

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

Dra. Vanesa N. Spano

Maestría en Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías - UNIVERSIDAD AUSTRAL

En 2019, un reconocido programador estadounidense denunció públicamente que la tarjeta Apple Card, emitida junto a Goldman Sachs, había otorgado a su esposa un límite de crédito veinte veces menor que el suyo, a pesar de compartir patrimonio y obligaciones fiscales. La respuesta oficial se limitó a señalar que la evaluación se había realizado mediante un “algoritmo”, sin brindar mayores detalles. Este caso, que rápidamente se viralizó, expuso los riesgos de las decisiones automatizadas y la opacidad que caracteriza a muchos sistemas basados en inteligencia artificial.

La expansión acelerada de la inteligencia artificial (IA) en múltiples industrias ha transformado la forma en que las empresas interactúan con los consumidores. Hoy, decisiones clave como la concesión de créditos, el cálculo de primas de seguros, la fijación dinámica de precios y la priorización de servicios pueden estar mediadas —o incluso determinadas en su totalidad— por sistemas automatizados basados en IA.

Estos sistemas, alimentados por grandes volúmenes de datos - *datasets* - y dirigidos mediante instrucciones precisas - *prompts* -, generan resultados - *outputs* - que afectan de forma directa los derechos de los consumidores. Sin embargo, la opacidad inherente a los modelos de IA, sumada a la falta de un marco normativo exclusivo, genera un escenario de

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

profunda asimetría: el consumidor muchas veces desconoce cómo se toman estas decisiones, sobre qué datos se basan y qué sesgos pueden estar presentes.

Si el output es el resultado de un dataset sesgado y un prompt poco transparente, ¿quién responde por la decisión? ¿Cómo se protege el derecho del consumidor a un trato equitativo, a la información y a la privacidad?

Vivimos en lo que Micaela Mantegna denomina una “sociedad algorítmica”: un entorno en el que gran parte de nuestras interacciones y oportunidades se determinan a partir de datos masivos (a veces pueden resultar poco confiables, incluso) y fórmulas invisibles. La IA mira los datos del pasado para construir futuros hipotéticos, valiéndose de correlaciones ocultas en los datos para clasificar, predecir y decidir. Este “truco estadístico” promete eficiencia y personalización, pero también encierra peligros significativos: la reproducción de sesgos, la discriminación indirecta, y la negación de derechos básicos como la información y el trato equitativo.

La IA no es infalible ni neutral, y mucho menos completamente autónoma. Por el contrario, su funcionamiento depende de datasets cuya calidad y composición rara vez son transparentes para el consumidor, y de prompts que guían los resultados finales no necesariamente como se espera. A ello se suma la llamada “caja negra” como explica Mantegna “...parte de los impactos sociales negativos de la IA se derivan de la cualidad de desarrollos de “caja negra”, en el sentido de dispositivos que toman decisiones sobre las cuales no tenemos acceso a analizar cómo fueron alcanzadas. Estas cajas negras determinan la opacidad de los sistemas, que puede ser técnica o legal, cuando dispositivos contractuales o de propiedad intelectual impiden el acceso.”¹, refiriéndose a la

¹ Micaela Mantegna, *ARTEficial: Creatividad, Inteligencia Artificial y Derecho de Autor*, EUDEBA, Buenos Aires, 2022, p. 30

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

imposibilidad técnica o legal de conocer cómo se alcanzaron ciertas decisiones, lo que refuerza la asimetría entre empresas y usuarios.

En Argentina, donde aún no existe un marco regulatorio específico para IA, estas problemáticas se potencian. Las normas vigentes —como la Ley de Derecho de Autor 11.723 y la Ley 25.326 de Protección de Datos Personales se entienden a la fecha como lo más cercano a un marco regulatorio, y sumamos para este caso la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor — resultan insuficientes para abordar los desafíos que plantea la automatización de decisiones en el ámbito del consumo.

A partir de esta tensión entre innovación y protección de derechos, surgen preguntas centrales: ¿Cómo garantizar un uso ético y transparente de los datos personales en un entorno algorítmico? ¿Es posible proteger al consumidor frente a outputs que no entiende ni puede cuestionar? ¿Qué rol deben asumir los abogados y el sistema jurídico frente a este nuevo paradigma?

