

LA IMAGEN, VOZ Y RÉPLICAS DIGITALES DE LOS ARTISTAS EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

THE IMAGE, VOICE, AND DIGITAL REPLICAS OF ARTIST IN THE AGE OF GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Ordellín-Font, Jorge Luis*

RESUMEN

Este trabajo analiza el impacto de la IA generativa en la imagen de los artistas intérpretes o ejecutantes, centrándose en la creación de réplicas digitales de su imagen y voz. Ello, debido a que la tecnología genera contenidos sintéticos que desafían los marcos jurídicos existentes. Por otro lado, se argumenta que la imagen y la réplica digital son bienes jurídicos distintos que requieren autorización, compensación y control efectivos para su uso y disposición, y que los regímenes actuales de propiedad intelectual, derechos de la personalidad y *right of publicity* son insuficientes. Asimismo, se demuestra que existe una tendencia a ampliar la protección para incluir la imitación y semejanza, más allá de la identificación directa. Finalmente, se concluye que se requieren nuevas regulaciones o modificaciones para abordar la autonomía de las réplicas digitales y proteger de manera adecuada la identidad de los artistas en la era de la IA.

PALABRAS CLAVE: inteligencia artificial generativa, réplicas digitales, artistas intérpretes o ejecutantes, protección jurídica

* Profesor investigador titular de la División de Estudios Jurídicos del CIDE. Centro Público de Investigación de la Secretaría de Ciencia, Tecnología y Humanidades de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México (nivel 1). Conferencista invitado de la OMPI en los ámbitos de Propiedad Intelectual y Nuevas tecnologías. Dirección postal: Carretera México-Toluca 3655, Lomas de Santa Fe, Álvaro Obregón, 01210 Ciudad de México. Correo electrónico: jorge.ordelin@cide.edu ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8778-882X>

Recepción: 2025-06-09; aceptación: 2026-03-10.

ABSTRACT

This paper analyzes the impact of generative artificial intelligence (AI) on performing artists, focusing on the creation of digital replicas of their image and voice. This, because the technology generates synthetic content that challenges existing legal frameworks. Furthermore, it argues that the image and the digital replica are distinct legal assets that require authorization, compensation, and effective control for their use and disposition, and that current intellectual property, personality rights, and Right of Publicity regimes are insufficient. It also establishes a trend toward expanding protection to include imitation and likeness, beyond direct identification. Finally, it concludes that new regulations or modifications are required to address the autonomy of digital replicas and adequately protect the identity of performers in the AI era.

KEYWORDS: generative artificial intelligence; digital replicas; performing artists; legal protection

INTRODUCCIÓN

10 El impacto de IA¹ en los artistas intérpretes o ejecutantes presenta un escenario complejo y diverso que afecta no solo a nivel individual, sino, también, general, a sectores creativos particulares. Para algunos grupos de artistas, esto puede representar una pérdida de ingresos y la reducción de su capacidad de obtener beneficios económicos a partir del trabajo que desarrollan. Mientras que, para otros, las consecuencias podrían ir más allá de una pérdida económica e implicarían la imposibilidad de poder ejercer su profesión y la afectación a industrias enteras².

Los sistemas de IAG crean contenidos basándose en datos de entrenamiento y respuesta a las indicaciones de usuarios³. Por contenido y material nuevo se entiende todo aquel que es generado por un sistema de IA, e incluye texto, imágenes, vídeos, música, entre otros. Si bien la generación de contenidos se entiende, desde una perspectiva técnica como una secuencia de “predicciones” o “decisiones”⁴, la creación de contenidos sintéticos ha conllevado a que se distingan estos sistemas de IAG de otros sistemas autónomos. Dentro de estos materiales nuevos se encuentran contenidos sintéticos similares a las obras, como otros relacionados con la imagen, la voz, ejecución e interpretación.

¹ A efectos de este trabajo se hará referencia solo al concepto de inteligencia artificial generativa, incluso cuando se hable de inteligencia artificial. Se utilizan indistintamente las siglas IA y IAG.

² HUTIRI, PAPAKYRIAKOPOULOS & XIANG (2024).

³ LORENZ, PERSET & BERRYHILL (2023).

⁴ COMISIÓN EUROPEA (2025).

También debe tenerse en cuenta que los artistas intérpretes o ejecutantes constituyen un grupo heterogéneo y, por tanto, el impacto de la IA será diferente según el sector; los modelos de negocios que se desarrollen e, incluso, la capacidad de poder acceder, adoptar y usar la tecnología. Bajo el concepto de artistas intérpretes o ejecutantes se incluyen múltiples actividades creativas relacionadas con la interpretación o ejecución de obras, y se ha entendido como tal a todo actor, cantante, músico, bailarín u otra persona que represente un papel, cante, recite, declame, interprete o ejecute en cualquier forma una obra literaria o artística o del folclore⁵.

Dentro de este grupo el impacto será diferente dependiendo la actividad que se desempeñe, del poder de negociación que pueda tener el artista, incluyendo su fama y su capacidad de realizar actividades económicas distintas o relacionadas con la interpretación o ejecución⁶. Empero, la tecnología también ofrece una oportunidad para buscar soluciones a condiciones ya existentes en materia de protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de nuevas posibilidades de creación y mercados. Por ello, una acertada regulación jurídica podría tener un impacto positivo en la generación de riquezas, incentivos a la creación e inversión.

Desde un punto de vista jurídico el reto se encuentra en el hecho de que los bienes jurídicos y esquemas de protección de la interpretación o ejecución, así como de la imagen y la voz de los artistas intérpretes o ejecutantes no responden a los desafíos y oportunidades que brinda la tecnología de la IAG, en particular, a aquellos que suponen la posibilidad de generar réplicas digitales. Los esquemas de protección de la imagen y la réplica digital en el marco de la actividad que desarrollan los artistas intérpretes o ejecutantes no coinciden, ni para garantizar una protección efectiva antes su violación como tampoco ante supuestos de autorización o disposición que sean efectivos.

Al considerar como bienes jurídicos distintos la imagen, la voz y las réplicas digitales, es lógico entender que el actual régimen jurídico no es suficiente. La protección que se brinda desde los marcos regulatorios de los derechos de propiedad intelectual (llámense derechos conexos, vecinos o afines); por los derechos de la personalidad o el *right of publicity* o bajo el régimen jurídico de los datos personales, es insuficiente y parcial. En correspondencia la pregunta central de esta investigación es, ¿es necesario ampliar los regímenes jurídicos de protección de la imagen, voz y réplicas digitales de los artistas intérpretes o ejecutantes ante el desarrollo de la IAG? Por lo que, en el mismo sentido, el objetivo general es analizar los diversos regímenes jurídicos de protección de la imagen y réplicas digitales de los artistas intérpretes o ejecutantes ante el desarrollo de la IAG.

⁵ Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión (1961); LIPSZYC (2006), p. 810.

⁶ LUTES (2025).

Para su desarrollo se emplea una metodología cualitativa a partir del análisis de documentos doctrinales, textos jurídicos y casos de estudio que han sido recogidos en diferentes medios de comunicación, incluyendo redes sociales. Se utiliza el método exegético para analizar el alcance de las propuestas legislativas, así como normas jurídicas que han regulado o pretenden regular el objeto de análisis de este trabajo. Así pues, la idea principal en esta investigación es que la imagen y la réplica digital (desarrollada a partir de la IAG) constituyen dos bienes jurídicos independientes. Ante el desarrollo de la tecnología es necesario ampliar el régimen de protección de la imagen y la voz para incluir las réplicas digitales y otros supuestos de imitación.

De forma que, el texto se distribuye en cuatro secciones fundamentales. La primera está dirigida a explicar las diferencias entre *Deep fakes* y réplica digital; la segunda, la relación que existe entre réplicas digitales y artistas intérpretes o ejecutantes, haciendo especial alusión a nuevos tipos de contenidos y modelos de negocios. Las dos últimas analizan los mecanismos de protección jurídica de la imagen, la voz y la réplica digital, explicando cuales son las principales limitaciones de los mecanismos que existen y de algunas propuestas regulatorias. En correspondencia con lo anterior el principal resultado es delimitar que la imagen, la voz y las réplicas digitales son bienes jurídicos diferentes, que ante la aparición y desarrollo de tecnologías de IAG enfrentan diversos dilemas jurídicos que precisan pensar nuevas formas de protección o, al menos, modificar las existentes.

