



Universidad de Buenos Aires
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

SEMINARIO del Programa de Actualización de Posgrado “Inteligencia artificial desde una perspectiva humanística”

Inteligencia artificial y consumo

Docente a cargo: **Dr. Tomás Balmaceda**

Carga horaria: 16hs.

Cuatrimestre, año: 2do, 2024

Fundamentación

La omnipresencia de la tecnología digital en nuestra vida cotidiana tiene el paradójico efecto de haberla convertido, en ocasiones, en invisible. Sin embargo, cuando se reflexiona sobre el rol que tienen las redes sociales y los dispositivos conectados a Internet descubrimos numerosos desafíos para la sociedad actual, ya que influyen en la forma en que interactuamos, trabajamos y vivimos.

Uno de los principales retos es la privacidad y la seguridad de los datos. Las redes sociales y los dispositivos conectados recopilan cantidades masivas de información personal, desde patrones de comportamiento hasta datos biométricos. Existe un riesgo significativo de que esta información se filtre o se utilice de manera inapropiada, violando la privacidad de los usuarios. La pandemia producida por el virus del COVID-19 resultó ser un caso testigo de las consecuencias de una acción no planificada.

Otro desafío es el impacto en las relaciones humanas. Si bien las redes sociales facilitan la conexión, también pueden fomentar el aislamiento social y la falta de interacciones significativas cara a cara. Además, la naturaleza adictiva de estas plataformas puede llevar a la gente a priorizar sus vidas en línea sobre las relaciones del mundo real.

La recopilación masiva de datos por parte de dispositivos wearables e Internet de las cosas también plantea preocupaciones sobre la vigilancia excesiva y el control por parte de gobiernos y corporaciones. Estos datos podrían utilizarse para perfilar

y manipular el comportamiento de los consumidores.

Por último, la dependencia excesiva de la tecnología también es un desafío. A medida que más aspectos de nuestras vidas se vuelven digitales, corremos el riesgo de perder habilidades y convertirnos en rehenes de las compañías tecnológicas.

Objetivos

- Brindar una presentación actualizada y crítica del mapa actual de debates alrededor de las redes sociales, los dispositivos wearables y la Internet de las Cosas desde una perspectiva filosófica.
- Generar una actitud reflexiva en las y los estudiantes para promover decisiones informadas acerca del impacto de estas herramientas en nuestra vida cotidiana y nuestro consumo.
- Propiciar que las y los estudiantes puedan abordar críticamente los temas tratados, respetando cánones de claridad expositiva y argumentativa.
- Vincular estos temas los contenidos vistos en seminarios anteriores y preparar el terreno para los debates en seminarios posteriores

UNIDAD 1: REDES SOCIALES

Contenidos:

Breve historia de las redes sociales. Sociedad de la Exposición. El fin de la ausencia y el olvido. Internet como servicio público. Tristes por diseño. Redes sociales: ¿Oportunidad para la acción colectiva o profundización del individualismo?

Bibliografía obligatoria:

Danesi, C. C. (2022). El imperio de los algoritmos: IA inclusiva, ética y al servicio de la humanidad. Capítulo 5

Lovink, G. (2019). Tristes por diseño: las redes sociales como ideología. Capítulo 4

Vivas, F. (2024). Invisible. La inteligencia artificial en nuestra vida. Capítulo IV

Bibliografía complementaria:

Harcourt, B. E. (2015). Exposed: Desire and disobedience in the digital age. Harvard University Press.

Postman, N. (1985). The disappearance of childhood. Childhood Education, 61(4), 286-293.

Vivas, F. (2021). ¿Cómo piensan las máquinas?: Inteligencia artificial para humanos. Editorial Galerna.