Este artículo propone analizar la relación entre IA, datasets, prompts y outputs desde la perspectiva de los consumidores, subrayando la urgencia de un marco regulatorio que asegure la transparencia y la ética en el uso de datos personales en Argentina. Asimismo, se explorarán propuestas normativas y contractuales, que permitan repensar el rol de la abogacía y fortalecer la defensa de los derechos fundamentales en la sociedad algorítmica.

El origen del problema

El dataset es el punto de partida indispensable de cualquier sistema de IA, conformado por el conjunto de datos históricos con el que el modelo es entrenado y alimentado. Como expone Mantegna, la IA “mira al pasado para construir un futuro hipotético”, apoyándose en correlaciones muchas veces invisibles para el consumidor corriente quien desconoce no

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

solo los datos empleados, sino también los criterios de selección y ponderación de esos datos. En palabras de la autora, *"la magia de la automatización es un truco estadístico"* que, lejos de ser neutro, puede reproducir y amplificar sesgos presentes en los datos originales.

¿Ahora bien, de dónde provienen estos datos masivos que nutren a la inteligencia artificial? Aunque existen datos no personales —como el valor actual del dólar—, estos no explican por sí solos el exponencial aumento del volumen global de datos. Gran parte de esta expansión se debe al incremento en la capacidad de dispositivos móviles y computadoras, y la tecnología que mientras escribo estas líneas se encuentra desarrollándose. A ello se suma la constante interacción de los consumidores en redes sociales, aplicaciones y plataformas digitales, donde se generan datos de forma activa (al completar un formulario, realizar una compra o dejar una reseña) y también de manera pasiva (mediante el tiempo que tardamos en interactuar, la ubicación del cursor o los clics realizados). Este ecosistema de captura permanente y silenciosa no solo alimenta la IA, sino que profundiza la opacidad y refuerza la asimetría informativa entre consumidores y proveedores.

Esto la convierte en una herramienta esencialmente predictiva, pero también potencialmente sesgada y discriminatoria.

A su vez, el prompt funciona como la instrucción humana que dirige el modelo hacia un objetivo concreto. Aunque pueda parecer una simple orden, el prompt condiciona directamente el output final: funciona como un verdadero “acto creativo”, ya que determina qué decide la IA, cómo lo decide y en beneficio (o perjuicio) de quién. Es por esto que, el prompt es un elemento necesario para poder arribar a un output. Tal es así que podríamos preguntarnos, ¿cuál es su grado de relevancia en el resultado final?

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

Para el caso de los consumidores, la falta de transparencia sobre el dataset y el prompt implica que la persona afectada no pueda comprender ni cuestionar el resultado, vulnerando de este modo, el derecho a la información (A4 Ley 24.240) y al consentimiento informado (A5 Ley 25.326). Aunque en teoría una persona podría negarse a que sus datos integren un dataset, en la práctica no existe forma efectiva de saber si se está incluido ni de ejercer control real sobre su posterior utilización, afectando el principio de autodeterminación informativa.

Desde un punto de vista jurídico, tanto el Reglamento de IA de la Unión Europea (2024) como la Disposición 2/2023 de la Subsecretaría de Tecnologías de la Información, en Argentina, definen la inteligencia artificial como un sistema basado en máquinas, diseñado para procesar datos y generar información o resultados que influyen en el entorno. Esta definición técnica y legal refuerza la necesidad de revisar los mecanismos actuales de consentimiento y control, especialmente en contextos de consumo masivo.

Este escenario revela entonces, la importancia de repensar la IA desde una perspectiva ética y de transparencia real, palpable y por qué no, democrática. La falta de información clara y de control sobre los datos utilizados refuerza la asimetría entre proveedores - como bancos, plataformas de e-commerce, apps de movilidad o aseguradoras, por citar algunos ejemplos - y consumidores, y plantea la urgente necesidad de un equilibrio entre innovación y protección de derechos. De este modo, queda expuesto y clara la urgencia por establecer límites y principios básicos para un uso responsable de la inteligencia artificial en el ámbito del consumo.

Entre la predicción y la discriminación

El output —resultado final generado por la IA, tal como lo mencionamos previamente— no sólo puede consistir en una recomendación de producto o en el precio de un pasaje aéreo

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

que llega a través de un alerta por Turismocity a tu teléfono o email. Puede ser la denegación de un crédito, la exclusión de una promoción, o la asignación de un puntaje que condiciona el acceso a un servicio esencial.

