



El nuevo vendedor 4.0. El impacto disruptivo de la inteligencia artificial en las relaciones de consumo

The new seller 4.0. The disruptive impact of artificial intelligence on consumer relationships

Carlos Díaz

Abogado. Especialista en Derecho de Daños, Derecho Constitucional Administrativo. Diplomado en Derecho al Consumo Profundizado. Doctorando en Ciencias Jurídicas. Presidente de la Fundación Consumidores Unidos del Chaco y Codirector del Instituto al Consumo del Chaco. carlosdiazh@estudiodiazabogados.net

Fecha de envío: 5 de mayo de 2023 | Fecha de aprobación: 9 de junio de 2023

Resumen

El artículo analiza la relación entre la inteligencia artificial (IA) y su impacto en las relaciones de consumo, en el contexto de la cuarta revolución industrial; se destaca la necesidad de establecer regulaciones que mitiguen los riesgos asociados a la propia evolución tecnológica tanto para usuarios como para consumidores. Se abordan desafíos específicos en el ámbito de IA, tales como el uso de la información en publicidad, la protección de datos personales, la discriminación algorítmica y el sesgo de confirmación. La IA, a su vez, presenta desafíos en cuanto a la transparencia, seguridad y consentimiento en el tratamiento de datos. En razón de ello, se enfatiza la importancia de diseñar políticas jurídicas que protejan a la sociedad de los cambios vertiginosos que la nueva era de consumo trae consigo.

Palabras claves: IA; consumo; derecho; revolución.

Abstract

The article analyzes the relationship between artificial intelligence (AI) and its impact on consumer relations in the context of the fourth industrial revolution, highlighting the need to establish regula-

tions that mitigate the risks associated with technological evolution for both users and consumers. Specific challenges in the field of AI are addressed, such as the use of information in advertising, personal data protection, algorithmic discrimination and confirmation bias. AI also presents challenges regarding transparency, security, and consent in data processing. For this reason, the article emphasizes the importance of designing legal policies that protect society from the rapid changes that the new era of consumption brings with it.

Keywords: AI; consumption; law; revolution.

Introducción

Es un hecho irrefutable que la comercialización de bienes y servicios a través de la red ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos años, lo que ha dado lugar a la formación indiscutible de una sociedad digital en donde lo real y lo virtual se han fusionado.

Hoy, ese mismo entorno binario de ceros y unos ha impulsado el desarrollo de la denominada inteligencia artificial (en adelante IA), la cual ha facilitado la expansión de la economía colaborativa y la aparición de plataformas en línea que conectan de una manera más directa y eficiente la necesidad con la satisfacción.

Si bien el término *IA* ha ido evolucionando, principalmente como consecuencia de su aplicación a múltiples campos (Magnuson, 2020), esta puede ser definida, según Markovic (2019), como aquel sistema:

... de algoritmos capaces de realizar tareas que, normalmente, requieren intervención humana, como ser el aprendizaje, razonamiento, percepción, reconocimiento de patrones, comprensión del lenguaje natural y resolución de problemas. Dicho en otras palabras, la automatización de comportamientos mediante procesos de tecnologías de la información. (p. 325).

Últimamente, a este tipo de tecnología se le ha asociado una nueva técnica conocida como *aprendizaje profundo* (Magnuson, 2020). A través de este complejo proceso, los sistemas informáticos tienen la «habilidad» de derivar reglas por sí mismos, en lugar de depender de un conjunto de reglas preestablecidas por un programador y simplemente ejecutar un mecanismo predeterminado. De esta manera, Markovic (2019) plantea que la IA utiliza:

... algoritmos para detectar patrones en los datos y discernir reglas para hacer evaluaciones que se asemejan a las que hacen los humanos y a medida que están expuestos a más datos, estos sistemas [...] vuelven a evaluar estas conexiones. (p. 329)

Aplicado al caso concreto y teniendo en cuenta lo expresado hasta el momento, la IA permitiría, por un lado, analizar grandes volúmenes de datos para identificar los intereses y preferencias

de tanto usuarios como consumidores, y, por el otro, brindar a las empresas, en su carácter de proveedores, valiosa información para poder personalizar sus ofertas, promociones y contenido.

