

Incorporación de normas éticas en la regulación de la IA

Pedro Jesús Pérez Zafrilla
Profesor Titular de Filosofía Moral
Universitat de Valencia
p.jesus.perez@uv.es

24 de septiembre de 2025

Reconocimientos

Cátedra Gobernanza y Regulación en la Era Digital. Proyecto 101127331 *GovReDig*.
Financiado por la UE. Las opiniones no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea, ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos

GovReDig



**Financiado por
la Unión Europea**

ÍNDICE

1. Relación entre legislación y valores éticos en la IA.
2. Lógica de funcionamiento de las plataformas.
3. Consciencia de la población sobre sus derechos *online*.
4. Necesidad de garantizar unos derechos *online*.
5. Conexiones entre IA y política.

1. Legislación y valores morales

- ❑ Todo marco normativo asume unos valores morales.
- ❑ La *Ley de inteligencia artificial* de la UE (Título II) prohíbe la manipulación, la publicidad subliminal, el perfilado o el *deep fake* porque estas prácticas violan la autonomía y la dignidad de las personas.
- ❑ El problema reside en cómo regular el uso habitual de la IA para proteger derechos individuales.

2. Cómo funciona el mundo digital

- ❑ Internet no es el mundo feliz que se nos prometió con un acceso a información infinita y disfrute de servicios gratuitos.
- ❑ Google recopila los datos que los usuarios dejan en su rastro por internet.
- ❑ Inicialmente Google empleaba esos datos para mejorar su servicio a los usuarios.
- ❑ Desde 2002 Google vende los datos a otras compañías para hacer llegar publicidad personalizada.
- ❑ Excedente conductual:

Datos de los usuarios que emplean las plataformas: información, comentarios, fotos en redes, *likes*, viajes en Cabify, búsquedas en Google, consumo de Netflix...

Con el análisis de estos datos se traza un perfil, se realizan predicciones conductuales y se vende esa información a empresas para hacer llegar publicidad personalizada.

2. Cómo funciona el mundo digital

- ❑ Zuboff. Estrategia de la desposesión:

- **Incursión:** introducirse en ámbitos no regulados.

- **Seducción:** oferta de un mejor servicio... pero más invasivo.

- **Dependencia:** crear habituación en la ciudadanía.

- ❑ La legislación sobre IA debe conocer esta lógica de funcionamiento del mundo digital.

Pero eso solo no basta...

3. El desconocimiento sobre los derechos *online*

El mundo digital impide a los sujetos ejercer sus derechos *online*:

- ❑ Los contratos *online* son kilométricos y nadie los lee.
- ❑ La población no tiene consciencia de la privacidad *online*.
 - No asociamos la privacidad al mundo digital, donde reina la exposición pública.
 - El diseño de internet fomenta la desprotección de la privacidad: monitorización del estatus, afán de emulación y *likes*.
 - En internet nos exponemos, no nos protegemos.

3. El desconocimiento sobre los derechos *online*

- ❑ No tiene sentido legislar sobre un campo sobre el que los sujetos no tienen consciencia de que pueden ejercer unos derechos.
- ❑ La gente da a “aceptar” en las políticas de privacidad con desconocimiento de sus derechos y del comercio de sus datos.
- ❑ Introducir principios éticos en la IA no puede reducirse a proclamaciones vacías de derechos en *Cartas de derechos digitales*.



4. La necesidad de empoderamiento ciudadano

La legislación no ha de ir dirigida meramente a proteger derechos, sino a empoderar a la ciudadanía en el ejercicio de los mismos.

Reglamento 2016/679 de Protección de Datos de la UE.

Art.1. La reutilización de los datos queda en el limbo.

Art.6. Interés legítimo: ¿cuál es? ¿quién lo decide? ¿para quién? La ley debería fijar que sea el usuario quien ponga las condiciones para el uso de sus datos. Las cookies expropiar nuestros datos.

Art.7. El lenguaje claro no protege si hay desconocimiento.

Art.9. Se prohíbe el perfilado... solo formalmente.

5. IA y política

- ☐ La política no tiene un interés real por limitar el poder de las plataformas.
- ☐ Las plataformas invasivas de la privacidad son un instrumento para la detección de delitos.
- ☐ El excedente conductual es empleado por los políticos para ganar elecciones.
- ☐ Monitorizando las redes sociales se puede detectar el número de abstencionistas en circunscripciones clave y enviarles publicidad segmentada.

Conclusiones

Para regular los datos sanitarios a nivel europeo y proteger los derechos de los sujetos se debe:

- ❑ Conocer la lógica del funcionamiento del mundo digital.
- ❑ Conocer el grado de consciencia de los usuarios sobre sus derechos digitales.
- ❑ Empoderar legalmente a la ciudadanía para el ejercicio de sus derechos.
- ❑ Conocer las conexiones entre IA y política.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

#SOMOS2030