Casos como el de “Apple Card” (NYDFS 2019/21) ilustran cómo los “outputs opacos” pueden generar discriminación, incluso sin intención expresa. En Argentina, las fintech que usan IA para scoring crediticio representan un riesgo similar: el consumidor rara vez comprende por qué se le asigna determinada tasa o se le niega el crédito, por qué no se le otorga una tarjeta de crédito al solicitarla por la web de la entidad bancaria, entre tantos casos, donde el consumidor podría considerarse discriminado, por ejemplo, no solo financieramente sino incluso en función de su domicilio, por no haberse alimentado el dataset con datos suficientemente diversos.

En el ámbito del consumo y los servicios, la aplicación de sistemas de IA puede reproducir y profundizar sesgos estructurales vinculados al género y a la clase social. La UNESCO, en su Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial (2021), destaca la necesidad de mitigar al máximo los sesgos y evitar reforzar patrones de discriminación existentes. Además, subraya la importancia de realizar evaluaciones éticas integrales y abiertas, incorporando mecanismos de supervisión, trazabilidad y posibilidad de auditoría pública.

En consonancia, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea establece en su A15 el derecho de los individuos a conocer si están sujetos a decisiones automatizadas, así como a recibir información sustancial sobre la lógica aplicada y sus posibles consecuencias, fortaleciendo la protección frente a tratamientos discriminatorios y fomentando la transparencia algorítmica.

Informes como *“Incidencia de la Inteligencia Artificial en las relaciones de consumo”*, elaborado por la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo,

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

dependiente de la Secretaría de Comercio Interior, destacan que estos sistemas “despersonalizan” la relación de consumo y comprometen el derecho al trato equitativo (A8 bis Ley 24.240). Además, la “*caja negra*” —la falta de acceso al razonamiento del algoritmo— intensifica esta vulnerabilidad.

En Argentina, prácticas como el scoring crediticio opaco de fintechs o los precios dinámicos en plataformas de e-commerce basados en historial de navegación, ubicación o poder adquisitivo inferido, muestran la misma lógica: algoritmos que toman decisiones sin informar de forma clara al usuario, generando, por ejemplo, diferencias significativas en el precio final por el mismo producto o servicio. La Subsecretaría de Defensa del Consumidor ha advertido que estas estrategias podrían vulnerar el derecho a la información (A4 Ley 24.240) y el trato equitativo y digno (A8 bis Ley 24.240), como ejemplificamos previamente.

Asimismo, la influencia que ejercen el dataset y el prompt sobre el output puede derivar en resultados riesgosos, como pueden ser, generados a partir de datos plagiados o información personal recolectada de manera irregular, que podrían incluso vulnerar derechos de autor y privacidad. A esto se suma la cuestión de la responsabilidad: si el agente de IA se independizara de su creador y actuara de forma autónoma, quién debe responder por los daños? El A40 de la Ley 24.240 establece la responsabilidad solidaria del proveedor frente al consumidor, brindando un punto de partida relevante, aunque ciertamente insuficiente frente a estos nuevos desafíos tecnológicos.

Tal como señala Mantegna, *“la inteligencia artificial se utiliza para intentar predecir o clasificar elementos futuros. Para esto, se basa en datos que ya conoce y trata de inferir aquello que desconoce”*.² De este modo, se alimenta de grandes volúmenes de datos,

² Micaela Mantegna, *ARTEficial: Creatividad, Inteligencia Artificial y Derecho de Autor*, EUDEBA, Buenos Aires, 2022, p. 31

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

muchos de ellos recolectados de forma pasiva, desde recomendaciones personalizadas de productos, chatbots, hasta la generación de imágenes y videos, la IA ya está siendo utilizada en el mundo del consumo, en la mayoría de las plataformas masivas y grandes marcas. Cada vez que navegamos, scrolleamos en redes o interactuamos con plataformas, generamos información que luego alimenta estos modelos. Si bien la mayoría de ellas describen la utilización de datos en sus términos y condiciones, la falta de lectura (ciertamente el 99% de los usuarios y consumidores no leen los términos y condiciones, sino que clickean OK sin saber dónde se están metiendo o qué información puedan estar entregando) y la complejidad técnica, refuerzan la falta de transparencia efectiva. De este modo, el consumidor sigue sin comprender realmente cómo se usan sus datos ni cómo impactan en las decisiones automatizadas que lo afectan.