I. ¿DEEP FAKES O RÉPLICA DIGITAL?

La IAG ha traído consigo la aparición de términos como *deep fakes*; réplicas digitales, contenidos sintéticos, ultrasuplantaciones, entre otros, que comienzan a ser frecuentes al analizar el impacto de esta tecnología en múltiples escenarios, como son la creación de contenidos, desinformación, comunicación y redes sociales, asociado en múltiples ocasiones a aspectos negativos.

Pese a que en ocasiones los términos suelen ser utilizados como sinónimos, lo cierto es que no siempre son coincidentes. El término ‘*deep fakes*’ es traducido al idioma español como ‘ultrasuplantación’ o, al menos, así es como lo interpreta el Reglamento de IA de la Unión Europea, y se utiliza para hacer referencia a todo aquel contenido:

“dígase 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”⁷.

⁷ UNIÓN EUROPEA (2024).

Para la SADAIA el término ‘*deep fakes*’ se asocia con los

“medios sintéticos hiperrealistas creados mediante técnicas de aprendizaje profundo, para manipular audio, vídeo u otros contenidos digitales con el fin de alterar de forma convincente el parecido, las acciones o la apariencia de seres, objetos o la representación de acontecimientos, dificultando la distinción entre contenidos reales y falsos”⁸.

En principio, se puede afirmar que los conceptos de *deep fakes* y de contenidos sintéticos son intercambiables. Entendiendo al concepto de contenido sintético como la información, imágenes, vídeos, clips de audio y texto, que ha sido modificada o generada de forma significativa por algoritmos, incluida la IA⁹. Ambos conceptos incluyen a todos los contenidos multimedia que han sido creados de forma sintética o editados, es decir, parcialmente sintéticos, utilizando alguna forma de aprendizaje automático o profundo (IA)¹⁰.

El principal elemento que se suele tener en cuenta al momento de distinguir entre *deep fakes* y contenidos sintéticos no es la forma en la que estos contenidos han sido creados o el uso de IA, sino el impacto que su interpretación provoca en los seres humanos¹¹. En otras palabras, en la posibilidad de que las personas pueden saber o no si se encuentran en presencia de un contenido que ha sido generado de manera artificial o sintética. De esta forma, se puede decir que todo *deep fakes* constituye un contenido sintético, pero no todo contenido sintético constituye un *deep fakes*, en particular si dicho contenido ha sido etiquetado como tal y las personas conocen su carácter sintético. En muchos casos ambos conceptos son tratados de manera indistinta sin una clara diferenciación.

El término de contenido sintético es utilizado en la propuesta de regulación denominada Content Origin Protection and Integrity from Edited and Deepfaked Media Act of 2024, que distingue como contenido sintético

“la información, incluidas las obras de autoría humana, como las imágenes, los vídeos, el audio y el vídeo, clips, audio y texto, generada en su totalidad por algoritmos, incluida la inteligencia artificial”,

mientras que se incluye como “contenidos modificados sintéticamente”, la misma información, que ha sido modificada significativamente por algoritmos, incluidos los de IA¹².

⁸ SADAIA (2024).

⁹ EXECUTIVE OFFICE OF THE PRESIDENT (2023).

¹⁰ OWASP (2024), p. 7.

¹¹ NATIONAL INSTITUTE OF STANDARDS AND TECHNOLOGY (2024), p. 1.

¹² CONGRESS GOV (2024a), § 9-10.

Algo similar a lo que acontece con los conceptos de *deepfake* y contenidos sintéticos ocurre entre el primero y el de réplica digital. La Oficina Estadounidense de Derechos de Autor hace referencia al concepto de réplica digital para referirse a “una grabación de vídeo, imagen o audio que ha sido creada o manipulada digitalmente para representar de forma realista, pero falsa a un individuo”, al mismo tiempo que declara que utiliza los términos “réplicas digitales” y “*deep fakes*” indistintamente¹³. Sin embargo, no pueden equipararse ambos conceptos. El término ‘*deepfake*’ no solo incluye el contenido sintético o contenido modificado sintéticamente, sino contenidos (imagen, audio, vídeos, textos) que parezcan auténticos a una persona razonable y crean una falsa comprensión o impresión¹⁴. Por tanto, no solo se trata de contenidos generados o editados que se asemejen a personas, sino, también, a objetos, lugares, entidades o sucesos reales en los cuales –como ya se hizo referencia– es imposible distinguir entre lo que es real o falso, o lo que ha sido creado por personas físicas o por los sistemas de IA generativos. Por ejemplo, alterar secuencias de acontecimientos o lugares reales, hacer parecer que un edificio se ha incendiado o alterar un paisaje urbano para que parezca distinto de la realidad o generar escenas realistas de acontecimientos ficticios.

Desde la propia concepción de la oficina estadounidense es fácil percibir que el concepto que utilizan de réplica digital refiere solo a la generación de contenidos sintéticos que “representan de forma realista pero falsa a un individuo”. Es decir, estamos ante una representación de género especie, en la cual el concepto de réplica digital hace referencia a un tipo particular de *deep fakes* (concretamente a las personas físicas).

En este sentido, otros documentos públicos y propuestas regulatorias utilizan con mayor precisión el concepto de réplica digital para referirse a

“las imágenes, vídeos y grabaciones de audio creadas mediante tecnología digital para reproducir de forma realista la voz o el aspecto de una persona”.

Este el caso del documento de consulta pública del gobierno de Reino Unido sobre derechos de autor e inteligencia artificial¹⁵ o de los convenios del SAG-AFTRA, por sus siglas en inglés)¹⁶.

De manera similar la Right of Publicity Act del estado de Illinois (765 ILCS 1075/5) hace referencia al término de réplica digital, concibiendo como tal a:

¹³ UNITED STATES COPYRIGHT OFFICE (2024), p. 2.

¹⁴ CONGRESS GOV (2024a), §3.7.

¹⁵ SECRETARY OF STATE FOR SCIENCE, INNOVATION AND TECHNOLOGY, UK (2024).

¹⁶ SAG-AFTRA (2023).

“la representación electrónica de nueva creación de la voz, imagen o semejanza de una persona real creada mediante un ordenador, algoritmo, programa informático, herramienta, inteligencia artificial u otra tecnología que se fija en una grabación sonora o una obra audiovisual en la que dicha persona no actuó o apareció realmente, y que una persona razonable podría creer que es la voz, imagen o semejanza de esa persona concreta que se está imitando”¹⁷.

Teniendo en cuenta esta distinción es válido precisar que este artículo solo hará referencia a las denominadas réplicas digitales o gemelos digitales creados de forma total o parcialmente sintéticos, en virtud de los cuales se reproduce o imita a otras personas o a elementos que permiten identificar a estas como son su voz e imagen. Por ejemplo, cuando se utiliza la imagen de una persona física real, ya sea porque se altera de manera digital el contenido para sustituir la imagen de una persona por otra o se genera sintéticamente la voz de una persona.

Dos precisiones a realizar son, que tanto los *deep fakes* como las réplicas digitales no pueden considerarse *per se* como maliciosas o dañinos. De hecho, la representación digital puede estar autorizada o no, y la representación puede ser reproducida por cualquier tecnología digital, no solo por IA¹⁸. En realidad, la SADAIA distingue entre *deep fakes* maliciosos y no maliciosos. Los primeros están diseñados para engañar, dañar o explotar a las personas y a menudo son utilizados para difundir información falsa, difamación o fraude. Mientras que, los segundos, son utilizados con fines benéficos, sin intención de engañar o dañar; como puede ser en actividades relacionadas con el *marketing*, entretenimiento, comercio, educación, etcétera¹⁹.