UNIDAD 2 - CULTURA DE LA INFLUENCIA

Contenidos:

Breve historia de la fama digital. Influencia e influencers. Selfies, una nueva manera de construir identidad. Milgram y “El problema del mundo pequeño”. Relaciones parasociales. La cultura de la Influencia y la cultura de la cancelación

Bibliografía obligatoria:

Balmaceda, T., De Paoli, M., & Marengo, J. (2022). Cultura de la influencia: la fuerza suave que está moldeando una nueva sociedad (Vol. 98). Marea Editorial. Capítulo II
Laufer, D. (2017). Influencers y trolls: cómo trabajar en las redes sociales. Sociales en debate, (12).

Zea, D.J. “El mundo es un pañuelo” en Banchemo, M., Bustamante, J. P., Lanzarotti, E., Revuelta, M. V., Teppa, E., Zea, D. J., & Stocchi, N. (2022). Vida. exe: Desafíos y aventuras de la bioinformática. Fondo de Cultura Económica Argentina

Bibliografía complementaria:

Eichhorn, K. (2019). The end of forgetting: Growing up with social media. Harvard University Press.

Flusser, V. (2013). Towards a philosophy of photography. Reaktion Books.

Senft, T. M. (2008). Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks (Vol. 4). Peter Lang.

Wendt, B. (2014). The allure of the selfie: Instagram and the new self-portrait. Institute of Network Cultures.

UNIDAD 3 - ACCESORIOS INTELIGENTES

Contenidos:

“Wearables” y ética. Consentimiento del consumidor, privacidad y ética de los wearables. Inteligencia artificial y salud. El trabajo con datos personales y sensibles. Marco regulatorio local e internacional. Qué sucedió durante la pandemia.

Bibliografía obligatoria:

European Union, 2024 - Configurar el futuro digital de Europa
(<https://digital-strategy.ec.europa.eu/es>) -

Martínez Elebi, C. (2020). Inteligencia artificial y salud. Selección.

Taco Jimenez, A. R. (2022). Dispositivos wearables y los riesgos a la privacidad: una revisión de la literatura. Interfases, 16(016), 215-230.

Bibliografía complementaria:

Angelucci A., Li Z., Stoimenova N., Canali S. The paradox of the artificial intelligence system development process: The use case of corporate wellness programs using smart wearables. AI Soc. 2022;1:1–11. doi: 10.1007/s00146-022-01562-4

Büchi M., Festic N., Latzer M. The Chilling Effects of Digital Dataveillance: A Theoretical Model and an Empirical Research Agenda. *Big Data Soc.* 2022;9:20539517211065368. doi: 10.1177/20539517211065368.

Hänsel K., Wilde N., Haddadi H., Alomainy A. Challenges with Current Wearable Technology in Monitoring Health Data and Providing Positive Behavioural Support. *EAI Endorsed Trans. Future Intell. Educ. Environ.* 2015;2:158–161.

Tu J., Gao W. Ethical Considerations of Wearable Technologies in Human Research. *Adv. Healthc. Mater.* 2021;10:e2100127. doi: 10.1002/adhm.202100127.

UNIDAD 4: TECNOLOGÍA EN NUESTRA CASA

Contenidos:

Internet de las Cosas: una perspectiva ética. Servicios de streaming. Asistentes virtuales y diseño inteligente en el entorno privado. Inteligencia Artificial en el hogar: Vehículos autónomos y robots sociales.

Bibliografía obligatoria:

Castillo, V. A. F., Pin, J. X. B., Calle, J. E. C., & Parrales, C. A. V. (2022). Internet de las cosas y la ética en la manipulación de datos. *Journal TechInnovation*, 1(1), 55-65.

European Union, 2029 La política europea de Internet de las Cosas

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/internet-things-policy>

Martinez, M. G. G. (2020). Implicaciones Éticas del Internet de las Cosas.

Bibliografía complementaria:

Calvo, P. (2019). Democracia algorítmica: consideraciones éticas sobre la dataficación de la esfera pública.