En este artículo, analizaremos la influencia e implicancia que tiene la IA al momento de adquirir bienes y servicios, y cómo el derecho está llamado a cumplir un rol destacado a los fines de regular su funcionamiento.

1. Los avances de la tecnología frente a la evolución del derecho

Las relaciones entre la tecnología y el derecho suelen ser complejas y hasta muchas veces difíciles de conciliar. Tal como sucede con la sociedad, la tecnología se encuentra en constante evolución y le compele al derecho la obligación de proyectar las regulaciones y reformas necesarias para poder evitar o mitigar los eventuales daños y perjuicios que puedan suscitarse por su uso indebido.

Los expertos aseguran que, desde principios del siglo XXI, la humanidad comenzó a transitar la llamada «cuarta revolución industrial», impulsada, principalmente, por la revolución digital, donde la presencia de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación se encuentran en una constante y rápida expansión (Schwab, 2016).

Si bien el crecimiento económico y los beneficios que acompañan a tales innovaciones se perfilan como elementos favorables para la implementación de políticas públicas, inquieta sobremanera los posibles efectos negativos que supuestos, tales como la manipulación y distorsión de la información, la afectación de la privacidad con el tratamiento automatizado de datos o la discriminación producida por el uso de algoritmos diferenciados, pueden llegar a generar y de los cuales el derecho no debe ni puede desentenderse.

Con gran acierto, ha dicho Schwab (2016), en referencia a los riesgos precedentemente señalados, que:

... la realidad de la disrupción y la inevitabilidad de los efectos que tendrá sobre nosotros no significan que seamos impotentes ante ella. Es nuestra responsabilidad asegurar de establecer un conjunto de valores comunes para tomar las decisiones políticas correctas e impulsar aquellos cambios que conviertan la cuarta revolución industrial en una oportunidad para todos. (p. 14)

Frente a ello, el derecho se encuentra ante el desafío de diseñar políticas jurídicas que acompañen tal transformación, adaptando las ya vigentes o creando nuevas a fin de que la sociedad no se encuentre desprotegida ante el imparable avance que caracteriza los tiempos actuales.

2. La IA y la plataforma proteccionista de consumo

2.1. La información y su uso en la publicidad

La IA se ha convertido en una herramienta valiosa para la industria de consumo, pues permite a las empresas analizar grandes volúmenes de datos destinados a crear campañas de *marketing* más efectivas y personalizadas.

Atento a la naturaleza de la actividad, los proveedores se encuentran obligados a respetar el deber de ser transparentes en cuanto al uso de los algoritmos que utilizan para la personalización de sus ofertas y campañas. Esto implica informar a los usuarios y consumidores sobre cómo se utilizan sus datos y cómo esos algoritmos influyen en la selección y recomendación de bienes y servicios, conforme lo establecen expresamente los arts. 4¹ y 37² de la Ley 24.240, art. 1100³ del Código Civil y Comercial Argentino y, por supuesto, el art. 42⁴ de la Constitución Nacional.

En razón de ello, la normativa de consumo prohíbe la manipulación de la información en la oferta de bienes y servicios y, por ende, la publicidad engañosa, por lo que la utilización de eventuales resultados manipulados o sesgados, o la utilización de técnicas de persuasión encubiertas por parte de la IA para influir en las decisiones de compra o contratación de los usuarios y consumidores, también estaría expresamente incluida en la proscripción fijada en la normativa actual.