En similar sentido otras organizaciones como el FBI y el NIST coinciden en afirmar que la creación o distribución de contenido sintético no es intrínsecamente ilegal o perjudicial. Sin embargo, esto puede acelerar y exacerbar daños preexistentes e impactos negativos en el ecosistema de información abierta²⁰ o, bien, puede utilizarse para facilitar delitos como el fraude y la extorsión²¹. Ejem-

15

¹⁷ ILLINOIS GENERAL ASSEMBLY (1999), 5.

¹⁸ UNITED STATES COPYRIGHT OFFICE (2024), p. 2.

¹⁹ SADAIA (2024), p. 23.

²⁰ NATIONAL INSTITUTE OF STANDARDS AND TECHNOLOGY (2024), p. 2.

²¹ En el caso de la imágenes generadas por IA estas se utilizan para crear fotos de perfiles de redes sociales, documentos de identidad y otras imágenes creíbles para apoyar sus planes de fraudes, una de las prácticas identificadas que pudieran afectar a artistas intérpretes o ejecutantes es el uso de su imagen en redes sociales para promocionar productos falsificados o esquemas de no entrega (*non-delivery schemes*); también existen los casos de clonación vocal con el fin de hacerse pasar por personajes públicos o tener relaciones personales; otra práctica en la que podrían intervenir la imagen de los artistas intérpretes o ejecutantes es la de crear videos promocionales ficticios o engañosos para esquemas de fraudes de extorsión, entre otros. FBI (2024). En A.M. *et al.* v. Cushman and Wakefield, Inc. *et al.* (2025), el tribunal consideró que las pruebas 6A y 6C son

plo de ello son aquellos casos que han recibido mayor cobertura mediática, y donde se encuentra la generación no consentida de imágenes pornográficas y la clonación de voz por IA (que fue la tercera forma de cometer estafa de mayor crecimiento en el año 2024), entre otros²².

No pueden desconocerse aquellos supuestos que autorizados o no, tienen una “finalidad maliciosa”. Así, que dentro de los actores “legítimos” involucrados en la producción de *deep fakes* se mencionan también a los productores audiovisuales, creadores artísticos y agencias de publicidad²³. Por ello, resulta necesario hacer alusión a aquellos otros supuestos de réplicas digitales en los cuales la representación digital de la imagen y la voz se realiza bajo autorización o con consentimiento de las personas físicas que son titulares de estos atributos, lo que suele suceder con relativa frecuencia en el caso de los artistas intérpretes o ejecutantes.

Lo anterior cobra relevancia, dado que puede hablarse de un *deepfake* relacionado con imágenes y no estar asociado este a la imagen de un individuo²⁴. Asimismo, un intérprete sintético no puede ser considerado una réplica digital, puesto que, si bien parece una persona física realizando actividades de interpretación, no es reconocible con la imagen de una persona real.

II. ARTISTAS INTÉRPRETES

O EJECUTANTES Y RÉPLICAS DIGITALES

16

El artista intérprete o el ejecutante tienen como función servir de intermediario para dar a conocer una obra o una expresión del folclore, ya sea haciéndolo ma-

productos de IAG y no capturan el discurso y la imagen reales de Geri Haas, estas pruebas son *deepfakes*. En este sentido el tribunal sospecha que los metadatos materiales fueron añadidos en algún momento posterior por alguien con acceso a los archivos y con privilegios de edición.

Se considera que el uso de *deepfakes* socava significativamente la capacidad del tribunal para administrar justicia, al propio tiempo que la decisión enmarca como “erosiona considerablemente la confianza del público en el sistema judicial y supone una carga significativa para los tribunales con pocos recursos y sobrecargados de trabajo, al obligarlos a realizar la laboriosa tarea de evaluar si las pruebas presentadas durante las actuaciones previas al juicio eran *deepfakes*”. A juicio del foro examinar si las pruebas presentadas se crean con IAG requiere mucho trabajo; ni los tribunales ni el público en general están preparados para discernir si una persona que aparece en un vídeo ha sido creada utilizando IAG. “Sin salvaguardias sólidas que protejan contra futuros usos indebidos de los procedimientos legales, una sanción probatoria o por cuestión es, en la práctica, ineficaz”.

²² FINDLAY (2025); GARCÍA-ULL (2021), p. 110. Por ejemplo, este fue el caso de un grupo de alumnos del colegio Saint George, que utilizan una página de libre acceso para crear imágenes con contenido sexual de siete compañeras menores de edad. Este acto no es aislado, otros casos han sido registrados en México y España. véase ZÚÑIGA (2024).

²³ GARCÍA-ULL (2021), p. 114. Se han identificado otros actores como las comunidades de aficionados, actores políticos, delincuentes y estafadores, estos últimos podrían ser considerados ilegítimos.

²⁴ GÓMEZ-DE-ÁGREDA, FEIJÓO y SALAZAR-GARCÍA (2021).

terialmente o buscando su sentido y alcance de forma creativa. En términos de interpretación o ejecución se subsumen las acciones de representación: cantar, recitar, declamar y cualquier otra similar o parecida, aunque siempre podrá haber sus excepciones²⁵. Desde un punto de vista jurídico es indiferente distinguir entre artista como intérprete o como ejecutante, puesto que no existe ninguna previsión legal que se aplique a los unos y no se aplique a los otros²⁶. En este artículo se utilizan ambos términos indistintamente.

Se habla de la utilización solo de la IAG, mas no del uso de otras tecnologías de IA en las diversas fases de producción (por ejemplo, previsualización, preproducción, producción, posproducción, distribución, *marketing*) y que puede implicar la creación de voces y personas digitales, la interacción visual multimodal, realidad virtual u otras imágenes animadas basadas en la vida real, web *casting*, publicidad, interpretación, radiodifusión, emisión de noticias, audiolibros, atención al cliente inteligente, interacción con dispositivos inteligentes, doblaje we-media, etcétera.

El impacto de la IA va más allá de una cuestión de los derechos y se ve reflejado en el mismo concepto que existe sobre la interpretación y ejecución como prestación objeto de protección jurídica. Su uso significa, también, el despojo del carácter personal y creativo de la interpretación o ejecución, convirtiéndola en un mero producto de la tecnología, en el que no existe ningún vínculo con lo humano, así como tampoco con la propia experiencia y personalidad del artista, elementos que históricamente han distinguido la interpretación o ejecución como prestación artística susceptible de ser protegida por los derechos conexos, afines o vecinos. Ello representa una ruptura de la relación personal que normalmente se establece entre el intérprete y la obra. Lo que, en palabras de algunos artistas significa:

“No habré tenido aparentemente ninguna participación en la creación del personaje. Y, sin embargo, será mi voz, cuyo sonido resonará y repicará en relación con todo lo que me ha sucedido a lo largo de mi vida. El sonido de una voz contiene una biografía, de la que el oyente puede o no ser consciente. Y, sin embargo, no seré yo”²⁷.

²⁵ GOLDSTEIN (1995), p. 174. Excepto en algunos países donde se exprese como en el ordenamiento jurídico argentino en el fallo judicial CÁMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO CIVIL (Argentina), 1965, citada por GOLDSTEIN (1995), p. 258 donde se expone: “En materia de obras musicales no procede asimilar al ejecutante con el intérprete. El primero constituye el género y el segundo la especie. Por consiguiente, de acuerdo con el espíritu de la ley vigente está amparado únicamente el intérprete, quedando excluidos de los beneficios legales, en el caso, los componentes de una orquesta de las llamadas típicas”.

²⁶ SÁNCHEZ (2007), p. 1443.

²⁷ NIGHTINGALE (2023).

SAG-AFTRA, por ejemplo, identifica dos tipos de réplicas digitales. Por un lado, aquella que está basada en el empleo; dentro de la cual la réplica se crea en relación con una actividad profesional que realiza el artista (si bien, se representa a este en escenas que en realidad no filmó si participa activamente en el proyecto). Mientras que, en la réplica digital, creada de forma independiente, no existe una participación del artista (quien no está relacionado de ninguna forma con el proyecto creativo). Aunque también se diferencia entre si la réplica es de un intérprete principal o de un actor secundario.

