

# ***Deepfakes*, réplicas digitales y futuro del trabajo creativo: desafíos y tendencias regulatorias**

\* \* \* \*

**Michelle Azuaje Pirela**

Universidad Alberto Hurtado

mzuaje@uahurtado.cl

<https://orcid.org/0000-0002-8233-6928>

**Recibido:** 20 de octubre de 2024

**Aceptado:** 29 de noviembre de 2024

## **Resumen**

En este artículo se analiza el impacto de los *deepfakes* y las réplicas digitales en el sector creativo. En particular, se reflexiona sobre las preocupaciones del sector creativo por la posible sustitución de artistas por avatares o personajes sintéticos, así como el uso no autorizado de réplicas digitales, voces e imágenes de artistas para entrenamiento de sistemas de inteligencia artificial (IA) o fines publicitarios. Se examinan casos que permiten ilustrar las complejidades legales de la protección de la voz e imagen frente a los *deepfakes* y las réplicas digitales. Finalmente, el artículo aborda algunas tendencias regulatorias con énfasis en Estados Unidos y la Unión Europea, así como otras propuestas que buscan proteger los derechos de los artistas y el futuro del trabajo en el contexto de la IA.

**Palabras clave:** *deepfakes*, réplicas digitales, propia imagen, propia voz, derecho de publicidad.

## **Deepfakes, Digital Replicas and the Future of Creative Work: Challenges and Regulatory Trends**

### **Abstract**

This article analyzes the impact of deepfakes and digital replicas on the creative sector. It reflects on the creative sector's concerns about the possible replacement

of artists by avatars or synthetic characters, as well as the unauthorized use of digital replicas, voices and images of artists for artificial intelligence (AI) training or advertising purposes. Cases are examined to illustrate the legal complexities of protecting voice and likeness from deepfakes and digital replicas. Finally, the article discusses some regulatory trends with an emphasis on the United States and the European Union, as well as other proposals that seek to protect the rights of artists and the future of work in the context of AI.

**Key words:** deepfakes, digital replicas, likeness, voice, right of publicity.

## Deepfakes, réplicas digitais e o futuro do trabalho criativo: desafios e tendências regulatórias

### Resumo

Este artigo analisa o impacto dos deepfakes e das réplicas digitais no sector criativo. Reflete sobre as preocupações do sector criativo com a possível substituição de artistas por avatares ou personagens sintéticas, bem como com a utilização não autorizada de réplicas digitais, vozes e imagens de artistas para fins de treino de inteligência artificial (IA) ou de publicidade. São examinados casos para ilustrar as complexidades jurídicas da proteção da voz e da imagem contra deepfakes e réplicas digitais. Por último, o artigo discute algumas tendências regulamentares, com ênfase nos Estados Unidos e na União Europeia, bem como outras propostas que visam proteger os direitos dos artistas e o futuro do trabalho no contexto da IA.

**Palavras-chave:** deepfakes, *réplicas digitais*, semelhança, voz, direito de publicidade.

### 1. Introducción<sup>1</sup>

La evolución del subcampo de la inteligencia artificial (en adelante, IA) llamado *deep learning* (aprendizaje profundo) ha traído consigo la posibilidad de crear contenidos sintéticos hiperrealistas conocidos como *deepfakes*. Estos son audios, vídeos o imágenes generadas por algoritmos de aprendizaje profundo que pueden reemplazar el rostro de una persona en un contenido multimedia por otro. Con ellos se crea una ilusión extremadamente realista que puede dar lugar a engaño (Schick, 2020; Azuaje Pirela, 2023a).

---

1 Este trabajo presenta resultados parciales de la ejecución del proyecto ANID Fondecyt Regular N° 1230895, titulado “Los límites a la adopción de decisiones automatizadas en la Administración del Estado (2023-2026)”.

Desde su aparición en el año 2017 hasta 2023, en español se les llamaba también “ultrafalsos” (Munkøe et al., 2022) y “ultrafalsificaciones” (Santisteban Galarza, 2024), pero más recientemente la Ley de Inteligencia Artificial de la Unión Europea (LIA) se refiere a ellos como “ultrasuplantaciones”. En efecto, el artículo 3 N° 60 de la LIA los define como “contenido de imagen, audio o vídeo generado o manipulado por una IA que se asemeja a personas, objetos, lugares, entidades o sucesos reales y que puede inducir a una persona a pensar erróneamente que son auténticos o verídicos”.

Con todos estos términos se refleja que, gracias a la tecnología, existe la posibilidad de crear “replicas digitales”, así como contenidos que pueden hacer parecer que las personas hicieron o dijeron cosas que realmente no sucedieron, pero con resultados hiperrealistas que hacen difícil detectar o distinguir lo real de lo falso. Así, dentro de este concepto podrían comprenderse desde la creación y manipulación de imágenes hasta la clonación de voces o la creación de videos con IA.

En la práctica, puede haber tanto usos positivos como negativos. En cuanto a sus potenciales usos negativos, cabe apuntar que, en sus orígenes, involucraban la creación de contenidos pornográficos no consentidos fundamentalmente relativos a personas famosas (y, en ese sentido, tal vez a “baja escala”). En otros casos involucraban también a figuras del mundo de la política. Sin embargo, ahora existen algunos que involucran la suplantación de identidades tanto de personas famosas como no famosas en diversos contextos, y hasta se han utilizado para cometer fraude o poner a personas comunes y corrientes en contextos pornográficos no consentidos.

Desde otro punto de vista, existen otros tipos de problemas que hacen temer por el futuro de la democracia porque también han sido utilizados con fines políticos y en contextos electorales. En ese sentido, su rápida expansión amenaza con profundizar los problemas de desinformación y con generar otras situaciones indeseadas, tales como la manipulación mediática y electoral, por solo mencionar algunas (Bañuelos Capistrán, 2020, p. 56; Chowdhury, 2024, p. 1). Por eso, tal y como refleja el reporte *The State of deepfakes 2024*, los *deepfakes* se encontraron entre las grandes amenazas del mundo digital en el año 2023 (Sensity AI, 2024).

Entre los usos positivos de las réplicas digitales y los *deepfakes* podrían mencionarse los que tienen un propósito creativo. Por ejemplo, en el mundo del cine pueden ser útiles para aplicar técnicas similares a las ya conocidas imágenes generadas por computadora o *computer generated imagery* (el conocido CGI) para “rejuvenecer” o “revivir” digitalmente a personas fallecidas y poder darle continuidad a una historia. Esto fue lo que ocurrió en la película *Rogue one: A Stars Wars Story*, en la que se hizo la resurrección digital del actor Peter Cushing para interpretar al personaje Gran Moff Tarkin, y también en *Fast and furious 7*, en la que se utilizaron fotogramas anteriores a la muerte del fallecido actor Paul Walker para reconstruir su rostro digitalmente y terminar algunas escenas.

En ese sentido, para el derecho, las réplicas digitales y los *deepfakes* son un fenómeno complejo con varias dimensiones de análisis. Por una parte, no necesariamente todos los usos de estas tecnologías son o pueden ser ilegales o inmorales, pero, por otra parte, existen algunos que plantean importantes cuestiones relacionadas con derechos y garantías, tales como la privacidad, la honra, la propia imagen, la propia voz, la propiedad intelectual, entre otros.