Estas innovaciones presentan resultados sorprendentes, pero también plantean desafíos jurídicos y éticos profundos: cómo garantizar que el output no discrimine ni vulnere derechos, y cómo proteger al consumidor frente a sistemas que operan bajo lógicas invisibles. Este escenario refuerza la necesidad de avanzar hacia marcos regulatorios y principios de IA responsable alineados con la Ley 24.240, donde la información clara y el trato equitativo sean pilares fundamentales.

El marco legal argentino frente a la IA

Si bien en Argentina las leyes 24.240 de Defensa del Consumidor y 25.326 de Protección de Datos Personales, contienen principios generales aplicables —como el derecho a la información, el consentimiento informado y el trato digno—, todavía no existe un marco normativo específico que regule la inteligencia artificial ni las decisiones automatizadas.

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

A diferencia del GDPR europeo, que en su A22 otorga a toda persona el derecho a no ser sometida a decisiones basadas únicamente en un tratamiento automatizado y sin intervención humana, la normativa argentina solo prevé en el artículo 20 de la Ley 25.326 esta limitación para decisiones de carácter administrativo o judicial, y no para el ámbito comercial o de consumo. Este vacío normativo deja a los consumidores argentinos en una situación de gran vulnerabilidad: no cuentan con un derecho claro a exigir explicaciones, a solicitar la intervención humana, ni a cuestionar las decisiones automatizadas que los afectan directamente.

Actualmente, como ya mencionamos, el "marco regulatorio" aplicable a IA se reduce a una combinación de normas preexistentes: la Ley 11.723 de Propiedad Intelectual y la Ley 25.326, sin previsiones específicas que contemplen el uso masivo de datos, los sesgos algorítmicos o la responsabilidad por daños derivados de outputs automatizados.

En esta línea, la interpretación contractual adquiere un papel clave: la necesidad de prever cláusulas claras que regulen el uso de IA y datos personales, en sintonía con la visión de Richard Susskind, quien sostiene que los abogados del futuro deberán participar activamente en el diseño y la supervisión de sistemas jurídicos y tecnológicos, actuando no sólo como asesores, sino como arquitectos de estándares legales y éticos³.

Aunque grandes plataformas tecnológicas han comenzado a implementar mecanismos para moderar contenidos generados por IA —como algoritmos para detectar videos falsos, etiquetas de advertencia o bloqueo de cuentas denunciadas—, el problema dista de estar resuelto. Estas medidas, si bien representan un avance, no eliminan por completo los riesgos asociados al uso masivo de sistemas automatizados, especialmente en lo que respecta a la protección del consumidor. En este contexto, las ciberestafas por ejemplo,

³ Richard Susskind, *The End of Lawyers? Rethinking the Nature of Legal Services*, Oxford University Press, Oxford, 2008, pp. 271–272

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

emergen como un fenómeno creciente y preocupante: la combinación de IA, datos personales y la opacidad de los procesos algorítmicos facilita escenarios de manipulación y fraude. Por ello, la clave sigue siendo la concientización del usuario, junto con la implementación de medidas jurídicas y técnicas que garanticen un entorno digital seguro, transparente y respetuoso en sus derechos.

Finalmente, resulta relevante mencionar que en 2024 se presentaron en el Congreso Nacional diferentes proyectos legislativos orientados a regular la IA en Argentina. Estos proyectos, aún en debate, proponen la creación de un marco específico para la protección de datos personales utilizados en IA, la obligación de informar al consumidor cuando intervengan decisiones automatizadas, y la incorporación de instancias de revisión humana. Si bien representan un avance, todavía falta un consenso definitivo que logre convertir estas iniciativas en una norma efectiva y aplicable.

Hacia un marco regulatorio: propuestas y el rol del abogado

La necesidad de un marco regulatorio específico para la inteligencia artificial se vuelve cada día más urgente, especialmente en el ámbito del consumo. A diferencia de otras tecnologías, la IA evoluciona a un ritmo exponencial y su capacidad de aprender y adaptarse en cuestión de horas la convierte en una herramienta poderosa pero también riesgosa. Hoy, ya no siempre resulta posible distinguir si una interacción es con un ser humano o con un bot, ni comprender con claridad cuándo una recomendación, un precio dinámico o incluso una respuesta de servicio al cliente ha sido generada de manera automatizada. Esta opacidad no solo incrementa el riesgo de ciberestafas y fraudes, sino que también profundiza la vulnerabilidad del consumidor

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

frente a estrategias de manipulación emocional o psicológica, especialmente en plataformas masivas y redes sociales.