Sanmartín Mendoza, P., Ávila Hernández, K., Vilora Núñez, C., & Jabba Molinares, D. (2016). Internet de las cosas y la salud centrada en el hogar. *Revista Salud Uninorte*, 32(2), 337-351.

Bibliografía general

- Blake, T., Nosko, C., & Tadelis, S. (2015). Consumer heterogeneity and paid search effectiveness: A large-scale field experiment. *Econometrica*, 83(1), 155-174.
- Fernández-Caramés, T., & Fraga-Lamas, P. (2018). Towards the internet of smart clothing: A review on IoT wearables and garments for creating intelligent connected e-textiles. *Electronics*, 7(12), 405.
- Gubbi, J., Buyya, R., Marusic, S., & Palaniswami, M. (2013). Internet of Things (IoT): A vision, architectural elements, and future directions. *Future Generation Computer Systems*, 29(7), 1645-1660.

- Solera-Cotanilla, S., Fúster, J., Pérez, J., Palacios, R., Vega-Barbas, M., Álvarez-Campana, M., & López, G. (2022). Análisis de problemas de seguridad y privacidad en wearables usados por menores. En Actas de las VII Jornadas Nacionales de Investigación en Ciberseguridad (JNIC 2022) (pp. 209-215).
- Udoh, E. S., & Alkharashi, A. (2016). Privacy risk awareness and the behavior of smartwatch users: A case study of Indiana University students. En 2016 Future Technologies Conference (FTC) (pp. 926-931).
- Wells, S. (2019, 17 de julio). How Fitbits, other bluetooth devices make us vulnerable to tracking. The Brink.
- Reardon, J., Feal, Á., Wijesekera, P., Elazari, A., Vallina-Rodriguez, N., & Egelman, S. (2019). 50 ways to leak your data: An exploration of apps' circumvention of the android permissions system. USENIX.
- Dziubinski, K., & Bandai, M. (2020). Your neighbor knows what you're doing: Defending smart home IoT device traffic from privacy LAN attacks. En L. Barolli, F. Amato, F. Moscato, T. Enokido & M. Takizawa (Eds.), Web, Artificial Intelligence and Network Applications. WAINA 2020 (pp. 526-534). Springer.
- Bodacious Strategy Studio (2022) "From Dependence to Independence: the Rise of the Independent Creator"
- Harari, Y. N. (2018). 21 lecciones para el siglo XXI. Debate.
- Chomczyk, A. (2020). El desafío de las identidades digitales para la industria "fintech". In FODERTICS 8.0: estudios sobre tecnologías disruptivas y justicia (pp. 171-182). Comares.
- Comscore, El Estado de Social Media en América Latina
- Debord, G. (1995). La sociedad del espectáculo (p. 168). Buenos Aires: La marca
- Thompson, D. (2017). Hit Makers: How Things Become Popular. Penguin UK.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. Psychiatry, 19(3), 215-229.
- Názaró, A., Crozzoli, F., & Nobell, A. Á. (2019). Comunicación política digital en Instagram: los casos de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri en Argentina. Revista internacional de relaciones públicas, 9(18), 5-28.
- Nymoen, O., & Schmitt, W. M. (2021). Influencer: Die Ideologie der Werbekörper. Suhrkamp Verlag.

Modalidad de cursada:

Las clases se desarrollarán con la modalidad de alternancia entre actividades y referencias a recursos de manera asincrónica y una instancia sincrónico-virtual de desarrollo de conceptos generales, su instanciación, consultas y puesta en común de ideas.

Formas de evaluación:

El seminario se aprueba con un trabajo escrito que unirá los contenidos de este seminario con el de regulación de la IA (puede ser realizada de manera individual o en equipos de hasta 2 estudiantes) cuyo carácter se especificará oportunamente.

El término de presentación del trabajo de cada seminario será de tres meses con derecho a una prórroga por otros tres meses

Requisitos para la aprobación del seminario:

Aprobar el trabajo final del curso con una nota de 4 (cuatro) o superior.