Además, desde la perspectiva del sector creativo, ya se han presentado casos de usos no consentidos que incluyen la clonación de la imagen y la voz de artistas con fines publicitarios e incluso la difusión de estafas extremadamente bien construidas haciéndose pasar por figuras públicas de todo el mundo. Por lo anterior, cabe preguntarse: ¿puede clonarse la voz de un artista sin su consentimiento? ¿Y entrenar sistemas de IA con la voz de alguien que la utiliza como medio de trabajo, también, sin su consentimiento? ¿Qué ocurre con el uso póstumo de tales imágenes? ¿Pueden admitirse usos amparados por la libertad de expresión o la libertad de creación artística? ¿Cómo puede protegerse el trabajo creativo frente a los desafíos de la IA?

El estado de la legislación para hacerles frente a los problemas mencionados varía según la jurisdicción, pero a menudo no están suficientemente actualizadas para abordar ciertos aspectos vinculados con la complejidad de este fenómeno. En este artículo, se analiza solo una de las problemáticas jurídicas asociadas a los *deepfakes* y las réplicas digitales: la que se relaciona con su uso en el sector creativo. En primer lugar, se reflexionará sobre el impacto de los *deepfakes* en

dicho sector y, dentro de ello, por qué debe reflexionarse sobre el futuro del trabajo. Luego se explicará cuáles son algunas de las respuestas que ofrece el derecho frente a la eventual vulneración de algunos derechos fundamentales por medio de *deepfakes*, para finalizar con la determinación de los desafíos de la legislación en vigor por las que se ha querido justificar la necesidad de eventuales nuevas regulaciones para abordar dichas problemáticas.

## **2. Deepfakes, réplicas digitales y el sector creativo**

El sector creativo tiene su origen en la creatividad y el talento humanos. En él pueden encontrarse diversos subsectores, tales como los videojuegos, la música, la ilustración, las artes visuales, el sector audiovisual, las artes escénicas, la animación, el entretenimiento, entre otros. Ellos han sido impactados por la IA en formas diversas. Desde el mundo académico, una de las que más ha llamado la atención ha sido la relacionada con la titularidad de los contenidos (para algunos las “obras”) generadas por la IA (Azuaje Pirela, 2020, pp. 319-342; Guadamuz, 2017, pp. 1-24; Urtubey, 2024, pp. 89-119). Más recientemente, también se han explorado las eventuales infracciones a derechos de autor en el entrenamiento de sistemas de *machine learning* (Guadamuz, 2024a, pp. 111-127; Jiménez Cardona, 2024, pp. 1-11; Ordellín Font, 2023, pp. 185-20). Sin embargo, existen otros tipos de impactos.

Como ocurre en otros ámbitos, los grandes cambios tecnológicos vienen acompañados de grandes transiciones que suelen impactar al mundo laboral. Por eso se teme que en la cuarta revolución industrial ocurra lo mismo (Schwab, 2017). Así, para muchas personas, la mayor preocupación sobre el futuro de la IA se centra en su impacto potencial sobre los puestos de trabajo (Gmyrek et al., 2024, p. 6). Esta preocupación no ha sido ajena al sector creativo.

Si bien los reportes sobre el futuro del trabajo frente a los desafíos de la IA no suelen contener una mención específica para el sector creativo, la transición y los riesgos son reales y deben llamarnos a una reflexión profunda. Por una parte, porque en la actualidad existen aplicaciones (que no solo involucran el uso de IA, sino además otras tecnologías de la cuarta revolución industrial) de apoyo para adqui-

rir “competencias creativas” que son cada vez más solicitadas (como diseño interactivo, animación, IA, redes, datos, publicidad, etc.), y esto ha incrementado el uso del trabajo y las competencias artísticas fuera del sector de las artes y el espectáculo.<sup>2</sup> Por otra parte, porque la irrupción de la IA generativa, las réplicas digitales y los *deepfakes* ofrecen la posibilidad de crear contenidos y recrear o “clonar” imágenes y voces de personas.

Esos otros impactos de la IA en el sector creativo involucran, entonces, el posible reemplazo de artistas por avatares o personajes sintéticos, el uso no consentido de voces para el entrenamiento de sistemas de IA, el eventual uso indiscriminado (no autorizado) de réplicas digitales, así como la “resurrección digital” o el uso póstumo de la imagen de artistas. Así, en virtud de estas transformaciones, existen nuevas oportunidades, pero también cabe cuestionarse si será el sector creativo uno de los más propensos a ser precarizado y si el talento o la interpretación humanas serán reemplazados por contenidos sintéticos y qué hacer al respecto.

En cuanto al reemplazo de artistas por avatares o personajes sintéticos, se está generando toda una nueva industria. Por ejemplo, en el mundo del entretenimiento ya existen *influencers* y presentadores sintéticos que no tienen una existencia real. Es el caso de Alba Renai, del programa *Supervivientes*, y de Aitana López, modelo e *influencer*, en España. Asimismo, empresas como The Clueless ofrecen servicios que prometen reducir costos y transformar proyectos creativos, campañas e imágenes de marca a través de modelos generados con IA. Según publican en su sitio web, “cuando contratas a uno de los

---

2 En el reporte titulado *The Future of Work in the Arts and Entertainment Sector* publicado en el año 2023 por la Organización Mundial del Trabajo se explica cómo las competencias artísticas se están transfiriendo a otros sectores. En ese sentido, lo que podría considerarse como la “clase creativa” se está expandiendo más allá de los límites tradicionales del arte hacia campos “no artísticos”, con “no artistas” trabajando cada vez más en campos artísticos. El reporte recomienda garantizar planes de formación formales e informales para adaptarse a los nuevos modelos y herramientas de aprendizaje e implicar de forma más proactiva a las organizaciones tanto de empresarios como de trabajadores en el apoyo al desarrollo de las competencias y el empleo en el sector (International Labour Organization, 2023, p. 45).

modelos de *The Clueless*, estás abrazando el futuro del modelaje y la creación de contenidos, donde la IA se une a la creatividad para redefinir la narración visual”.<sup>3</sup>

También existen otras posibilidades de crear “clones virtuales” que están al alcance de cualquier persona. Por ejemplo, la nueva red social *Butterflies AI* facilita la interacción entre seres humanos e IA. Esta red cuenta con una función que permite a los usuarios crear personajes de IA, llamados *Butterflies*, que generan automáticamente publicaciones para interactuar en ella.

Igualmente, existen nuevas aplicaciones como Speechify que harían posible prescindir de actores de doblaje. Esto, porque utilizan IA para crear una “sincronización perfecta” en los videos doblados, en varios idiomas y en tiempo real.<sup>4</sup>

En cuanto al uso no autorizado de réplicas digitales de artistas, este puede presentarse de diversas formas. Pensemos en situaciones como la ocurrida a finales del año 2023 en la que fue noticia la indignación del cantante Bad Bunny por la recreación de su voz e imagen que hizo Maury Senpai, creador de FlowGPT, a través de la canción *NostalgIA*,<sup>5</sup> generada utilizando aprendizaje profundo (Azuaje Pirela, 2023b). Al ser consultado sobre su motivación, en una entrevista televisiva señaló, entre otras cosas, que su personaje FlowGPT “es un artista sin egos” y que su intención con él es que “se genere debate porque hay muchos vacíos que van a dañar a los artistas” (T13, 2023).