2.2. La protección de datos personales

Tal como es conocido, la Ley 25.326 tiene como principal objetivo la protección de los datos personales de los ciudadanos, asegurando que estos sean tratados de manera adecuada y con el consentimiento libre, expreso e informado de su titular por parte de los agentes que se encarguen de dicha recopilación. En el supuesto de que estos sean utilizados para fines diversos a los expre-

¹ Parte pertinente del art. 4, Ley 24.240: «Información. El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización».

² Parte pertinente del art. 37, Ley 24.240: «En caso en que el oferente viole el deber de buena fe en la etapa previa a la conclusión del contrato o en su celebración o transgreda el deber de información o la legislación de defensa de la competencia o de lealtad comercial, el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato o la de una o más cláusulas. Cuando el juez declare la nulidad parcial, simultáneamente integrará el contrato, si ello fuera necesario».

³ Parte pertinente del art. 1100, Código Civil y Comercial Argentino: «Información. El proveedor está obligado a suministrar información al consumidor en forma cierta y detallada, respecto de todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, las condiciones de su comercialización y toda otra circunstancia relevante para el contrato».

⁴ Parte pertinente del art. 42, Constitución Nacional: «Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno».

samente establecidos, deberán obligatoriamente comunicarse con el objeto de dejar asentado el consentimiento pertinente o tener presente el rechazo para su utilización.

La ley, a su vez, establece en su articulado los principios fundamentales de licitud, lealtad, calidad, finalidad, proporcionalidad, seguridad y confidencialidad, que deben ser respetados por aquellos que estén a cargo de su tratamiento.

Sin embargo, con el nacimiento de la IA, se han generado nuevos procesos que han transformado la forma en que se recopilan, almacenan, procesan y utilizan los datos personales:

- A. *Petición del consentimiento*: el cual debe ser informado, libre, expreso e inequívoco y que, en el contexto de la IA actual, resulta difícil de garantizar, aunque no imposible.
- B. *Automatización de decisiones*: tal como se ha visto, la IA permite tomar decisiones automáticas basadas en algoritmos y aprendizaje profundo. Esto puede generar preocupaciones sobre la transparencia y justicia en la toma de decisiones, especialmente si estas afectan los derechos de las personas. La ley establece que los titulares de datos tienen derecho a ser informados sobre la lógica utilizada en su tratamiento automatizado, pero, en el caso de la IA, esta explicación puede ser compleja y difícil de entender para el ciudadano común.
- C. *Sesgo y discriminación*: si bien la ley prohíbe el tratamiento de datos personales que revelen información sensible, como origen racial o étnico, opiniones políticas, creencias religiosas, entre otros, la IA puede identificar patrones que impliquen dilucidar dicha información.
- D. *Seguridad de los datos*: la IA puede aumentar la vulnerabilidad de los datos personales al ser objeto de ataques cibernéticos o usos indebidos. Aun cuando la normativa requiere que se adopten medidas de seguridad adecuadas para proteger los datos personales, el rápido avance de la IA y de la ciberseguridad dificulta mantener la protección de los datos personales al día ante las últimas amenazas y vulnerabilidades.
- E. *Internacionalización de datos*: la IA a menudo implica el procesamiento de datos personales en servidores ubicados en diferentes países. Sin desconocer que la Ley de Protección de Datos Personales establece restricciones con respecto a la transferencia internacional de datos personales y la permite solamente cuando el país de destino garantice un nivel adecuado de protección, la naturaleza global de la IA puede dificultar la supervisión y el cumplimiento de estas disposiciones.

Si bien el listado de los procesos realizados alude a supuestos extremadamente específicos, la normativa vigente permite abordar su tratamiento mediante la exigencia de garantizar la seguridad y protección de los datos personales recopilados, independientemente del medio utilizado. Esto no implica desconocer la necesidad de implementar medidas concretas y adecuadas a fin de evitar el acceso no autorizado, la pérdida, la alteración o la divulgación de información personal a través de normas de privacidad y seguridad aplicables a esta nueva tecnología.