La cultura digital contemporánea se ha transformado en un entorno *IA-dependiente*, donde el consumidor interactúa constantemente con sistemas inteligentes que analizan y direccionan su comportamiento. Esta dependencia fomenta patrones de consumo impulsivos y refuerza la sensación de inmediatez, llevando al usuario a permanecer "cautivo" en las plataformas y a confiar, muchas veces sin cuestionamiento, en recomendaciones y servicios automatizados.

En este contexto, el consumidor se enfrenta a un escenario en el que sus datos son utilizados para predecir, influir y, en ocasiones, manipular sus decisiones sin su conocimiento real ni consentimiento efectivo.

Por todo ello, un marco regulatorio sólido y actualizado no solo debe contemplar principios técnicos como la transparencia o accesibilidad, sino también garantizar el respeto por la autonomía y la libertad de elección del consumidor, preservándolo y asegurando que la tecnología sea una herramienta utilizada de manera ética y segura.

La regulación de la inteligencia artificial y sus impactos en el consumo es responsabilidad principal del Poder Legislativo. Sin embargo, el ejercicio de la abogacía enfrenta hoy el desafío de diseñar herramientas contractuales en conjunto con marcos normativos que mitiguen los riesgos (y consecuencias?) de la IA. Como destaca Richard Susskind en *"The End of Lawyers?"*, el abogado contemporáneo ya no puede limitarse a litigar o redactar contratos estáticos: el abogado contemporáneo se proyecta como un "auditor ético y técnico", encargado de anticipar riesgos, interpretar normas y diseñar estrategias jurídicas que protejan los derechos fundamentales, para este caso, de los consumidores. Esto implica prever cláusulas

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

contractuales claras, verificar la legalidad y procedencia de los datasets utilizados, e incorporar mecanismos efectivos de supervisión humana en los procesos automatizados.

De este modo, el abogado facilita la implementación práctica de la norma y acompaña a empresas y usuarios a transitar un entorno digital cada vez más complejo y dependiente de la IA. Su rol es esencial para traducir principios como la transparencia y la ética en herramientas jurídicas concretas y operativas, alineándose con el nuevo paradigma de la sociedad algorítmica.

En este sentido, algunos lineamientos prácticos que podrían incorporarse incluyen: *Cláusulas contractuales específicas* que obliguen a informar al consumidor sobre la intervención de sistemas automatizados y la lógica general aplicada, *revisión humana obligatoria* en decisiones que afecten derechos sensibles o tengan un impacto económico relevante ("human in the loop"), *obligaciones de rendición de cuentas (accountability)* y mecanismos ágiles de reclamo y revisión para los consumidores, y *protocolos de transparencia y comprensión significativa* que permitan al consumidor entender el funcionamiento general del sistema sin comprometer a la industria, inspirados en el principio ético de apertura de la "caja negra".

En este sentido, el concepto de IA confiable plantea que un sistema no solo debe ser lícito, sino también ético y robusto. La pregunta clave surge: Es lícita? Sí. Es ética? No siempre. Por ejemplo, la utilización de algoritmos para mantener al consumidor dentro de una web y estimular compras innecesarias (dark patterns o nudging) pone en evidencia la distancia entre legalidad y ética. Hoy se puede decir que se encuentra en desarrollo un proyecto de ley orientado a regular el uso de IA en relaciones de consumo. Esta iniciativa propone: Informar al consumidor cuando se utilice IA para tomar decisiones, proveer explicaciones claras sobre la lógica algorítmica y los datos empleados, garantizar la ausencia de sesgos

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

discriminatorios por género, raza u orientación sexual, determinar la responsabilidad por daños causados por decisiones automatizadas. Siendo que el A20 de la Ley 25.326 —que solo prohíbe decisiones automatizadas sin revisión humana en el ámbito administrativo o judicial— resulta claramente insuficiente para proteger al consumidor en el mercado actual.

Finalmente, muchas empresas han comenzado a desarrollar principios básicos para una IA responsable, buscando promover sistemas éticos, transparentes y equitativos. Aunque no son uniformes, suelen coincidir en varios puntos transversales: privacidad, responsabilidad demostrada, seguridad y protección, equidad y no discriminación, transparencia, control humano de la tecnología, responsabilidad profesional y promoción de valores humanos.