Asimismo, entre los años 2023 y 2024, figuras reconocidas como Tom Hanks y Scarlett Johansson tuvieron que salir a desmentir avisos publicitarios en los que se reproduce su voz e imagen sin su autorización y sin compensación. En el caso de Tom Hanks, se empleó para ofrecer tratamientos dentales o medicinas “milagrosas” en avisos en los que realmente no participó (*Tom Hanks says AI version of him...*, 2023). Probablemente, la más sonada de este tipo de discusiones se relacione con el uso por parte de Open IA de una voz

---

3 Ver en: <https://www.theclueless.ai>.

4 Ver en: <https://speechify.com/>.

5 El video puede verse en YouTube a través del siguiente enlace: <https://youtu.be/XI9fNaw0rE?si=at77Wb-uYOQfNC5z>.

muy parecida a la de Scarlett Johansson en la asistente virtual Sky de ChatGPT 4.0 en mayo de 2024. Esto es particularmente interesante porque la actriz aduce que fue contactada por OpenAI para licenciar su voz para dicha asistente y ella se negó. A pesar de esto, el parecido de su voz con la de Sky dio lugar a que OpenAI tuviera que salir a negar la imitación en varias oportunidades y terminó por retirarla después del reclamo de la actriz (Guadamuz, 2024b).

### **3. La problemática jurídica detrás del uso no autorizado de la voz y la imagen de artistas**

Más allá de la forma anecdótica en la que se suelen reseñar los casos y ejemplos mencionados en el epígrafe anterior, algunos de ellos encierran verdaderas problemáticas jurídicas. Especialmente el uso comercial no autorizado de la voz y la imagen de los artistas es sensible. No solo porque se relaciona con al menos un derecho fundamental (propia imagen), sino porque, además, su explotación económica o con fines publicitarios impacta o puede impactar en las formas de remuneración que perciben los artistas por sus servicios profesionales y, por ende, en el futuro del trabajo en el sector creativo. Dos demandas recientes presentadas en Estados Unidos y Reino Unido sirven para ilustrar algunas dimensiones de estas discusiones: el caso *Lehrman v Lovo Inc, Class action* y el caso *Tyburn Film Productions Limited v Broughton & Others*, respectivamente.<sup>6</sup>

#### **3.1 Caso *Lehrman v Lovo Inc, Class action***

En mayo de 2024, se presentó en los Tribunales del Distrito Sur de Nueva York una demanda colectiva (*class action*) contra la empresa Lovo Inc. (en adelante, Lovo). Esta es una *startup* que emplea un *software* de IA para permitir crear y editar narraciones de texto a voz en *off* adaptadas de actores reales. La demanda fue presentada por el locutor y actor Paul Lehrman, la actriz de doblaje Linnea Sage y otras personas cuyas voces y/o identidades —dicen— “fueron robadas y

---

6 Aunque debe advertirse que para la fecha de realización de este trabajo no se encontraban resueltas.

utilizadas por Lovo para crear millones de producciones de voz en *off* sin permiso ni compensación adecuada”. Esto se habría realizado a través de “su *software* propietario para apropiarse, adaptar, generar, robar y comercializar las voces de los demandantes”.<sup>7</sup>

En primer lugar, los demandantes aducen la apropiación indebida de sus voces, ya que, a su decir, estas fueron captadas bajo engaño para supuestos proyectos de investigación académica, cuando lo cierto es que se utilizaron para entrenar el programa de IA que ahora comercializan. En segundo lugar, señalan que, al momento de manifestar su consentimiento para participar en la investigación, se informó que su voz se utilizaría para investigar la síntesis de voz con diferentes acentos y voces. A su decir, no se dio mayor detalle sobre lo que dicha síntesis implicaba y no se informó que posteriormente se harían usos comerciales de las voces.

De hecho, en el texto de la demanda, los actores afirman que sus voces se emplearon por Lovo (sin mayores alteraciones) para darle vida a sus personajes digitales Kyle Snow y Sally Coleman. Con ellos, entre otras cosas, habrían realizado avisos publicitarios para ofrecer servicios por suscripción y recaudar millones de dólares en lanzamientos de financiación de capital riesgo.

Sintetizando, los demandantes alegaron que Lovo no tenía derecho a utilizar sus voces, por lo que han sido perjudicados no solo por la apropiación indebida de ellas y la no compensación adecuada, sino también por privarlos del control de su propia imagen a través de actos y prácticas engañosas. La demanda contiene ocho secciones en las cuales se fundamenta la violación de los artículos 50 y 51 de la Ley de Derechos Civiles de Nueva York; de los artículos GBL § 349 y 350 de la Ley de Prácticas Engañosas de Nueva York (sobre publicidad falsa); del artículo 43 de la Ley Lanham, 15 U.S.C. § 1125(a) (sobre competencia desleal y falsa afiliación); enriquecimiento sin causa; interferencia perjudicial en una relación comercial ventajosa y fraude (*Lehrman v Lovo Inc., Class action*. Case 1:24-cv-03770).

En una moción presentada en julio de 2024, Lovo solicitó desestimar la demanda en su totalidad. En la petición se argumenta que carece de fundamento por varias razones. En primer lugar, se alega

---

7 Alegato N° 27 del texto de la demanda (traducción propia).

que la supuesta infracción de la GBL §349 y §350 debe desestimarse porque no han alegado de forma plausible un comportamiento orientado al consumidor, que sean consumidores, que la supuesta conducta indebida ocurriera en Nueva York y una conducta indebida dentro del plazo de prescripción. En segundo lugar, sostienen que los demandantes no han demostrado que sus voces hayan sido utilizadas indebidamente en Nueva York, que las voces generadas por IA no están protegidas por las leyes de derechos civiles y que haya un daño tangible como resultado de las acciones de Lovo, Inc. Asimismo, que no se ajusta a la realidad en varios aspectos y que, en todo caso, la Ley de Derechos Civiles de Nueva York no prohíbe el uso de réplicas digitales de voces de personas vivas. Finalmente, que las otras demandas, incluidas las presentadas en virtud de la Ley Lanham, deben desestimarse porque “no existe una marca registrada para estas voces o las voces en general”.<sup>8</sup>

### **3.2 Caso *Tyburn Film Productions Limited v Broughton & Others***

Este caso gira en torno a la resurrección digital del actor Peter Cushing (fallecido en 1994) para la película *Rogue One*, una secuela de *Star Wars*. Aunque no se trata estrictamente de *deepfakes* (porque se utilizó CGI) y han circulado en internet las más diversas interpretaciones sobre su contenido, lo cierto es que, como advierte el propio juez de la causa, la forma precisa en que se logró tal resurrección no es tan relevante para esta su determinación, como sí lo es el debate jurídico que encierra.<sup>9</sup>

En febrero de 2020, la empresa Tyburn Film Productions Limited (Tyburn), representada por el Sr. Kevin Francis, presentó una demanda contra la sucesión de Cushing, sus agentes en el momento de su muerte (Associated International Management LLP), Lunak Heavy Industries (Lunak) y Lucasfilm.<sup>10</sup> En el texto se argumenta

---

8 Motion to Dismiss the Class Action Complaint. *Lehrman et al v. Lovo, Inc.*, Case No. 1:24-cv-03770 (S.D.N.Y. May 16, 2024), Court Docket.

9 *Tyburn v Broughton & Ors* [2023] EWHC 3247 (Ch).

10 Número de caso IP-2020-000027.

que Tyburn posee los derechos para bloquear cualquier resurrección digital de Peter Cushing hecha sin su consentimiento. Esto se basa en un acuerdo firmado en 1993 entre el demandante, Peter Cushing y *Peter Cushing Productions Ltd* (PCPL).

A su decir, este acuerdo les otorgaba derechos relacionados con la resurrección del actor, lo cual se extiende a un derecho de bloqueo o restricción contra terceros. En virtud de este acuerdo, alega que tiene los derechos exclusivos sobre la representación digital de Cushing, sobre su resurrección digital y que el derecho de bloqueo lo habilita para prohibir su aparición en películas donde no aparezca él en persona. En ese sentido, Tyburn argumenta que los herederos de Cushing, representados por los demandados Broughton & Others, violaron este acuerdo al autorizar la aparición de Cushing en la película *Rogue One*. Asimismo, que los demandados se beneficiaron injustamente de la explotación de su imagen porque la resurrección en *Rogue One* se hizo sin su consentimiento ni pago y, como consecuencia, tal explotación no autorizada de la imagen del actor constituye un enriquecimiento sin causa por parte de los demandados.