Es necesario tener en cuenta que aun con la autorización recibida existen supuestos polémicos —por ejemplo, cuando esta existe—, pero no se corresponde el uso ni la finalidad para la cual se ha requerido la autorización. O en los casos donde se ha obtenido aquella, pero no se informa que es un contenido sintético, ocasionando una impresión falsa o, al menos, difícil de distinguir en relación con la realidad, en los que toma particular importancia la forma y condiciones a partir de las cuales se concede dicha autorización.

Son diversos los usos y razones por las cuales la imagen de los artistas intérpretes o ejecutantes podrían ser utilizadas para réplicas digitales y la creación de contenidos sintéticos. Entre los primeros se encuentra la antropomorfización de la IA y cuestiones relacionadas con la creación de anuncios personalizados, *influencers* virtuales, producción cinematográfica, generación de *podcasts* con voces de reconocidos narradores o celebridades, entre otros usos. Dentro de las motivaciones: la generación de contenidos adaptados a grupos demográficos específicos y a sus preferencias, la generación de imágenes de alta calidad, el ahorro de tiempo y dinero en la producción de películas, posibilidad de interactuar con el público de forma innovadora y promocionar productos y servicios de manera ética²⁸.

1. Creatividad, nuevos tipos de contenidos y modelos de negocios

Los contenidos sintéticos —incluyendo las réplicas digitales— forman parte de varias industrias que van desde el entretenimiento, la publicidad, el *marketing*, la educación hasta otros sectores corporativos. Son utilizados en: cine y televisión, anuncios, animación, audiolibros, aprendizaje electrónico, presentaciones corporativas, presentaciones de *marketing*, vídeos educativos, *IVR*, *podcasting*, videojuegos, documentales, asistentes virtuales, anuncios públicos, doblaje, imágenes radiofónicas, obras de teatro sonoras, exposiciones en museos, sistemas telefónicos, aprendizaje de idiomas, narración médica, módulos de formación corporativa, sitios web, argumentos de venta y contenidos digitales²⁹.

²⁸ GORDON (2024); SADAIA (2024), pp. 18-20.

²⁹ P.L. v. Lovo, Inc. (2025).

La posibilidad de crear contenidos con IA es parte de la libertad de expresión y la creatividad. En contrario, los contenidos sintéticos en el ámbito creativo no son –por el solo hecho de ser tal– ilícitos o nocivos. Sus beneficios pueden encontrarse no solo en las etapas de producción, sino, también, en la creatividad propiamente dicha y, en concreto, en el ámbito de la interpretación o ejecución. Se ha considerado que el uso de la IA

“para generar contenidos de audio como elección artística deliberada puede permitir la exploración de un arte aún inexplorado e inspirador”³⁰.

En este sentido para el Reglamento de IA la ultraplantación no es en principio ilícita, así como tampoco lo es una infracción de los derechos de imagen o voz de las personas.

Por ejemplo, Universal Music Group utilizó una herramienta de clonación de voz para crear una versión en español del éxito navideño de Brenda Lee *Rockin’ Around The Christmas Tree*, que fue grabado por primera vez hace sesenta y seis años. La pieza musical, encabezó la lista Hot 100 de Estados Unidos, durante tres semanas en 2023 (cincuenta años después de su grabación y publicación por primera vez) (Murray Stassen). Y la misma empresa discográfica firmó un acuerdo con Soundlabs –*start-up* de IA– para crear los modelos vocales de los artistas, a partir de la utilización de Mic Drop de SoundLabs, un *plug-in* vocal de IA de última generación y los propios datos de voz de los artistas para entrenar modelos de IA³¹.

19

Otro caso relevante ocurrió cuando el patrimonio de Jerry García –guitarrista y cofundador de Grateful Dead– se asoció con la empresa de inteligencia artificial Eleven Labs para devolver a la vida la voz del difunto músico. De tal forma que ahora la voz del artista aparece en la experiencia de escucha Iconic Voices de Eleven Labs, concretamente en audiolibros, libros electrónicos, artículos, poesía, historias de fans y PDF en treinta y dos idiomas. Voz, que también podrá ser utilizada en otras iniciativas como la narración de documentales, exposiciones de arte sonoro, entre otras³².

En otro ejemplo, el actor estadounidense Val Kilmer retomó su papel de Tom Iceman Kazansky en la secuela *Top Gun* después de recibir tratamiento para el cáncer de garganta. Luego de haber perdido su capacidad de hablar en 2014 debido a ese padecimiento, fue posible restaurarla a partir de la IA. Lo anterior, fue por desarrollado por Sonantic, a quien se le proporcionaron imágenes de archivo con su voz y con lo cual se generaron más de cuarenta modelos de voz, seleccionando al de mayor calidad y el más expresivo³³. Y es en una circunstancia similar;

³⁰ GREEN (2024).

³¹ UNIVERSAL MUSIC GROUP (2024).

³² VAZIRI (2024).

³³ SHARF (2022).

que la nueva película de Zemeckis utiliza IA para envejecer a Tom Hanks y Robin Wright utiliza técnicas de transformación facial en tiempo real para retratar a los actores en un periodo de sesenta años, lo que es posible gracias a Metaphysic, una empresa de efectos visuales que crea efectos de envejecimiento e intercambio de rostros en tiempo real³⁴.

Como estos, existen otros casos en los cuales, aunque no se identifique a la persona, su imagen y voz son utilizadas para crear o desarrollar herramientas que mejoran el proceso creativo. Dicho proceso de uso y aplicación de la IAG no siempre supone que exista identificación, así como tampoco implica que se genere una situación de apariencia o imitación. Este podría ser el caso de la música creada a partir de la influencia de determinados artistas donde no existe una suplantación directa³⁵ y la elección de las voces tiene lugar en relación con cuestiones más genéricas y menos personales como son el tono de voz, si son voces masculinas o femeninas, acentos regionales y voces de mayor o menor edad. Por lo que solo se capta el tono, el carácter, el estilo y el acento (si lo tiene).

Un ejemplo de este modelo de negocios, son los servicios de biblioteca de voz que permiten la puesta a disposición de modelos de voz para los usuarios en el servicio. Dentro de ellos, se encuentran tanto aquellos modelos que proporcionan plataformas como otros que proporciona el usuario. De esta forma, el usuario puede generar su propio modelo de voz en la plataforma a través del servicio de biblioteca de voz³⁶ y, además, poner a disposición de otros usuarios modelos (o, incluso, recibir una compensación por ello). En cambio, cuando se decide compartir este tipo de modelo, otros usuarios pueden acceder a ellos y los utilizan a través del propio servicio de biblioteca de voz. De tal suerte que, uno de los riesgos es que se pueda generar resultados de salida con los modelos de voz de usuario que se han compartido en la biblioteca de voz.

III. LA IMAGEN, LA VOZ Y LA RÉPLICA DIGITAL COMO OBJETOS DE PROTECCIÓN JURÍDICA

La imagen tiene un valor como fuente de datos. No por ser un dato personal, sino para ser utilizada en el entrenamiento de los modelos de IA generativos como una fuente de información que es susceptible de ser utilizada en el tráfico económico (particularmente en el relacionado con el ecosistema de la IA y los diversos agentes que intervienen). Si bien la imagen se asocia con la identificación de las personas, es importante reconocer usos que no van destinados a lograr una réplica digital o identificación en el resultado generado por la IA. Se hace referencia a aquellos en

³⁴ EDWARDS (2024).

³⁵ KLEINMAN (2023).

³⁶ ELEVEN LABS (2024).

los cuales la imagen –como bien jurídico– solo reviste importancia como dato de entrenamiento, así como en aquellos en los que la finalidad del uso es el entrenamiento (en los cuales se toma en cuenta atributos específicos de la imagen o la voz de una persona), pero no es posible su identificación. Por ejemplo, las características faciales o acústicas de la voz, información sobre el estilo del habla, el acento, la emoción u otros atributos del discurso generado, idioma o identidades del locutor (por ejemplo, “una voz femenina con acento estadounidense”)³⁷.