Conclusión

La inteligencia artificial promete eficiencia, personalización y nuevas experiencias (la gran mayoría de usuarios ya hemos caído en la tentación de testearla al menos), pero también introduce riesgos significativos para los consumidores, especialmente en un entorno digital cada vez más *IA-dependiente*. Sin un marco normativo claro y sin principios éticos sólidos, la IA puede consolidar desigualdades, profundizar sesgos y debilitar derechos básicos como la privacidad, la información y el trato equitativo.

La urgencia de repensar la regulación argentina resulta clave: es necesario garantizar la autonomía y la libertad de elección del consumidor, además de fortalecer herramientas legales que aseguren entornos digitales seguros y transparentes. En este escenario, la abogacía no debe limitarse a interpretar normas, sino asumir un rol proactivo y transformador, actuando como garante ético y técnico de los derechos fundamentales, tal como propone Susskind.

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

Conforme propone Mantegna, hemos pasado de una sociedad de la información a una sociedad algorítmica, donde las decisiones se toman a partir de datos y correlaciones invisibles para el consumidor. La IA no es infalible ni neutral, lo que refuerza la necesidad de control humano y de exigencias de transparencia real.

Podemos cuestionarnos interrogantes tales como: es la inteligencia artificial una herramienta creativa y novedosa, o una amenaza existencial? Quizás la respuesta dependa, en última instancia, de cómo decidamos regularla, usarla y controlarla colectivamente.

En definitiva, la inteligencia artificial representa un fenómeno en continua y creciente expansión, destinado a cambiar la historia en términos de relaciones y sus modos de extracción, producción, comercialización, consumo y descarte. Esta tecnología ha dejado de ser un elemento accesorio para convertirse en un componente constitutivo e imprescindible de la sociedad. Frente a esta nueva y compleja realidad, emergen retos y dilemas urgentes. En el ámbito del consumo, debemos considerar a un consumidor permanentemente expuesto a esta nueva cotidianeidad, donde la incidencia de la inteligencia artificial tendrá cada vez mayor impacto y exigirá respuestas jurídicas y éticas acordes a los desafíos actuales.

Vanesa Nahir Spano - Abogada

Especialista en Derecho de Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías

Docente Titular de "Derecho de la Propiedad Intelectual e Industrial" en la Universidad de la Marina Mercante

Maestría en Derecho de Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías (Universidad Austral)

Diplomada en Propiedad Intelectual (UMSA)

Diplomada en Derecho e Innovación (UNT)

Diplomada en Tutela Judicial del Derecho a la Salud (UMSA)

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Mantegna, Micaela. *ARTEficial: Creatividad, Inteligencia Artificial y Derecho de Autor*, EUDEBA, Buenos Aires, 2022
- Susskind, Richard. *The End of Lawyers? Rethinking the Nature of Legal Services*. Oxford: Oxford University Press, 2008

DECISIONES AUTOMATIZADAS, TRANSPARENCIA Y DERECHOS: UN ANÁLISIS SOBRE IA Y CONSUMO EN ARGENTINA

- Gisela Martina LUSKI, *Derecho del Comercio Electrónico*, Universidad Austral Ediciones, Buenos Aires, 2023
- Juan Dario VELTANI, *Aspectos jurídicos de las aplicaciones de plataforma*, Thomson Reuters - La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2020
- Secretaría de Industria y Comercio, Ministerio de Economía. “*Incidencia de la Inteligencia Artificial en las relaciones de consumo*”, Argentina, Abril 2025
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/iaayconsumo_.pdf
- Quipildor Rocha, Pilar. “*Los riesgos del sesgo algorítmico en la IA y su impacto en el derecho del consumidor*”. www.saij.gob.ar, Argentina, Abril 2025
https://www.saij.gob.ar/pilar-quipildor-rocha-riesgos-sesgo-algoritmico-ia-su-impacto-derecho-consumidor-dacf250037-2025-04-15/123456789-0abc-defg7300-52fcani rtcod?f=Total%7CFecha%7CEstado+de+Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema%2FDerecho+comercial%5B3%2C1%5D%7COrganismo%5B5%2C1%5D%7CAutor%5B5%2C1%5D%7CJurisdicci%EF%BF%BDn%5B5%2C1%5D%7CTribunal%5B5%2C1%5D%7CPublicaci%EF%BF%BDn%5B5%2C1%5D%7CColecci%EF%BF%BDn+tem%EF%BF%BDtica%5B5%2C1%5D%7CTipo+de+Documento%2FDoc trina&o=21&t=1109&utm_source=chatgpt.com
- UNESCO. *Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial*. París, 2021.
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016 (RGPD).