Lunak y Lucasfilm solicitaron que se desestimara el caso de manera sumaria. Tal petición fue resuelta en contra en diciembre de 2023<sup>11</sup> por considerar que existen elementos que deben ser ampliados en juicio.

Los demandados argumentan que tienen el derecho de resucitar a Peter Cushing basándose en dos argumentos fundamentales. El primero, la existencia de un acuerdo de 1976 entre Star Wars Productions Ltd y PCPL, que fue firmado antes de la filmación de la primera película de *Star Wars* (1977), donde Cushing interpretó al Gran Moff Tarkin y regulaba la relación entre las partes. También sostienen que dicho acuerdo los autorizaba a hacer copias de la actuación de Cushing, fundamentándose también en el Reglamento 31 sobre derechos de autor y derechos afines de 1996, que establece:

Nuevos derechos: efecto de la autorización previa de copia

31. Cuando antes de la entrada en vigor

(a) el titular o posible titular de derechos de autor sobre una obra

---

11 *Tyburn v Broughton & Ors* [2023] EWHC 3247 (Ch).

literaria, dramática, musical o artística haya autorizado a una persona a realizar una copia de la obra, o  
(b) el titular o futuro titular de los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes sobre una interpretación o ejecución haya autorizado a una persona a realizar una *copia* de una grabación de la interpretación o ejecución, cualquier nuevo derecho en relación con dicha copia corresponderá a la persona autorizada, salvo pacto en contrario.

Sobre este particular, la discusión se centra en la interpretación del término “copia”. Asimismo, argumentan que el acuerdo de 1976 los autorizaba a hacer copias de la actuación de Cushing y, por lo tanto, en aplicación del Reglamento 31, se les transfirieron los derechos necesarios para resucitar al actor. El demandante argumenta que la excepción del Reglamento no se extiende a la resurrección digital.

El segundo argumento se refiere a un acuerdo de 2016 entre Lucasfilm y los albaceas de la herencia de Peter Cushing. Este acuerdo, según los demandados, les transfirió el derecho de resurrección del actor. Por su parte, el demandante argumenta que el acuerdo de 2016 no es válido, ya que la herencia no podía otorgar ese derecho sin su consentimiento debido al acuerdo preexistente de 1993. Así, en el fondo, la discusión se centrará no tanto en la imagen del actor como en los acuerdos invocados por las partes y en si, efectivamente, Tyburn tenía los derechos de bloqueo que invoca y si en virtud de ello debería ser compensado.

#### **4. Algunas formas de protección jurídica a la propia imagen y la voz**

##### **4.1 Protección de la imagen y la voz en el sistema continental**

Aunque en ocasiones se afirma lo contrario, en el sistema continental existen diversas formas para proteger la imagen y la voz de las personas (Prensa Latina, 2024; Prieto, 2018, p. 198). Ellas se extienden también a los artistas, aunque en algunos casos existen alcances diferenciados por el rol que ocupan en la sociedad. Dependiendo del ordenamiento del que se trate, la protección a la propia imagen y la

voz se reconocen con una nomenclatura y alcances diversos; normalmente, bajo la figura de “derechos fundamentales”, “derechos de la personalidad”, “derechos de la persona” o “derechos personalísimos”.

Algunas constituciones como, por ejemplo, la española en su artículo 18 N° 1, consagran expresamente la protección de la propia imagen. En otros casos, como el de Chile la protección no es expresa, pero el derecho a la propia imagen ha sido amparado por los tribunales de justicia en diversas oportunidades por considerarse un derecho implícito en el artículo 19 N° 4 de la Constitución de la República (Nogueira Alcalá, 2007); sin embargo, no existe una ley específica que lo desarrolle.<sup>12</sup> En cuanto a la voz, también existen constituciones que contienen una protección explícita, como lo hace, por ejemplo, la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 66 y también la Constitución Política del Perú en su artículo 2 N° 7.

La propia imagen generalmente es entendida como el conjunto de rasgos físicos que permiten identificar a una persona. Sin embargo, como ha referido antes Nogueira Muñoz (2010), la imagen humana está comprendida por un aspecto material y otro inmaterial. El aspecto material “se relaciona con la figura, representación sensible o signo visible de la persona de cuya imagen se habla y que surge del hecho de que la persona se encuentra en el mundo de forma física” (p. 22), en tanto que el aspecto inmaterial se relaciona con funciones de la significación que dicha imagen posee y se basa en criterios de identidad, individualidad y reconocibilidad. Por eso, el derecho a la propia imagen no se agota en la protección otorgada a los rasgos faciales de una persona, sino que cabe la posibilidad de que vaya más allá de la figura humana y también de que sea reconocida por formas y detalles de otras partes de su cuerpo (Nogueira Muñoz, 2010, pp. 22-32).

---

12 Sin embargo, en el caso de los artistas, el artículo 145 I del Código del trabajo dispone que: “Artículo 145-I.- El uso y explotación comercial de la imagen de los trabajadores de artes y espectáculos, para fines distintos al objeto principal de la prestación de servicios, por parte de sus empleadores, requerirá de su autorización expresa. En cuanto a los beneficios pecuniarios para el trabajador, se estará a lo que se determine en el contrato individual o instrumento colectivo, según corresponda.”

En cuanto a su contenido, de acuerdo con la doctrina, el derecho a la propia imagen presenta una dimensión negativa y otra positiva que le confieren al titular la posibilidad de controlar el uso que se haga de su imagen. La dimensión negativa faculta al titular para excluir la captación, reproducción o publicación de su imagen, en tanto que la positiva se traduce en la autonomía para decidir sobre la difusión de la propia imagen en relación con sus aspectos patrimoniales (Nogueira Muñoz, 2010, pp. 57-59).

En otro orden de ideas, el alcance de protección de la voz depende de lo que se considere como “imagen” por lo que, en ocasiones, es controvertido. En el sentido de que, si se entiende estrictamente a la imagen como una representación física de la figura humana, otros rasgos, incluida la voz, quedarían excluidos (Nogueira Muñoz, 2010, pp. 40-42). Sin embargo, la jurisprudencia también se ha pronunciado en el sentido de precisar que la imagen “es un instrumento básico de identificación y proyección exterior y un factor imprescindible para su propio reconocimiento como individuo”.<sup>13</sup>

En ese sentido, autores como Encabo Vera (2012) consideran que puede incluirse a la voz dentro del derecho a la propia imagen, lo que se justifica en que se trataría de una “imagen acústica”, es decir, la voz de una persona cuando tenga rasgos identificadores propios. Por tal motivo, el citado autor señala que le “parecería acertado referirse a un derecho específico a la protección de la voz propia como derecho de la personalidad de la imagen acústica (como forma)” (p. 133).

