la sociedad y la IA y destaca sus consecuencias sobre las desigualdades sociales y económicas y sus implicaciones sobre el aprendizaje y las competencias de los jóvenes.

En el monográfico, titulado 'Digitalización e inteligencia artificial: oportunidades y desafíos sociales', **María Miyar** analiza la opinión pública ante la IA utilizando datos de una encuesta realizada por Funcas a finales de 2023 a personas de entre 25 y 64 años. En el marco del limitado conocimiento y uso de la IA en España, los resultados muestran que el uso de ChatGPT está aún poco extendido: dos de cada diez encuestados no han oído nunca hablar de esta aplicación y casi dos de cada tres (64%) no la han usado nunca (porque no hayan oído hablar de ella o porque, habiendo oído hablar, no la han usado). El uso frecuente de ChatGPT se concentra, sobre todo, entre los hombres jóvenes (de 25 a 34 años), aunque no es en absoluto mayoritario. Uno de cada cinco (21%) afirma usarlo con frecuencia, mientras que entre las mujeres de la misma edad la proporción no llega a una de cada diez (8%).

Por otra parte, en todos los grupos de edad, sexo, nivel educativo, conocimiento y uso de la inteligencia artificial considerados en el análisis se observa una preferencia mayoritaria por una regulación de la

**Panorama Social** es una revista semestral de carácter monográfico editada por Funcas. Cada uno de los números consta de artículos elaborados por científicos sociales que abordan temas de debate social desde distintas perspectivas analíticas.

inteligencia artificial más orientada al control de los riesgos que al fomento del desarrollo competitivo de esta tecnología. Cinco de cada seis encuestados (83%) creen que controlar el desarrollo y funcionamiento de la IA en aspectos como el uso, la privacidad y la transparencia debería ser el principal objetivo de la regulación comunitaria en materia de IA y solo un 14% opina que la prioridad debe ser fomentar la inversión y la innovación en IA para mantener la competitividad internacional de las economías europeas. Esta clara preferencia por el control regulatorio frente al fomento de la inversión en IA contrasta con la percepción de que Europa no lidera la carrera internacional por la IA. Un 53% de los encuestados cree que Estados Unidos está a la vanguardia, mientras que el 43% piensa que China ocupa el primer lugar. Solo un 3% identifica a Europa como líder en este ámbito.

Este número de *Panorama Social* pone de relieve la importancia crucial de comprender y analizar la sociedad digital no solo por los avances tecnológicos que representa, sino porque afecta directamente a nuestro bienestar, a las relaciones personales, al acceso a oportunidades y a la distribución de recursos. Esta necesidad de comprensión y análisis adquiere especial relevancia en el caso de los niños y las generaciones jóvenes, nativos en esta sociedad digital, que crecen en un entorno donde la tecnología, omnipresente, moldea sus formas de aprender, comunicarse y formar parte de la familia y otras comunidades.

**Dulce Manzano y Héctor Cebolla** analizan el consumo de pantallas en España de los jóvenes de 15 años utilizando datos recogidos por la OCDE en su estudio PISA 2022. Los autores estudian el tiempo dedicado a redes sociales, videojuegos y usos educativos o informativos de internet y hallan escasas diferencias en función de su género o el nivel educativo de los padres. Asimismo, llaman la atención sobre un resultado de su análisis: dedicar más de una hora al día a las pantallas perjudica el rendimiento educativo, igualando a la baja a estudiantes de diferentes orígenes sociales. Si bien entre un 20% y un 25% de los jóvenes de 15 años no pasan ningún tiempo en redes sociales al día durante la semana, son muchos los adolescentes de 15 años que dedican gran cantidad de tiempo a esta actividad: un 20% pasa más de tres horas diarias en redes sociales y algo más de uno de cada cuatro podría estar pasando siete horas o más.

En cuanto a los videojuegos, el análisis de los datos de PISA 2022 también arroja importantes diferencias de género. El patrón de consumo más común entre los varones es pasar entre una y tres horas al día jugando a videojuegos. Este es el caso del 35% de los chicos. En los niveles altos o muy altos de consumo (de tres horas en adelante) hay otro 25%. Manzano y Cebolla también indagan en el tiempo que los estudiantes de 15 años dedican al estudio con medios digitales. Cerca de un 30% de los adolescentes no dedican nada de tiempo a esta actividad y otro 35% dedica una hora más o menos. Es decir, de acuerdo con los resultados de PISA 2022 solo uno de cada tres adolescentes en España utiliza regularmente, más de una hora diaria, herramientas digitales para el estudio y el aprendizaje.

Por su parte, **Milagros Sáinz** examina las brechas de género en la percepción de competencias en campos científico-tecnológicos y digitales. La autora revisa las principales investigaciones que explican

**Panorama Social** es una revista semestral de carácter monográfico editada por Funcas. Cada uno de los números consta de artículos elaborados por científicos sociales que abordan temas de debate social desde distintas perspectivas analíticas.

por qué las chicas son menos propensas a elegir estudios en estas áreas y discute las implicaciones para sus decisiones de carrera y futuro profesional. Además, destaca el papel crucial de las familias y el entorno social en la formación de estas percepciones.

Con la digitalización de la sociedad, uno de los problemas más emergentes y preocupantes es la propagación de la desinformación. Según cinco de cada seis entrevistados (83%) por Eurostat en 2018, la desinformación constituye “un peligro para la democracia”. El artículo de **Carmen Marta** indaga en la desinformación como externalidad negativa de la expansión de la comunicación digital. Tras pasar revista a los principales riesgos de esta nueva realidad comunicativa, expone las dificultades crecientes de hacer prevalecer el buen hacer periodístico. Solo dotando a los ciudadanos de las habilidades necesarias para analizar sensatamente los mensajes, mantiene la autora, podrán manejarse en este contexto de desorden informativo.

Finalmente, el artículo de **Aleix Calveras y Juan-José Ganuza** parte de la evidencia empírica sobre el aumento de la desigualdad en muchos países desarrollados y expone cómo este incremento de la desigualdad salarial, atribuible a la disparidad entre empresas y a la desigual estructura de mercado, podría estar vinculado con la economía digital y el fenómeno *winner-takes-all* en las plataformas digitales. Los autores ponen también de relieve la relación de los conflictos redistributivos con la externalización y la *gig economy*.