

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN

Inteligencia Artificial: del pasado al futuro

Laura Morán Fernández

Verónica Bolón Canedo

Problemas y perspectivas del Estado constitucional en la era de la Inteligencia Artificial.
Algunas reflexiones desde las ciencias constitucionales

Javier Ruipérez Alamillo

II. DERECHO DE MARCAS

Inteligencia Artificial y Derecho de Marcas: Una visión general

Rafael García Pérez

La incidencia de la Inteligencia Artificial en la figura del consumidor medio y la apreciación del riesgo de confusión

Marta Cernadas Lázare

Análisis de similitud de marcas gráficas mediante técnicas de visión artificial y aprendizaje profundo

Lucía Ramos

Joaquín Carballo

Noelia Barreira

Marcos Ortega

Inteligência artificial e violação da marca

Maria Miguel Carvalho

Algunas reflexiones en torno a las propuestas de normas europeas de armonización en materia de inteligencia artificial y responsabilidad civil

Rafael Colina Garea

Reflexiones sobre las funciones de la marca en la era de la inteligencia artificial

Rafael García Pérez

Tecnología blockchain y organizaciones internacionales: El caso de la Organización MUNDIAL de la Propiedad Intelectual

Jorge Quindimil

La adopción automatizada de resoluciones

Rafael García Pérez

III. DERECHO DE LA COMPETENCIA

Inteligencia artificial al servicio de la publicidad. 30 años de evolución del banner

Xabier Martínez Rolán

Teresa Piñeiro Otero

La publicidad a través de “influencers”

Anxo Tato Plaza

Notas básicas sobre nuevas tecnologías y logística marítima. ¿Cooperación o prácticas anticompetitivas?

Francisco José Torres Pérez

IV. LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN EL METAVERSO

Reflexiones sobre el uso de la marca en el metaverso

Ramón Morral Soldevila

El diseño industrial ante los nuevos retos del metaverso

Sara Louredo Casado