2.3. La discriminación algorítmica y las prácticas abusivas

La discriminación algorítmica hace referencia a la discriminación injusta y sistemática basada en factores, como el género, la edad, la orientación sexual, la raza, la religión, la discapacidad, la nacionalidad, entre otros, que ocurre cuando los algoritmos utilizados en la toma de decisiones comerciales perpetúan o refuerzan sesgos preexistentes. Esto puede tener consecuencias negativas en el acceso a bienes y servicios, así como en la fijación de precios y condiciones de contratación.

Si bien la legislación actual no aborda específicamente la problemática de la discriminación algorítmica en las relaciones de consumo, el problema plantea desafíos en términos de interpretación y aplicación de la ley, principalmente a través de lo normado por la Ley 24.240 (Ley de Defensa del Consumidor⁵), Ley 22.802 (Ley de Lealtad Comercial⁶) y Ley 25.156 (Ley de Defensa de la Competencia⁷), a los efectos de lograr satisfactoriamente identificar y subsumir dentro de ellas las eventuales prácticas discriminatorias y abusivas que la propia tecnología puede generar.

Para evitar las prácticas comerciales abusivas algorítmicas, es fundamental que los proveedores sean transparentes en cuanto a cómo funcionan sus algoritmos y a cómo estos afectan las decisiones de consumo. Esto incluye proporcionar explicaciones claras y comprensibles sobre cómo los usuarios y consumidores toman sus decisiones y cómo ellos pueden ejercer sus derechos en relación con estos procesos automatizados.

2.4. El denominado «sesgo de confirmación»

Suele plantearse que el hecho de redireccionamiento voluntario estimula la polarización social y disminuye la tolerancia a la diversidad, lo que da lugar al llamado «sesgo de confirmación»;

⁵ Ver, por ejemplo, el art. 8 bis: «Trato digno. Prácticas abusivas. Los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios. Deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. No podrán ejercer sobre los consumidores extranjeros diferenciación alguna sobre precios, calidades técnicas o comerciales o cualquier otro aspecto relevante sobre los bienes y servicios que comercialice. Cualquier excepción a lo señalado deberá ser autorizada por la autoridad de aplicación en razones de interés general debidamente fundadas».

⁶ Ver, por ejemplo, el art. 9, el cual prohíbe la realización de cualquier clase de publicidad que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto a las características, propiedades, calidad, cantidad, garantías, condiciones de comercialización, precio, y en general, sobre cualquier otro dato relevante sobre los bienes o servicios ofrecidos; art. 3 que establece que toda publicidad debe ser fácilmente comprensible por el público al que está dirigida, evitando la utilización de expresiones que puedan inducir a error o confusión; entre otros.

⁷ Ver, por ejemplo, el art. 1, el cual establece el marco legal para la defensa de la competencia, y prohíbe los actos y conductas que limiten, restrinjan o distorsionen la competencia o el acceso al mercado, y que resulten perjudiciales para el interés económico general; el art. 2, que prohíbe los acuerdos entre competidores que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado. Esto incluye prácticas, como la fijación de precios, la limitación de la producción, la asignación de cuotas de mercado, entre otras.

este hace referencia a la tendencia que tiene la mente a buscar información que respalde los puntos de vista que ya se tienen o a interpretar evidencia que apoye las creencias, expectativas o hipótesis preexistentes (Vorms, 2021), lo que puede llegar a provocar que las elecciones que se tomen no sean hechas de manera objetiva o, en el peor de los casos, sean deficientes o hasta peligrosas.