En efecto, en el ordenamiento jurídico español, por ejemplo, la voz está contemplada específicamente respecto a mecanismos de protección frente a la utilización para fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga en el artículo 7.6 de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

En todo caso, aunque la protección de la voz es un poco más difusa, difícilmente será inexistente porque, en ocasiones, se le entiende incluida dentro de la propia imagen, en otros casos, se le incluye en otros tipos de derechos (como el de protección de datos personales) y, a veces, se sostiene que debería tratarse como un derecho

---

13 STS 91/2017, 15 de febrero de 2017.

autónomo. En cuanto a este último punto de vista, desde hace varias décadas, otros autores —como por ejemplo Leiva Fernández (1990, pp. 845-854) en Argentina y más, recientemente, Ammerman Yebra (2021, pp. 257-263) en España— han propuesto una configuración del derecho a la voz como derecho autónomo de la personalidad, con un marcado carácter patrimonial y cuya protección debe garantizarse también una vez fallecido su titular. El reconocimiento de la propia voz como derecho autónomo le otorgaría a su titular la facultad de oponerse tanto a su reproducción como a aquellas imitaciones no autorizadas por su titular o por ley que induzcan a confusión.

De acuerdo con lo anterior, en virtud del derecho a la propia imagen y el derecho a la propia voz, en tanto que “derechos de la personalidad” (derechos subjetivos) sus titulares están facultados para impedir que su apariencia física y/o voz sean reproducidas de cualquier manera sin su consentimiento. Adicionalmente, en la actualidad, tanto la imagen como la voz en algunos contextos pueden ser considerados “dato personal” en la medida en que permitan identificar a una persona.<sup>14</sup> Esto implica el deber de tener en cuenta la legislación aplicable a la protección de datos personales, que establece, salvo contadas excepciones, el deber de obtener el consentimiento explícito de las personas para realizar su tratamiento, así como facilitar el ejercicio de ciertos derechos vinculados con ese régimen jurídico (por ejemplo, si se trata de una grabación, dar el acceso a estas).

Finalmente, algunas legislaciones nacionales también protegen a los artistas, intérpretes y ejecutantes por sus interpretaciones y ejecuciones a través de los “derechos conexos” (normalmente establecidos en las leyes de propiedad intelectual o legislación análoga). Estos implican la posibilidad de oponerse a toda distorsión, mutilación u otra modificación de su interpretación o ejecución que cause un

---

14 De acuerdo con el artículo 4 N° 1 del Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea, son datos personales “toda información sobre una persona física identificada o identificable (‘el interesado’); se considerará persona física identificable toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante un identificador, como por ejemplo un nombre, un número de identificación, datos de localización, un identificador en línea o uno o varios elementos propios de la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social de dicha persona”.

daño a su honra o reputación.<sup>15</sup> Así, por ejemplo, si una voz se utiliza en una obra que está protegida por derechos de autor (como una canción), el uso de la IA generativa para transformar, difundir o reproducir esa voz podría infringir los derechos exclusivos de los creadores y también los de los artistas e intérpretes involucrados. La colisión con estos derechos ocurrirá en aquellos casos en los que el uso no autorizado de la voz o la imagen de un artista se realiza en virtud de una interpretación protegida y sin que medie alguna limitación o excepción que habilite para tal uso (como podrían serlo el ejercicio de la libertad de expresión por medio de la sátira o parodia, por ejemplo).

#### 4.2 El *right of publicity* o derecho de publicidad en Estados Unidos

Algunos estados de Estados Unidos de Norteamérica reconocen el *right of publicity* o derecho de publicidad como una categoría vinculada a los derechos de propiedad intelectual. En pocas palabras, este garantiza el derecho a controlar el uso comercial de la propia identidad. Así, protege a las personas contra el uso no autorizado de esta. Por una parte, ofrece la posibilidad de “licenciar” la propia identidad con fines comerciales y, por otra, brinda protección contra la apropiación indebida del nombre, imagen, voz u otros indicios de identidad personal (como apodo, seudónimo, firma o fotografía) con fines comerciales. Por tratarse de derechos establecidos por los estados, pueden existir algunas diferencias en cuanto a su tratamiento. Entre ellas pueden mencionarse tratos particulares en relación con si el derecho sobrevive o no a título póstumo y, en caso afirmativo, por cuánto tiempo y también sobre si el derecho de publicidad es heredable o transferible.

Por eso no siempre quedan claros los límites y alcances de lo que el derecho de publicidad busca proteger. En todo caso, la expansión de los *deepfakes* que afecta negativamente la capacidad de las personas de

---

15 En Chile, véase el Título II de la Ley 17336 de propiedad intelectual y la Ley 20243, que establece normas sobre los derechos morales y patrimoniales de los intérpretes de las ejecuciones artísticas fijadas en formato audiovisual.

proteger su voz e imagen de la apropiación indebida impulsó la presentación de un proyecto de ley federal para hacer frente a estos desafíos.<sup>16</sup>

Ahora bien, en la actualidad, el derecho de publicidad se invoca típicamente para proteger cuatro intereses distintos: el valor de la actuación, el valor comercial de la identidad, la dignidad o la autonomía de la personalidad (Marlan, 2022, pp. 803-866; Post y Rothman, 2020, pp. 86-172). Entre los casos más conocidos en los que se discute sobre los alcances del *right of publicity* se encuentra *Bette Midler v. Ford Motor Company* en 1988 y *White v. Samsung Electronics America, Inc. En 1988, Samsung Electronics America, Inc.*

#### 4.2.1 Caso *Bette Midler v. Ford Motor Company*

Esta gira en torno a la protección de la voz de la artista Better Midler y su uso sin consentimiento para fines comerciales.

En 1985, Ford, junto con la agencia de publicidad Young & Rubicam, lanzó una campaña publicitaria para el Ford Lincoln Mercury utilizando canciones populares de la década de 1970. Con ello se buscaba “conectar emocionalmente con los *yuppies*”, evocando nostalgia por su época universitaria. La agencia intentó contratar a los cantantes originales, pero no lo logró, así que, en varios casos, recurrieron a imitadores. Fue el caso de Bette Midler, una reconocida cantante y actriz. A pesar de que su representante rechazó la oferta de participar en la campaña, la agencia contrató a Ula Hedwig, excorista de Midler, para imitar su voz en la canción *Do You Want to Dance*. La agencia le indicó a Hedwig que querían que sonara exactamente como la grabación original de Midler.

---

16 El 10 de enero de 2024 se presentó ante la Cámara de Representantes de Estados Unidos (U.S. House of Representatives) el proyecto de Ley Federal “No Artificial Intelligence Fake Replicas And Unauthorized Duplications” (No AI FRAUD Act, en inglés). Con él se busca establecer que la imagen y la voz de cada individuo sean derechos de propiedad intelectual transferibles libremente, total o parcialmente, y sin expiración con la muerte del individuo, independientemente de que dichos derechos hayan sido explotados comercialmente por el individuo durante su vida o no. El texto puede consultarse en inglés en: <https://www.congress.gov/bill/118th-congress/house-bill/6943/text/ih?overview=closed&format=xml>.

Este caso plantea la cuestión de si la imitación de la voz de un artista, sin su consentimiento y con fines económicos, puede considerarse una violación de sus derechos. La Corte de Apelaciones del Noveno Circuito de California dictaminó que la voz de una persona famosa, como la de un cantante, es un elemento distintivo de su persona e imagen y, por lo tanto, forma parte de su identidad. Así, imitar la voz de Bette Midler deliberadamente sin su consentimiento expreso con el fin de obtener beneficios comerciales fue considerado ilegal).<sup>17</sup>

#### **4.2.2 *White v. Samsung Electronics America, Inc. En 1988, Samsung Electronics America, Inc***

En 1988, Samsung Electronics America, Inc. publicó una serie de anuncios publicitarios creados por David Deutsch Associates, Inc. Los avisos consistían en mostrar que el uso de un producto Samsung comprado en aquel entonces seguiría funcionando en el siglo XXI. También incluían una predicción humorística sobre futuros escandalosos relacionados con artículos culturales populares en ese momento. Uno de los anuncios promocionaba las grabadoras de vídeo (VCR) de Samsung y mostraba a un robot, de apariencia femenina, con vestido, peluca y joyas diseñado por Deutsch para parecerse a Vanna White, la presentadora del programa de juegos *Wheel of fortune*. De hecho, en el anuncio, el robot está situado delante de un tablero de juego muy parecido al que se utilizaba en el programa. Tenía un pie de foto que decía: “El programa de juegos más antiguo. 2012 d. C.”. A diferencia de otras celebridades utilizadas en la campaña, White no dio su consentimiento para los anuncios ni se le pagó.