Dado que la utilización de la imagen no persigue su identificación, la única forma de protección que podría aplicarse en este caso es bajo el régimen de protección de datos personales. Por lo que solo hecho de que se lleve a cabo sin consentimiento del titular, se consideraría un tratamiento ilícito de datos personales –lo que calificaría la intromisión como ilegítima–³⁸ más allá de que el resultado de la aplicación del sistema sea la persona identificable o no.

Así, que la persona no está suficientemente identificada, no existe una asociación explícita con su identidad, no se consintió su uso y tampoco tiene lugar una compensación por el uso de dicha voz en el entrenamiento de los generadores de voz o distribución de voces sintética. Si bien también existe un uso con fines comerciales, dicho uso no está relacionado con la identidad de una persona, sino con las características generales del bien jurídico. Distinto es el caso en el cual existe una relación directa entre la identidad de la persona y la finalidad comercial o de entretenimiento que existe con dicho uso, en este caso se hace referencia, incluso, a una suplantación de la identidad³⁹.

21

También se hallan aquellos supuestos en los cuales el uso de la imagen sí se identifica en una réplica digital concreta. En dicho particular concreto, se deben identificar aquellas réplicas digitales que son utilizadas en el ámbito creativo y profesional y aquellas otras réplicas digitales que no tienen dicho fin. Las réplicas digitales no son exclusivas de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como tampoco tienen relación con este ámbito. De tal forma que las personas físicas pueden, también, tener réplicas digitales (incluso, un artista puede poseer una réplica digital), pero no estar relacionada con el ámbito profesional en el cual se desempeña, así como tampoco con su fama y prestigio. Y será a este último supuesto concreto al cual se hace referencia en este trabajo.

1. Imagen, voz y réplicas profesionales de los artistas, intérpretes o ejecutantes

Una cuestión que es necesaria determinar, es establecer con certeza si la imagen y la réplica digital son bienes jurídicos independientes o es el mismo bien jurídico.

³⁷ HUTIRI, PAPAKYRIAKOPOULOS & XIANG (2024).

³⁸ TRUJILLO (2024), p. 93.

³⁹ HUTIRI, PAPAKYRIAKOPOULOS & XIANG (2024).

Puesto que, si se distingue la imagen como fuente de datos de entrenamiento, se debería tener en cuenta que la imagen y la voz son bienes jurídicos independientes de la réplica digital. En principio, debe ser autorizado tanto su uso en el entrenamiento de IA como la obtención de la réplica digital y su utilización. Ello, dado que la réplica digital existe independientemente de la imagen como activo, y como tal debe ser considerada.

Imagen y réplica digital son bienes jurídicos distintos con vida independiente en el tráfico económico y cultural, aunque sus ámbitos jurídicos de protección coincidan. La réplica digital es en sí misma un bien jurídico cuyo uso debe ser autorizado en los actos de disposición, incluyendo su publicación, distribución, transmisión o puesta a disposición. En este sentido, adquiere un especial significado el término de *enchype*, propuesto por Luciano Floridi para hacer referencia al concepto de copia que tiene una relación especial con su fuente, con el origen de la creación. Si bien el término utilizado por el académico no se hace en el ámbito específico de la imagen, sino de la creatividad propiamente dicha, también es aplicable al supuesto que se analiza. Dicho concepto permite comprender que la imagen como bien jurídicamente protegido es distinto de la réplica, puesto que esta no se trata de cualquier copia de aquella, sino que está “vinculada de forma significativa y auténtica con la cosa real en sí” y que dicha réplica podría en sí mismo ser considerada como auténtica dado que está conectada y ha sido producida a partir de una persona real⁴⁰. Esta conexión está dada por el acto de autorización y consentimiento de la persona titular de la imagen, lo que convierte a la réplica no en original, pero sí, al menos, auténtica, reforzando la conexión con su origen y con una persona concreta, en el entendido de que con la IAG, se produce una separación entre la originalidad y la autenticidad, elementos que, a su vez, “son demostrables desde la fuente hasta el producto a través del proceso de producción”⁴¹.

En este punto, adquiere una especial importancia la autorización que se haya concedido para generar la réplica digital, no solo porque la autorización establece los límites de la licitud e ilicitud de la réplica, sino, también, porque en aquellos casos donde existe una réplica digital que no ha sido debidamente autorizada no se puede hablar de un bien jurídico susceptible de comercialización y del tráfico, amén de que tampoco es posible hablar de la existencia de un nexo entre la imagen y la réplica. En este supuesto, será la regulación jurídica de la imagen y los distintos mecanismos de protección que cada ordenamiento jurídico establezca para protegerla, los que se utilizarán para minimizar e indemnizar los daños y perjuicios que se provoquen por el uso de la imagen en una réplica digital sin autorización. Ahí concretamente se analiza la infracción desde el acto relacionado con la captación, fijación, reproducción y comercialización de la imagen o su tra-

⁴⁰ FLORIDI (2018), p. 317.

⁴¹ FLORIDI (2018).

tamiento ilegítimo como dato personal, independientemente de que dichos actos puedan traer consigo afectaciones a otros derechos de la personalidad como son el honor y la intimidad.

Para algunos autores la intención del *deepfake* (no distinguen de la réplica digital) es fundamental, en particular si la intención es de no causar un daño a la reputación de la persona a través de su imagen o si por el contrario es para desprestigiar, atentar contra la integridad, injuriar o calumniar, finalidad de facilitar información falsa o manipulación de las audiencias⁴². Así que se considere que la intención es fundamental para evaluar si el *deepfake* es malicioso o no. No obstante, en materia de protección de los derechos de imagen, antes de analizar la intención en la utilización del *deepfake*, se debe saber si se ha concedido o no autorización para el uso de la imagen y cuál es la finalidad de dicha autorización, incluso si existiendo aquella la réplica digital es utilizada con los fines que para los cuales se concedió dicha autorización.

Este es el caso, por ejemplo, cuando se producen temas musicales generados por IA con la voz de artistas que no lo han interpretado en la realidad⁴³. Si bien no se está explotando la imagen ni la voz de la persona —dado que lo que es susceptible de tráfico económico ha sido creado por un sistema de IA a partir del entrenamiento con imágenes y voz del artista—, el resultado es igual o, al menos, reúne los elementos de identificación de la voz del artista (es una imitación en la que no existen dudas sobre la similitud entre la voz del artista y aquella que se simula). Sin embargo, no existe autorización ni control del uso de esta imagen por parte del titular de la imagen, quien ejercerá sus derechos personales para limitar la intromisión en sus derechos, y nunca tendrá ni decidirá sobre el control de esa réplica digital que ha sido creada a partir de dicha intromisión.

Cuando se conceda autorización para la generación de una réplica digital, serán los términos de dicha autorización los que establecerán las condiciones de uso en el tráfico económico de dicha réplica, existiendo la posibilidad, incluso, de que este uso sea ilícito si infringe los términos de dicha autorización o provoca alguna afectación a otros derechos de la personalidad como son el honor y la intimidad. Si bien la regulación en este caso descansa esencialmente en una sede contractual, en este caso dado que el uso de la imagen en la réplica digital ha sido autorizado, lo trascendente es el destino o intención del uso de esta, así como la afectación que dicho uso pudiera provocar en otros bienes jurídicos. Por lo que la finalidad del uso perseguido con la réplica digital podrá ser variada y precisa también de autorización⁴⁴.

⁴² RAMÓN (2022), pp. 3774-3775.

⁴³ KRAFTMAN (2023).