Inicialmente, es posible verificar dos supuestos específicos que pueden alterar la percepción del usuario o consumidor:

- a. *Falta de criterio*: Se encuentra presente la tendencia a ver y a escuchar únicamente lo que se quiere, es decir, aquello que confirma lo que se tiene razón tal cual fuera expresado. Los datos que contradicen las cosas con las que no se comulga se dan por falsos, erróneos o se los minimiza para que no ejerzan un efecto real en la forma de pensar.
- b. *Búsqueda de información sesgada*: Suele suceder cuando se busca información en medios que son afines a las propias creencias, tratando así de encontrar aquello que confirme lo que ya se piensa. Esto, desafortunadamente, lleva a tener una visión polarizada y sesgada de los problemas, así como de las posibles soluciones disponibles.

Esta cuestión encuentra especial relevancia si se la relaciona con la eventual responsabilidad que puede tener el usuario o consumidor en el aporte directo de la información a sistemas de IA mediante sus clics o diversos «me gusta», dado que, al reafirmar lo que piensa o lo que consume mediante su propia intervención, por un lado, se están reduciendo de antemano las opciones disponibles que este tiene en el mercado y, por el otro, se está generando una retroalimentación constante de datos que termina delimitando, con cada búsqueda, los resultados disponibles.

3. El diseño de un marco regulatorio universal

La adopción de políticas legislativas en torno a marcos legales relativos a la regulación de la IA se constituye como una tarea compleja debido a la gran cantidad de variables que inciden en su confección, tales como la ética, el derecho, la política, la economía, el mercado, las empresas en su carácter de proveedores y que deben alinearse para poder dar lugar a una solución satisfactoria a la nueva realidad que se presenta para la sociedad.

Es justamente por ello por lo que suele pensarse en la aplicación de una política jurídica mundial destinada a salvaguardar la propia dignidad humana, sin caer en las prohibiciones infranqueables que obstaculicen el normal avance de la tecnología.

Tal planteo ya empieza a ser tratado por diversos organismos internacionales e intergubernamentales que buscan determinar y establecer las bases que se utilizarán en las futuras legislaciones sobre las tecnologías convergentes, sobre todo en lo que se refiere a la IA.

Para empezar, el Comité Económico y Social Europeo sobre Inteligencia Artificial expresó en la conclusión 1.4 del Dictamen 2017/C 288/01 que:

... el impacto de la IA es transfronterizo, por lo que también sería necesario establecer marcos políticos supranacionales. El CESE recomienda que la UE desempeñe un papel de liderazgo mundial en la adopción de marcos políticos uniformes y universales para la IA, de conformidad con los valores europeos y los derechos fundamentales. El CESE puede y quiere aportar su contribución a este fin.

Por su parte, en el año 2020, la UNESCO dio a conocer el denominado Anteproyecto de Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial, el cual tiene como propósito «servir de base para poner los sistemas de IA al servicio de la humanidad, las personas, las sociedades y el medio ambiente y los ecosistemas, así como prevenir daños»; contempla entre sus objetivos «proporcionar un marco universal de valores, principios y acciones para orientar a los Estados en la formulación de sus leyes, políticas u otros instrumentos relativos a la IA».

Por otro lado, el Consejo de Europa, adoptó, a comienzos del mismo año, la «Recomendación CM/Rec (2020) del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre el impacto de los sistemas algorítmicos en los derechos humanos», el cual reafirma la necesidad de preservar, en el contexto de los sistemas algorítmicos, las normas del Estado de derecho que rigen las relaciones públicas y privadas, tales como la legalidad, la transparencia, la previsibilidad, la rendición de cuentas y la fiscalización. Además, este documento contiene un conjunto de precauciones sobre cómo estos sistemas pueden afectar o afectan los derechos humanos; considera esencial tanto informar a la ciudadanía sobre la utilización de algoritmos en los sistemas automatizados de toma de decisiones como asegurar la transparencia en el diseño del funcionamiento de estos. En definitiva, puede decirse que insta a los Estados miembros a adoptar un enfoque precautorio y preventivo sobre el tema, y exige el rechazo de determinados sistemas cuando su empleo acarree un riesgo de daños irremediables o cuando su supervisión no sea completamente viable.