Tras la publicación de este anuncio, Vanna White interpuso una demanda contra Samsung y Deutsch ante el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito Central de California. En ella se alegaba la apropiación de su identidad y la violación de: el artículo 3344 del Código Civil de California, el *right of publicity* de California y el artículo 43(a) de la Ley Lanham. El tribunal de distrito dictó

---

17 *Midler v. Ford Motor Co.*, 849 F.2d 460 (9th Cir. 1988).

sentencia sumaria contra White en cada una de sus tres demandas. En ese sentido, el juez de distrito sostuvo que, dado que Samsung no utilizó el nombre, la imagen, la voz o la firma de White, no violó su derecho a la publicidad.<sup>18</sup>

White recurrió ante la Corte de Apelación del Noveno Circuito. Este revocó el fallo del Tribunal de Distrito al considerar que White tenía una causa de acción basada en el valor de su imagen y que Samsung se había apropiado de ella. Samsung alegó que se trataba de una parodia, por tanto, está amparada por la Primera Enmienda, pero tal defensa fue rechazada por la mayoría. En ese sentido, se consideró que las parodias de anuncios se realizan con el propósito de burla. Sin embargo, a pesar de la línea humorística de los anuncios, el mensaje principal busca vender las videograbadoras de Samsung. Así, los espectadores del anuncio podían ver un comercial que evocaba a la demandante en el plató de *Wheel of fortune*, pero beneficiándose de su fama sin pagarle por ello.

Ahora bien, en este caso se planteó un debate interesante a partir del disenso de uno de los jueces. Si bien la mayoría del panel dictaminó que Samsung había violado el derecho de publicidad de White, argumentando que el anuncio evocaba su identidad incluso sin usar su nombre o imagen, el juez Kozinzki disintió, alegando que la decisión era demasiado amplia, violaba la ley federal de derechos de autor y planteaba serias preocupaciones sobre la Primera Enmienda, porque restringía el derecho del público a parodiar a las celebridades y a usar imágenes que evocaran a celebridades sin su permiso. El juez Kozinzki argumentó que el derecho de publicidad no debía extenderse a la protección de la identidad de una persona, ya que esto restringiría el dominio público y obstaculizaría la creatividad. Esta opinión refleja una de las más frecuentes tensiones entre el derecho de autor, los derechos conexos y la libertad de expresión.<sup>19</sup>

---

18 *Vanna White V. Samsung Electronics America, Inc., and David Deutsch Associates, Inc.* No. 90-55840.

19 *Vanna White V. Samsung Electronics America, Inc., and David Deutsch Associates, Inc.* No. 90-55840.

## 5. La lucha contra los *deepfakes* y las réplicas digitales: desafíos y tendencias regulatorias

Como se advirtió al inicio, la lucha contra los *deepfakes* y las réplicas digitales no es una preocupación exclusiva ni del sector creativo ni del derecho. De hecho, la legislación no es la única ni la mejor alternativa para combatir sus efectos negativos o indeseados. En la práctica, si bien las aplicaciones para crearlos son cada vez más sofisticadas, también existen herramientas tecnológicas para detectarlos. A través del uso de algoritmos, del análisis de patrones en los videos, contexto, imágenes, metadatos y audios, es posible hallar inconsistencias que evidencien la manipulación. Por eso existen diversas organizaciones que promueven la creación de herramientas de detección. Por ejemplo, la Universidad de Cornell construyó un gran conjunto de datos de vídeo de intercambio de caras para permitir el entrenamiento de modelos de detección. También organizó el concurso Kaggle DeepFake Detection Challenge con el mismo fin (Dolhansky et al., 2020). Otras herramientas disponibles en el mercado, como Sensity AI,<sup>20</sup> realizan análisis de imágenes y vídeos a nivel de píxel, proporcionando una respuesta binaria real/falsa prácticamente en tiempo real. Asimismo, en mayo de 2024, en el Reino Unido también se lanzó un Deepfake Detection Challenge, que vinculó al Gobierno, policía, academia y otros actores relevantes en la búsqueda de herramientas y formas de detectar los *deepfakes* (Shanks, 2024). Los desafíos del nuevo mundo digital demandan una mayor especialización y recursos materiales/tecnológicos. Así, a pesar de todos estos esfuerzos, cabe cuestionarse si las instituciones cuentan con los insumos y el conocimiento suficientes para hacerles frente a estos problemas.

Con todo, las secciones anteriores ilustran que, aunque con diversos matices y manifestaciones, hoy en día es difícil desconocer que existen formas de protección a la propia imagen y la voz que habilitan incluso para solicitar indemnizaciones en caso de apropiación o uso indebido a través de los *deepfakes* u otras formas de réplicas digitales, pero entonces ¿por qué se suele afirmar que esa protección no es adecuada o suficiente para hacerles frente a los desafíos modernos?

Aunque la clonación digital de artistas no es algo del todo nuevo,

---

20 Ver en: <https://sensity.ai/>.

la IA generativa ofrece nuevas oportunidades de aplicar herramientas más económicas que facilitarían la masificación de contenidos sintéticos creados con o sin consentimiento tanto sobre personas vivas como sobre personas fallecidas. Estas herramientas podrían hacer prescindible la interpretación humana o promover negociaciones injustas. A lo anterior se suma la falta de transparencia en el entrenamiento de los sistemas que hace temer por la pérdida de control sobre rasgos de la propia identidad. De ahí que, en los últimos años, regular el uso de la IA en el mundo del entretenimiento haya sido parte de las preocupaciones de algunos artistas y fue uno de los temas clave en las negociaciones de la huelga del sindicato SAG-AFTRA (siglas en inglés para Screen Actors Guild y American Federation of Television and Radio Artists, respectivamente).

### **5.1 Los acuerdos y proyectos de ley impulsados por SAG-AFTRA**

Entre los años 2023 y 2024, guionistas, actores y otros trabajadores del sector creativo y del mundo del entretenimiento en Estados Unidos han protagonizado diversos movimientos sindicales exigiendo protecciones especiales contra el uso de IA por considerar que existen aspectos relacionados con la redacción de guiones, las réplicas digitales y los *deepfakes* que no siempre encuentran acomodo en la normativa tradicional. Uno de los más importantes fue liderado por actores y guionistas preocupados por el eventual uso indiscriminado de guiones generados por IA y también para exigir protecciones frente a las réplicas digitales de actores vivos y fallecidos.