⁴⁴ La Ley Elvis responsabiliza a quien, a sabiendas (con conocimiento), utilice o infrinja el uso del nombre, fotografía, voz o imagen con fines de publicidad de productos, mercancías, bienes o servicios, o con fines de recaudación de fondos, solicitud de donaciones, compras de productos, mercancías, bienes o servicios, sin el consentimiento previo de dicha persona; en el caso de un menor

Desde el derecho de imagen tradicionalmente se ha entendido que la infracción ocurre desde que se capta la imagen, se reproduce y se distribuye esta sin la autorización correspondiente. Sin embargo, lo que acontece con la IAG es que es posible que exista una reproducción y distribución de la voz o imagen de la persona, sin que previamente exista su captación en la persona física. Generando una réplica digital que está relacionada con la imagen o voz de la persona física, pero no es esta en sí misma considerada. Se hablaría, entonces, de una suplantación o imitación de la voz o imagen y lo que acontece es que no siempre esta suplantación o imitación de la voz tiene un nivel de similitud que coincida con la voz real. Ejemplo de ello es el caso de la actriz estadounidense Scarlett Johansson, quien consideró que una de las voces que OpenAI utilizó para su asistente conversacional de Chat GPT Plus, “sonaba incómodamente parecida” a la suya, por lo que la intérprete presionó a la *startup* para que la retirara⁴⁵. Distinto de ello ocurrió con la canción *Heart on my sleeve*, en el cual sí se utilizaron las voces de los artistas canadienses de Drake and the Weeknd aun cuando estos no cantaron un tema musical generado por IA⁴⁶.

Esto lleva a analizar otro aspecto, y es cómo determinar esta similitud y cuáles son las posibles vías jurídicas de protección. En otras palabras, cómo se logra identificar a la persona y, en concreto, al artista intérprete o ejecutante. Si bien la réplica es independiente de la tecnología utilizada para su creación o los medios a partir de los cuales se crea y, por ello, la persona física tiene que ser identificable en la réplica en virtud de su rostro, semejanza u otra característica distintiva o a partir de información mostrada en relación con dicha semejanza⁴⁷.

Estos serían los elementos a partir de los cuales se puede llevar a cabo la identificación, aunque es necesario precisar que no es la identificación en sí misma. Entonces, ¿cómo se puede llevar a cabo la identificación?, ¿cuándo es posible concebir que existe semejanza u otra característica distintiva?

Para identificar la imagen y la voz de las personas se debe tener en cuenta que esta sea distintiva e identificable. Mientras la identificabilidad se establece a partir del carácter distintivo de la voz y la imagen, la distintividad está dada por las diferencias que existen entre las voces de otros cantantes, o las cualidades o características particulares, rasgos faciales u otros elementos que pudieran identificar a la persona (en este caso el artista intérprete). Ello, por supuesto, excluye el estilo como forma, manera o método de llevar a cabo una actividad. Así, en Tom Waits V. Frito-Lay, Inc se haya entendido que el estilo es “cómo se canta una canción, cómo se interpreta la música, cómo se expresan las palabras de una canción” e incluye

sin el consentimiento previo de sus padres o tutores legales o, en el caso de una persona fallecida, sin el consentimiento del albacea o administrador, herederos o legatarios del causante.

⁴⁵ METZ (2024).

⁴⁶ KRAFTMAN (2023).

⁴⁷ CONGRESS GOV (2024b).

“el estado de ánimo, el fraseo y el ritmo, si una selección se interpreta en voz alta o baja, si la canción se expresa cantando, hablando o con una combinación de ambas”.

Lo anterior no está sujeto a propiedad, no puede ser apropiado y ningún cantante puede excluir a otros⁴⁸. El estilo de cantar no es igual al estilo que pudiera existir en materia de la imagen propiamente dicha, si el estilo de la imagen, convierten a la persona en único, si podría ser identificable. Por lo que la mera imitación del estilo resultaría insuficiente para exigir responsabilidad civil.

La semejanza tiene que implicar que la identificación es poder precisar quién o quiénes podrían realizar esta identificación. En el caso de los artistas intérpretes o ejecutantes se habla de un “espectador u oyente normal y razonable”, empero qué o quién podría ser considerado como tal. Este es, sin duda, un concepto que no está definido y al propio tiempo se debe determinar cuál es el número, si basta un solo espectador para identificar al artista o debe ser un grupo indeterminado de personas. Por lo que el término ‘conocido’ o ‘muy conocido’ sería relativo y dependerá de la figura del artista. De tal forma que se puede ser conocido por un gran número de personas en una zona geográfica determinada, solo por los propios seguidores o por los seguidores de un tipo particular de música. Y las diferencias en el grado de celebridad se reflejarán en la cuantía de los daños indemnizables, no en el daño propiamente dicho.

El elemento de la celebridad si pudiera ser más o menos definitorio al momento de determinar si existe o no imitación e incluso, si la réplica pudiera provocar confusión entre los espectadores u oyentes de la voz. Esto marcaría una importante distinción en relación con el grado de similitud que debe existir entre la réplica digital y la imagen y voz propiamente dicha. De modo que se debería determinar si la réplica digital tiene que ser tan buena que las personas familiarizadas con la voz del titular crean que él lo ha interpretado o basta con que se acuerden de la persona o piensen que la réplica digital sonaba similar. Las diferencias entre uno y otro supuesto son importantes porque pueden suponer, en principio, una ampliación del ámbito de protección al implicar una evocación.

Al considerar el término ‘evocar’ dentro del supuesto de la infracción se amplía no solo los supuestos en la que esta puede tener lugar, sino, también, indirectamente el concepto de imagen, porque evocar no sería igual a réplica o copia⁴⁹. Evocar del latín *‘evocare’* tiene varias acepciones como es “recordar algo o a alguien, o traerlos a la memoria” y “traer algo a la imaginación por asociación de ideas”⁵⁰, según la RAE. Ello supone un marco de protección más amplio porque no se refiere solo al hecho de la identificación de una persona, y a si la

⁴⁸ T.W. v. Frito-Lay, Inc. (1992).

⁴⁹ UNITED STATES COPYRIGHT OFFICE (2024), pp. 11-12.

⁵⁰ RAE (versión 23.8.1), ‘evocar’.

réplica y la imagen son más o menos coincidentes, sino a si la persona que evoca es capaz de recordar al artista o, al menos, establecer una asociación entre la réplica digital y el artista intérprete o ejecutante real. Presenta, por tanto, un carácter más subjetivo, que recae en la figura del espectador u oyente.

Como se ha hecho referencia, la figura del “espectador u oyente normal y razonable” no se encuentra definida en los ordenamientos jurídicos. Aunque no es la primera vez que un concepto de este tipo –indeterminado– se utiliza en supuestos de confusión. Algo similar acontece con el concepto de consumidor medio para los supuestos de confusión marcaria, caso en el cual le corresponde a la autoridad judicial determinar quién o quiénes son las personas que se encuentran “normalmente informadas y razonablemente atentas y perspicaces”⁵¹.

Más allá de que se pueda considerar la evocación como parte de la infracción de los derechos de imagen de una persona determinada, lo cierto es que uno de los resultados de la aparición de la IAG ha sido la ampliación del marco de protección de este derecho en dos sentidos fundamentales. El primero, respecto a qué entender por imagen y el segundo a incluir dentro del ámbito de protección no solo el uso de la imagen y voz de una persona determinada, sino, también, la semejanza que pudiera existir entre la imagen y voz real y la réplica.

El ámbito de expansión de la imagen y los rasgos distintivos no es algo nuevo. La concepción de qué es la imagen y su ámbito de protección jurídica no ha permanecido estático desde el reconocimiento que se hiciera en las leyes de derechos de autor a la figura del retrato y del retratado. Es en este sentido que en Amparo Directo 7/2022, la Primera Sala SCJN determinó que, si bien en el art. 87 de la Ley Federal del Derecho de Autor hace referencia al término de ‘retrato’, esta acepción no puede entenderse en sentido restrictivo. Y el derecho a la propia imagen debe entenderse protegido en dicho artículo y comprender cualquier manifestación o representación gráfica de la persona⁵².

Otras disposiciones jurídicas han incluido dentro de la imagen a la voz, y le han concedido protección ya sea de forma autónoma, como un derecho de la personalidad propio o, bien, dentro de un concepto amplio de imagen (bien afirmaba Bette Midler ya que:

“Una voz es tan distintiva y personal como un rostro. La voz humana es una de las formas más palpables en que se manifiesta la identidad”⁵³.