Seguidamente, en el ámbito de la Unión Europea, también a comienzos del año 2020, se dio a conocer el *Libro Blanco sobre la inteligencia artificial. Un enfoque europeo orientado a la excelencia y la confianza*, donde se fijan alternativas políticas para promover un desarrollo seguro y fiable de la IA, y abordar los riesgos vinculados al uso de esta nueva tecnología, con foco en los valores y derechos fundamentales vigentes en territorio europeo. Hace especial énfasis en que los principales riesgos relacionados con el uso de la inteligencia artificial afectan a la aplicación de las normas diseñadas para proteger los derechos fundamentales, como son la protección de los datos personales, la privacidad y la seguridad, y también lo concerniente a las cuestiones relativas a la responsabilidad civil.

Más recientemente, en el año 2021, se conoció la «Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se aprueban normas armonizadas sobre Inteligencia Artificial (Ley de Inteligencia Artificial) y se modifican determinados actos legislativos de la Unión». Determina lo que será la primera legislación europea sobre IA y está asentada en los valores y en los derechos fundamentales de la UE, antes que en los instrumentos internacionales de derechos humanos; tiene como finalidad principal dar a las personas y a otros usuarios la confianza para adoptar soluciones basadas en IA, al tiempo que anima a los proveedores a desarrollarlas; también

se afirma la idea de que la IA debería desarrollarse como una herramienta para las personas y para el bien de la sociedad con el objetivo de aumentar el bienestar humano.

Finalmente, en el corriente año 2023, la UNESCO instó a todos los países a que implementen sin demora el Marco Ético Mundial sobre la inteligencia artificial, adoptado en 2021 de forma unánime por los 193 Estados miembros del organismo⁸. Este marco normativo busca garantizar la transparencia y la accesibilidad de los algoritmos sobre los que se basan estas tecnologías; advierte, a su vez, la preocupación sobre muchas de las cuestiones éticas que plantean estas innovaciones, en particular la discriminación y los estereotipos, incluida la cuestión de la desigualdad de género, pero también la lucha contra la desinformación, el derecho a la privacidad, la protección de datos personales y los derechos humanos y medioambientales.

Teniendo en cuenta lo descripto hasta el momento en materia de prevención y protección de los derechos humanos, la tendencia se inclina innegablemente hacia una legislación concreta. En este contexto, resultaría importante tener en cuenta los siguientes lineamientos para una eventual normativa federal de consumo referida a IA:

- a. Desarrollar un marco normativo específico que regule el diseño, implementación y monitoreo de sistemas de IA en relación con la recopilación y tratamiento de datos personales, incluidas la obtención de consentimiento informado y la garantía de transparencia en el uso de dicha información.
- b. Promover la educación digital y la concienciación sobre la importancia de la privacidad y la protección de datos personales, así como informar a los usuarios y consumidores sobre los riesgos y responsabilidades asociados al uso de sistemas de IA.
- c. Implementar mecanismos de control y supervisión del cumplimiento de las normativas aplicables a sistemas de IA, así como investigar y sancionar las prácticas abusivas o ilegales en la recopilación y tratamiento de datos personales.
- d. Establecer límites a la responsabilidad del usuario o consumidor a la hora de aportar información a sistemas de IA, especialmente en casos donde se demuestre que el perjuicio o daño sufrido es resultado de prácticas abusivas, negligencia o incumplimiento de las normativas aplicables por parte del proveedor del servicio.

Sin perjuicio de lo expresado, tal normativa merece una conversación profunda entre todas las partes intervinientes, un debate social sereno y una regulación que proteja los intereses de los usuarios y consumidores, y, por supuesto, de la sociedad en general.