La huelga de actores y guionistas de 2023 concluyó con un histórico acuerdo con los productores audiovisuales que incluye protecciones frente al uso no autorizado de la IA. El acuerdo introdujo cambios relevantes en cuanto al uso de la IA en la producción cinematográfica, especialmente relacionados con las réplicas digitales y la IA generativa. En el contexto del acuerdo, las réplicas digitales son entendidas como recreaciones digitales de la voz o la imagen de un actor y pueden ser de dos tipos: réplica digital basada en el empleo, esto es, aquella que se crea en relación con el empleo del actor en una película bajo el acuerdo, y la réplica digital de creación independiente, aquella creada con la intención de generar la impresión de que se

trata de un actor real, con una voz e imagen reconocibles. Este tipo de réplica actúa en el papel de un personaje y no existe un acuerdo de empleo para la película en la que se utilizará con el actor real que representa. El acuerdo establece normas detalladas para la creación, el uso y la alteración de ambas clases de réplicas digitales, incluyendo el consentimiento informado del actor, la compensación por su uso e incluso la gestión de los derechos *post-mortem* (SAG-AFTRA, 2023).

En 2024 se presentaron nuevas peticiones por actores de doblaje de videojuegos que buscaban garantizar la protección de sus derechos en caso de optar por utilizar IA en su trabajo. En virtud de ello, el sindicato ha impulsado nuevos mecanismos para garantizar dichas protecciones, entre los que pueden mencionarse acuerdos con cláusulas específicas sobre *deepfakes* y réplicas digitales, así como algunos proyectos de ley. En efecto, el sindicato suscribió un acuerdo con *Replica Studios* que promete marcar tendencia en los aspectos que se deben tener en cuenta para regular el uso de réplicas de voz digital de los actores de doblaje. Este acuerdo establece tarifas mínimas para la creación y el uso de estas réplicas, además de incluir protecciones para los actores. Éstas incluyen transparencia en el uso de su voz, consentimiento para nuevos proyectos, límites en el tiempo de uso de la réplica sin pago adicional y protección de datos. El acuerdo busca garantizar que los actores sean compensados de forma justa por el uso de sus voces y que se protejan sus derechos en este nuevo campo tecnológico (SAG-AFTRA, 2024), pero muy especialmente les ofrece la posibilidad de decidir.

Por otra parte, en septiembre de 2024, se promulgaron en California dos nuevas leyes que buscan regular el uso de réplicas digitales. La Ley AB 1836, Use of likeness: digital replica (sobre Utilización de la imagen: réplica digital), que obliga a los estudios a obtener el consentimiento expreso de los herederos de los actores fallecidos antes de producir réplicas digitales de estos, y la Ley AB 2602, Contracts against public policy: personal or professional services: digital replicas (sobre Contratos contra el orden público: servicios personales o profesionales: réplicas digitales), que establece requisitos de consentimiento similares para las réplicas digitales de los actores vivos. La Ley AB 2602 entrará en vigor el 1 de enero de 2025; y la Ley AB 1836, el 1 de enero de 2026.

## 5.2 La Ley Elvis. Tennessee

En marzo de 2024, se promulgó en el estado de Tennessee (Estados Unidos) la ley Ensuring Likeness Voice and Image Security, conocida como ELVIS Act (Ley ELVIS, en español), que busca complementar la legislación tradicional que ya protegía la imagen para incluir explícitamente el uso de “la voz” y diversos mecanismos para garantizar su protección. Esta ley busca garantizar explícitamente la protección de la imagen y la voz de una persona frente a la clonación de voces o imágenes. En ese sentido, se diferencia de la legislación anterior —que ya protegía la imagen— en que incluye explícitamente el uso de “la voz”. En el contexto de la ley, se define a la voz como “un sonido en un soporte que sea fácilmente identificable y atribuible a un determinado particular, independientemente de que el sonido contenga la voz real o una simulación de la voz del individuo”. Además, establece que las personas tienen un “derecho de propiedad individual” sobre el uso de su nombre, fotografía, voz o imagen en cualquier medio y de cualquier manera. En virtud de ello, se prohíbe la explotación comercial no autorizada de ese derecho de propiedad individual (salvo excepciones por uso justo y las protecciones vinculadas con la Primera Enmienda; por ejemplo, que el uso se haga con fines de comentario, crítica, sátira o parodia). No obstante, este derecho puede cederse y licenciarse libremente y no expira tras la muerte del individuo, siendo transmisible a los albaceas, cesionarios, herederos o legatarios (Azuaje Pirela, 2024).

## 5.3 Otras leyes y proyectos de ley a nivel internacional

No solo en Estados Unidos se han impulsado nuevas leyes e iniciativas para reforzar la protección de la voz y la imagen. En otras latitudes se han generado otras propuestas. Por ejemplo, a finales de 2023, el Grupo Parlamentario Plurinacional “SUMAR” propuso la creación de una *ley orgánica de regulación de las simulaciones de imágenes y voces de personas generadas por medio de la inteligencia artificial*. La propuesta, aunque retirada, sirve de antecedente digno de mención, ya que buscaba regular el uso de la IA en la generación de imágenes y voces, identificar los contenidos generados por IA y establecer responsabilidades por infracciones. También contemplaba actualizar

la normativa penal, incluyendo la simulación no autorizada como “injuria”, así como crear nuevas medidas cautelares para la retirada de contenido generado sin autorización y un nuevo delito electoral para sancionar la manipulación de imágenes y audios de candidatos.

Por otra parte, el artículo 50 N° 4 de la Ley de Inteligencia Artificial de la Unión Europea establece obligaciones de transparencia para los proveedores y responsables del despliegue de sistemas de IA que generan o manipulan imágenes, audio, video y texto. El artículo dispone que debe revelarse la naturaleza artificial de los contenidos generados o manipulados por IA, excepto en casos específicos, como cuando la ley lo autoriza para la investigación o prevención de delitos. Además, se establece una excepción para contenido creativo o informativo (que forme parte de una obra o programa manifiestamente creativos, satíricos, artísticos, de ficción o análogos), donde la obligación de transparencia se limita a informar sobre la naturaleza artificial del contenido de forma adecuada.<sup>21</sup>

## 6. Conclusiones

La irrupción de la IA generativa y, en particular, la posibilidad de

---

21 En cuanto a este supuesto, el Considerando N° 134 de la LIA establece que los responsables del despliegue que utilicen un sistema de IA para generar o manipular contenidos calificados como “ultrasuplantaciones” deben también hacer público, de manera clara y distinguible, que estos contenidos han sido creados o manipulados de manera artificial, etiquetando los resultados de salida generados por la IA e indicando su origen artificial. En ese mismo orden, se aclara que “el cumplimiento de esta obligación de transparencia no debe interpretarse como un indicador de que la utilización del sistema de IA o de sus resultados de salida obstaculiza el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la libertad de las artes y de las ciencias, garantizados por la Carta, en particular cuando el contenido forme parte de una obra o programa manifiestamente creativos, satíricos, artísticos, de ficción o análogos, con sujeción a unas garantías adecuadas para los derechos y libertades de terceros”. En esos casos, la obligación de transparencia se limitará a “revelar la existencia de tales contenidos generados o manipulados de una manera adecuada que no obstaculice la presentación y el disfrute de la obra, también su explotación y uso normales, al tiempo que se conservan la utilidad y la calidad de la obra (...)”.

crear *deepfakes* y réplicas digitales de forma masiva han abierto un nuevo horizonte de posibilidades en el sector creativo, pero también ha planteado nuevos desafíos. La capacidad de crear *deepfakes* y réplicas digitales hiperrealistas de la voz e imagen de los artistas, con o sin su consentimiento, ha puesto en jaque la protección de sus derechos fundamentales y ha generado preocupación sobre el futuro del trabajo en la industria.