“Una voz es tan distintiva y personal como un rostro. La voz humana es una de las formas más palpables de manifestar la identidad. [...] A ni-

⁵¹ RAE (s.f.), ‘consumidor medio’.

⁵² SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN (MÉXICO) (2023).

⁵³ T.W. v. Frito-Lay, Inc. (1992).

vel filosófico se ha observado que con el sonido de una voz, ‘el otro está ante mí’. D. Ihde, *Listening and Voice* 77 (1976)”⁵⁴.

Ya se considere la voz como parte de la imagen, protegida o no por el derecho de imagen o el Right of Publicity, lo cierto es que es en sí misma un activo intangible distinto de la imagen en sí (fácilmente distinguible por aspectos como la modulación, timbre, etc.). Debido a que en múltiples perspectivas el concepto de imagen no incluye propiamente al de la voz, algunos ordenamientos jurídicos han, incluso, modificado su regulación para incluirla. En el *Código Anotado* de Tennessee, 47-25-1106(a), por ejemplo, amplió su concepto, y sustituyó los términos de “fotografía o imagen” por los de “fotografía, voz o imagen”⁵⁵. Se entiende por voz, entonces, cualquier sonido en un medio que es

“fácilmente identificable y atribuible a un individuo en particular, independientemente de si el sonido contiene la voz real o una simulación de la voz del individuo”⁵⁶.

La Ley Elvis concibe como voz a

“los sonidos de cualquier medio que contenga la voz real o una simulación de la voz de una persona, ya sea grabada o generada por un ordenador, inteligencia artificial, algoritmo u otra tecnología, servicio o dispositivo digital, en la medida en que la persona representada o simulada sea fácilmente identificable a partir del sonido de la voz o de la simulación de la voz, o a partir de otra información mostrada en relación con la misma”⁵⁷.

27

También se ha incluido la voz como parte de la identidad de las personas, así como otros elementos que podrían hacerla distinguible además de la imagen. En Indiana se hace referencia al término personalidad como cualquier atributo del individuo que lo identifique ante un espectador u oyente ordinario y razonable, y se incluye entre otros al: nombre, firma, fotografía, imagen, parecido, voz, gestos y apariencia distintiva⁵⁸. Dado que la regulación no es *numerus clausus* es posible considerar como tales otros atributos como pudieran ser los ademanes y gestos. En este caso, tanto la imagen y la voz —como parte de la identidad— constituyen atributos de aquella y como tal pueden ser apropiados y tener además valor en el mercado.

⁵⁴ M. v. Ford Motor Co. (1988).

⁵⁵ TENNESSEE GENERAL ASSEMBLY (2024), art. 7.

⁵⁶ *Op. cit.*, art. 3.

⁵⁷ *Op. cit.*, art. 6.

⁵⁸ *Indiana Code* (2024), § 32-36-1.

a) ¿La representación digital como objeto de protección?

A la par de esto, se aprecia, también, una tendencia dirigida a ampliar el ámbito de protección de la imagen, dentro del cual se incluye no solo el uso que se puede hacer de la imagen y la voz en sí mismas, sino, también, la imitación o semejanzas. Por ejemplo, la No AI Fraud Act no conceptualiza el término de imagen sino el de *likeness*, que es similar al de apariencia o similar a otra persona y concibe como tal tanto a la imagen o semejanza que es identificable en virtud de su rostro, característica distintiva u otra información mostrada en relación con la semejanza⁵⁹.

En la propuesta de No Artificial Intelligence Fake Replicas and Unauthorized Duplications Act se utiliza el término de *digital depiction*, para hacer referencia al de réplica, imitación o aproximación de la semejanza de un individuo, que se crea o altera total o en parte mediante tecnología digital. Los conceptos de réplica y *depiction*, ni siquiera cuando pueden ser utilizados indistintamente no son iguales. Mientras réplica es una copia muy buena o exacta de algo, *depiction* es el acto de mostrar cómo es alguien/algo con palabras o imágenes, especialmente en una obra de arte⁶⁰. El concepto de *depiction* contiene al de réplica, sin embargo, no coinciden, porque conforme al propio concepto incluye, además, el de imitación o aproximación.

En la “Ley de herramientas para abordar la explotación conocida mediante la inmovilización de deepfakes tecnológicos en sitios web y redes” conocida también como “Ley Take It Down”, adoptada el 19 de mayo de 2025 se emplea el término de *digital forgery* para hacer alusión a la representación visual íntima de una persona identificable:

“creada mediante el uso de software, aprendizaje automático, inteligencia artificial o cualquier otro medio generado por ordenador o tecnológico, incluyendo la adaptación, modificación, manipulación o alteración de una representación visual auténtica que, cuando es vista en su conjunto por una persona razonable, es indistinguible de una representación visual auténtica de la persona”⁶¹.

Si bien el concepto de representación visual íntima permite proteger la réplica digital y su ámbito material de protección es limitado, la norma protege dos objetos distintos:

- 1) el rostro, la imagen u otra característica distintiva incluida una marca de nacimiento única u otra característica reconocible de las personas en este contexto y

⁵⁹ CONGRESS GOV (2024b), 5.

⁶⁰ CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS (s.f.), ‘depiction’.

⁶¹ CONGRESS GOV (2025).

- 2) la aparición total o parcial de la representación visual íntima de la persona, es decir, no la imagen en sí misma, sino su representación. Lo que sin duda constituye una forma de protección de las réplicas digitales de las personas en el ámbito específico de su intimidad conforme al marco legal⁶².

La inclusión de la imitación o representación dentro del ámbito de protección no es solo un tema relacionado con la protección de la imagen y la voz, sino con la réplica digital y cómo esta es utilizada y puede provocar una intromisión en la esfera jurídica del titular de los derechos. En este sentido, el objeto de protección del derecho se amplía notablemente, puesto que la sola semejanza en la cual se identifique una persona, sin importar medios de creación ni finalidad del uso, sería protegida y necesitaría autorización.

Las réplicas y en concreto la generación sintética de la imagen o voz de una persona permite que estos bienes puedan ser simulados o generados de forma artificial, ya sea por un ordenador, inteligencia artificial, algoritmo u otra tecnología, servicio o dispositivo digital. Desde el ámbito técnico no se está utilizando la reproducción de la imagen o voz de una persona previamente fijada e, incluso, no tiene que existir una coincidencia total en todos los elementos de la voz y la imagen. La imitación parte de la identificación, ya sea realizada a partir de la propia simulación o por cualquier información mostrada en relación con la imagen y la voz⁶³, aun cuando sea información asociada.

Empero la protección de la imitación no es igual que la de la imagen. Cuando se protege la imitación solo se hace en relación con los derechos de imagen de una persona, los mecanismos de protección entre uno y otro supuesto son distintos, dado que no todos los supuestos de imitación son igualmente protegidos. Así, que la tutela de la imagen ocurre sin tenerse en cuenta cuál es la finalidad del uso, por el solo hecho de que se fije la imagen de una persona y sin tener en cuenta el uso o finalidad comercial. En el caso de la imitación no sucede lo mismo, puesto que la mera imitación de una actuación grabada no constituye infracción de los derechos de autor ni en el supuesto de que el intérprete se proponga deliberadamente simular la actuación de otro de forma exacta⁶⁴.

29

⁶² El término “representación visual íntima” tiene un marco material muy acotado, su significado se establece en la sección 1309 de la Ley de Asignaciones Consolidadas de 2022 (15 U.S.C. 6851) y se entiende como tal (i) los genitales descubiertos, la zona púbica, el ano o los pezones de una mujer pospuberal de un individuo identificable; o (ii) la exhibición o transferencia de fluidos sexuales corporales: (I) a cualquier parte del cuerpo de un individuo identificable; (II) desde el cuerpo de una persona identificable o (III) una persona identificable que participa en una conducta sexualmente explícita y (B) incluye cualquier representación visual descrita en el subpárrafo (A) producida mientras la persona identificable se encontraba en un lugar público, solo si la persona no: (i) mostró voluntariamente el contenido representado o (ii) consintió la conducta sexual representada.