⁸ Ver: <https://www.infobae.com/america/mundo/2023/03/30/la-unesco-insto-a-todos-los-paises-a-implementar-sin-demora-el-marco-etico-mundial-sobre-la-inteligencia-artificial/>

Conclusiones y perspectivas futuras

La inteligencia artificial ha revolucionado el consumo de bienes y servicios, y ha generado nuevos desafíos y oportunidades en el ámbito jurídico. Aunque las leyes que conforman la plataforma proteccionista de consumo fueron promulgadas antes de la era de la IA, sus principios y disposiciones siguen siendo relevantes y aplicables en el contexto actual.

Sin embargo, es necesario que el marco legal argentino continúe evolucionando para abordar de manera más efectiva los desafíos emergentes que se plantean. Esto podría incluir la actualización de las leyes existentes o la promulgación de normativa específica destinada a la protección de los derechos de los usuarios y consumidores en el ámbito de la IA a fin de promover una cultura de transparencia, equidad y responsabilidad en el desarrollo y uso de esta clase de tecnología disruptiva.

Referencias

- Constitución de la Nación Argentina: Texto oficial de 1853 con las reformas de 1860, 1866, 1898, 1957 y 1994 ordenado por la Ley 24.430. Tratados internacionales con jerarquía constitucional. Eudeba.
- Comisión Europea (2020). Libro Blanco sobre la inteligencia artificial - un enfoque europeo orientado a la excelencia y la confianza. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0065>
- Consejo de Europa (2020). Recomendación CM/Rec(2020) del Comité de Ministros a los Estados Miembros sobre el impacto de los sistemas algorítmicos en los derechos del hombre. https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016809e1154
- Dictamen del Comité Económico y Social Europeo 2017/C 288/01. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016IE5369&from=BG>
- Infobae (30 de marzo de 2023). La Unesco instó a todos los países a implementar «sin demora» el Marco Ético Mundial sobre la Inteligencia Artificial. <https://www.infobae.com/america/mundo/2023/03/30/la-unesco-into-a-todos-los-paises-a-implementar-sin-demora-el-marco-etico-mundial-sobre-la-inteligencia-artificial/>
- Ley 24.240 sobre Defensa del Consumidor. Régimen legal. Fecha de sanción 22 de septiembre de 1993. Publicada en el Boletín Nacional del 15 de octubre de 1993.
- Ley 26.994. Código Civil y Comercial de la Nación. Publicada en el Boletín Oficial del 8 de octubre de 2014, Número: 32985. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/norma.htm>
- Ley 22.802 sobre Lealtad Comercial. Sancionada el 5 de mayo de 1983. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/19946/texact.htm#:~:text=LEY%20DE%20LEAL->

TAD%20COMERCIAL%20.%20LEY%20N%C2%BA%2022.802.,recursos.%20Buenos%20Aires%2C%205%20de%20mayo%20de%201983.

Ley 25.156 sobre Defensa de la Competencia. Sancionada el 25 de agosto de 1999. https://www.vicentelopez.gov.ar/sec_gobierno/files/Ley25156.pdf#:~:text=LEY%2025156%20LEY%20DE%20DEFENSA%20DE%20LA%20COMPETENCIA,efecto%20limitar%2C%20restringir%2C%20falsear%20o%20distorsionar%20la%20competencia

Magnuson, W. (2020). Artificial Financial Intelligence. *The Harvard Business Law Review*, 10(2), 337-342.

Markovic, M. (2019). Rise of Robot Lawyers, *Arizona Law Review*, 61, 325-329.

Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. World Economic Forum – Debate, versión castellana de Ed. Penguin Random House Group, Editorial SAU.

Parlamento Europeo (2021). Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se aprueban normas armonizadas sobre Inteligencia Artificial (Ley de Inteligencia Artificial) y se modifican determinados actos legislativos de la Unión. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52021PC0206>

UNESCO (2020). Anteproyecto de recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373434_spa

Vorms, M. (2021). Bayes y los sesgos. El sesgo de confirmación en cuestión. *Revista de Metafísica y Moral*, 112(4), 567-590.