Si bien existen mecanismos legales para proteger la propia imagen y la voz, la rápida expansión y evolución de herramientas de IA ha impulsado esfuerzos encaminados hacia el fortalecimiento de la legislación. La legislación tradicional no siempre se ajusta a la complejidad de las réplicas digitales y los *deepfakes*, especialmente cuando se refiere a la protección de la “imagen o apariencia física”, ya que, en la actualidad, las posibilidades de la IA permiten réplicas digitales de otros atributos como, por ejemplo, la voz, los gestos e incluso la personalidad del artista. Tales leyes lucen insuficientes para evitar negociaciones injustas o desproporcionadas, de manera que no siempre protegen adecuadamente el trabajo de los artistas frente al nuevo escenario tecnológico.

En Estados Unidos, la lucha sindical de SAG-AFTRA ha impulsado acuerdos y leyes para regular el uso de la IA en la industria del entretenimiento. Estos acuerdos e iniciativas buscan garantizar el consentimiento informado, la compensación justa y la protección de los derechos *post-mortem* de los artistas. La Ley ELVIS en Tennessee, por ejemplo, ha ampliado la protección legal para incluir explícitamente la protección de la voz de las personas, reconociéndola como un elemento distintivo de su identidad.

A nivel internacional, se han presentado diversas iniciativas para abordar los desafíos que plantean los *deepfakes* y las réplicas digitales. Ellas son una muestra de la creciente preocupación por la transparencia en el uso de la IA y la necesidad de proteger los derechos de los artistas frente a la manipulación no autorizada de sus imágenes y voces. Además, sirven de antecedente para evaluar alternativas que permitan reforzar la protección de los derechos de los artistas y sus herederos y causahabientes, especialmente en aquellos ordenamientos que no cuentan con legislación especializada que defina los alcances de la protección a la propia imagen y la voz.

## Bibliografía

- Ammerman Yebra, J. (2021). El derecho a la propia voz como derecho de la personalidad. *Revista de Derecho Civil*, VIII(4), 257-263.
- Azuaje Pirela, M. (2020). Protección jurídica de los productos de la inteligencia artificial en el sistema de propiedad intelectual. *Revista Jurídica Austral*, 1(1), 319-342. <https://doi.org/10.26422/RJA.2020.0101.azu>.
- Azuaje Pirela, M. (2023a). Deepfakes, distorsión de la realidad y desafíos jurídicos: ¿Cómo debe responder el derecho cuando no todo es lo que parece? *Télos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (122), (Ejemplar dedicado a: Posverdad), 126-129.
- Azuaje Pirela, M. (2023b). *Clonación de voces e imágenes con inteligencia artificial: ¿qué tan protegidos estamos?* El Mostrador. <https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2023/11/14/clonacion-de-vozes-e-imagenes-con-inteligencia-artificial-que-tan-protegidos-estamos/>.
- Azuaje Pirela, M. (2024). Nueva “Ley ELVIS” para proteger a los artistas frente a los deep fakes. *Estado Diario*. <https://estadodiario.com/columnas/nueva-ley-elvis-para-proteger-a-los-artistas-frente-a-los-deep-fakes/#:~:text=Establece%20derechos%20de%20propiedad%20individual,creativo%20en%20la%20era%20digital>.
- Bañuelos Capistrán, J. (2020). Deepfake: la imagen en tiempos de la posverdad. *Revista Panamericana de Comunicación*, 2(1), 51-61. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i1.2315>.
- Chowdhury, R. (2024). We need new rules as AI infiltrates elections. *Nature*, (628), 237. <https://doi.org/10.1038/d41586-024-00995-9>.
- Dolhansky, B., Bitton, J., Pflaum, B., Lu, J., Howes, R., Wang, M. y Ferrer, C. C. (2020). *The deepfake detection challenge (dfdc) dataset*. arXiv preprint arXiv:2006.07397.
- Encabo Vera, M. (2012). *Derechos de la personalidad*. Marcial Pons.
- Gmyrek, P., Winkler, H. y Garganta, S. (2024). *Buffer or Bottleneck? Employment Exposure to Generative AI and the Digital Divide in Latin America*. ILO World Bank, Working Paper 121. <https://doi.org/10.54394/TFZY7681>.
- Guadamuz, A. (2017). Do Androids Dream of Electric Copyright? Comparative Analysis of Originality in Artificial Intelligence Generated Works (June 5, 2020). *Intellectual Property Quarterly*, (2). <https://ssrn.com/abstract=2981304>.
- Guadamuz, A. (2024a). Scanner Darkly: Copyright Liability and Exceptions in Artificial Intelligence Inputs and Outputs. *GRUR International*, 73(2), 111-127. <https://doi.org/10.1093/grurint/ikad140>.
- Guadamuz, A. (2024b). *The Scarlett Letter: Impersonation, publicity rights, and AI assistants*. TechnoLlama. <https://www.technollama.co.uk/the-scarlett-letter-impersonation-publicity-rights-and-ai-assistants>.
- International Labour Organization. (2023). *The Future of Work in the Arts and Entertainment Sector. Report for the Technical Meeting on the Future of Work in the Arts and Entertainment sector*. <https://www.ilo.org/publications/future-work-arts-and-entertainment-sector>.



- Schick, N. (2020). *Deepfakes. The coming infocalypse*. Twelve.
- Sensity AI. (2024). *The state of deepfakes 2024*. <https://sensity.ai/reports/>.
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Crown Currency.
- T13. (15 de noviembre de 2023). *Habla creador de la canción que provocó la furia de Bad Bunny* [Archivo de video]. YouTube. [https://youtu.be/BwUGY4tic1I?si=65\\_y3PnoCXuujSkk](https://youtu.be/BwUGY4tic1I?si=65_y3PnoCXuujSkk).
- Tom Hanks says AI version of him used in dental plan ad without his consent*. (2023). The Guardian. <https://www.theguardian.com/film/2023/oct/02/tom-hanks-dental-ad-ai-version-fake>.
- Urtubey, F. (2024). Copyright en obras generadas con inteligencia artificial en Estados Unidos. Un análisis de cinco casos jurídicos actuales. *Revista Iberoamericana de la Propiedad Intelectual*, (20), 89-119. <https://doi.org/10.26422/RIPI.2024.2000.utu>.

## Legislación citada

### Chile

- Constitución Política de la República de Chile.
- Decreto con Fuerza de Ley 1, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Código del Trabajo.
- Ley 17336 de propiedad intelectual. Diario Oficial 02/10/1970.
- Ley 20243 que establece normas sobre los derechos morales y patrimoniales de los intérpretes de las ejecuciones artísticas fijadas en formato audiovisual. *Diario Oficial*, 05/02/2008.

### Ecuador

- Constitución de la República del Ecuador.

### España

- Constitución Española de 1978.
- Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

### Estados Unidos

- AB-1836. *Use of likeness: digital replica (California)*.
- AB 2602. *Contracts against public policy: personal or professional services: digital replicas (California)*.
- Ensuring Likeness Voice and Image Security Act* (Tennessee).

### Perú

- Constitución Política del Perú.

## Unión Europea

Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).

Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n.º 300/2008, (UE) n.º 167/2013, (UE) n.º 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 y (UE) 2019/2144 y las Directivas 2014/90/UE, (UE) 2016/797 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Inteligencia Artificial) (Texto pertinente a efectos del EEE).

## Jurisprudencia citada

*Midler v. Ford Motor Co.*, 849 F.2d 460 (9th Cir. 1988).

*Lehrman et al v. Lovo, Inc.*, Case No. 1:24-cv-03770.

*Tyburn v Broughton & Ors* [2023] EWHC 3247 (Ch).

Tribunal Supremo, Sala Primera Civil (España). Sentencia N° 91/2017, 15 Febrero 2017.

*Vanna White V. Samsung Electronics America, Inc., and David Deutsch Associates, Inc.* No. 90-55840.