⁶³ CONGRESS GOV (2024b).

⁶⁴ HOUSE COMMITTEE ON THE JUDICIARY, 17 U.S.C.A. § 114(b).

La suplantación de la voz no es nueva se le ha considerado como una piratería de la identidad⁶⁵, y tiene que reunir determinados requerimientos para ser perseguible. Algunas resoluciones judiciales han abordado ya estos requerimientos desde los ordenamientos jurídicos estadounidense, español y mexicano. En *Midler contra Ford Motor Co.*, se sostiene que cuando la voz distintiva de una cantante profesional es conocida y se imita para vender un producto, los vendedores se han apropiado de algo que no es suyo. Se sostiene que cuando:

“la voz distintiva de cantante profesional es ampliamente conocida y se imita deliberadamente para vender un producto, los vendedores se han apropiado de lo que no es suyo y han cometido un agravio [...]”⁶⁶.

En España, por ejemplo, la actuación de un cantante y su equipo musical que trataban de imitar casi a la perfección la versión fonográfica de discos Columbia fue considerada por el Tribunal Supremo como un perjuicio no solo para los titulares de los derechos de autor, sino, también, para los consumidores al presentar la cinta apócrifa como si se tratara de la grabación original. Aunque era un caso en materia penal el Alto Foro realizó una precisión importante; señalando que el lucro y el perjuicio que existe por la infracción de los derechos de autor no debe confundirse con el lucro y perjuicio que se logra a costa del público comprador⁶⁷.

Por su parte, la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación determinó que:

“el derecho a la propia imagen, en su vertiente de imitación se encuentra protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; puesto que su alcance no se limita a la imagen o fotografía, sino que también protege la semejanza, apariencia e imitación”.

A juicio de la Sala, esto significa que existe una afectación al derecho a la propia imagen cuando una persona imitadora que evoca la imagen aparente y visible del imitado se aprovecha del parecido para buscar de manera intencional un provecho económico, o provoca confusión con la imagen original del artista⁶⁸.

Esta concepción de la imitación de la imagen y la voz dentro del concepto de réplica digital cambia la forma en la que se ha entendido la protección jurídica de la imitación, dado que no es necesario acreditar que dicha limitación está relacionada con el uso comercial o apropiación de estos bienes jurídicos, sino que,

⁶⁵ M. v. Ford Motor Co. (1988).

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ Se precisa que, en el ámbito penal la estafa carece de sustancia delictiva si no existe perjuicio. TRIBUNAL SUPREMO DE ESPAÑA (1984).

⁶⁸ SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN (MÉXICO) (2023).

por el solo hecho de existir entraría dentro del supuesto de protección jurídica. Ello significa que el concepto de imagen tal como hoy se conoce no es suficiente para poder garantizar control de los individuos sobre bienes de su personalidad y, en particular, sobre aquellos que se crean a partir de estos, como son las réplicas digitales.

Dado que el concepto de réplicas digitales es mucho más amplio que el de imagen y voz, es imposible pensar que el marco jurídico actual es suficiente para proporcionar a las personas el control sobre el uso de su imagen y nuevas formas de expresión de esta (como es la réplica digital). Al incluirse dentro de este el concepto de semejanza o apariencia se amplía el objeto del derecho de imagen y voz, incluso con una protección más cercana a la identidad de la persona que a la forma en que tradicionalmente se ha concebido a la imagen y la voz, sin tener en cuenta cómo ha tenido lugar la réplica digital.

2. La protección jurídica de la réplica digital

La ampliación implica una mayor protección ante nuevas formas de generación de réplicas digitales que incluyen aspectos relacionados con la personalidad del individuo⁶⁹, sin tener en cuenta la finalidad del uso de la réplica o de la intencionalidad⁷⁰. Es aquí que la principal pregunta que surge tras la aparición y el uso de las réplicas digitales es si el marco jurídico actual —que cada ordenamiento jurídico ha desarrollado— es suficiente para proporcionar a las personas el control sobre el uso de su imagen o si es necesaria una mayor intervención del derecho ante esta insuficiencia⁷¹. Teniendo en cuenta que la protección de estos bienes jurídicos no es uniforme a nivel internacional (incluso en cada país), en algunos casos la protección de la imagen y la voz se realiza como un derecho humano, mientras que en otros como un derecho de la personalidad o dentro del *right of publicity*, que tiene un marcado carácter patrimonial⁷².

Se puede identificar una multiplicidad de vías o formas de protección de la imagen y la réplica digital de los artistas intérpretes o ejecutantes. Esta diversidad de marcos regulatorios puede incidir de forma negativa en la protección jurídica de la figura de las réplicas digitales no solo en los ordenamientos jurídicos nacionales, sino, también, a escala internacional, dado que existe un mosaico de legislaciones sobre la protección de los derechos de imagen, personalidad y *right of pu-*

31

⁶⁹ O'DONNELL (2024).

⁷⁰ Para algunos autores la protección se extiende a la voz del individuo y a la imitación, se le confiere acción civil cuando esta se utilice de mala fe, sin autorización para fines publicitarios, de *merchandising*, recaudación de fondos, solicitud de donaciones, etc. SAÍZ (2024).

⁷¹ SECRETARY OF STATE FOR SCIENCE, INNOVATION AND TECHNOLOGY, UK (2024).

⁷² La Right of Publicity Act del estado de Illinois (765 ILCS 1075/) reconoce como tal el derecho de cada persona de controlar y elegir si utiliza su identidad con fines comerciales y de qué manera. ILLINOIS GENERAL ASSEMBLY (1999), §10.

blicity, con ámbitos de protección coincidentes, pero también con alcances diferentes, en particular en relación con la protección de la voz, de la réplica digital y de sus aplicaciones comerciales. Ello, sin duda, genera incertidumbre al propio tiempo que provoca resultados y estrategias de protección diferenciadas en relación con el ordenamiento jurídico en el que se reclama la protección. De hecho, en la gran mayoría de los casos lo que se aprecia es una adaptación de los supuestos ya previstos en cada ordenamiento jurídico a la aplicación y desarrollo de la IA y las réplicas digitales.

El actual modelo regulatorio de la imagen y la voz deja en manos de los propios titulares de la voz e imagen la responsabilidad de defender e impugnar el uso de estos bienes sin licencia, lo cual refuerza el papel fundamental que desempeñan en la negociación de sus derechos los sindicatos y demás organizaciones colectivas, en particular al establecer mínimos de protección que tienen que ser respetados por los distintos actores que podrían intervenir en el uso y aplicación de la tecnología. Algunos autores, por ejemplo, como Stuart Green manifiestan su preocupación por la existencia de remedios jurídicos para el uso no autorizado de la voz a partir de la regulación de la figura de los derechos de la personalidad, que difiere en cada jurisdicción, y en dependencia de ello puede decirse si existe o no protección⁷³.

Por todo ello, algunas organizaciones han hecho referencia a la necesidad de armonizar la protección⁷⁴. El informe de la oficina del *copyright* propone una ley federal de réplicas digitales, esto obedece a un tema de competencia en Estados Unidos. Mientras que los derechos de autor constituyen una regulación de competencia federal, la protección del *right of publicity* es de competencia estatal, cambiando, así, la regulación dependiendo de cada Estado. Por lo que se entiende que la armonización en materia de regulación reduciría la ambigüedad jurídica haciéndola más eficiente⁷⁵.

También es posible que pueda obtener una protección desde la aplicación de figuras e instituciones jurídicas generales, como son la vía penal y la protección de datos personales. En el ámbito penal, las propuestas son realizadas para configurar como tipo penal la difusión del *deepfake* sin el consentimiento de la persona de cuya imagen se trata y sin una intención maliciosa. Identificándose varias propuestas regulatorias, en países como Chile y México, con diferentes tipos de impacto, precisión y alcance del tipo penal, en vistas a reunir los requisitos de certeza y seguridad jurídica necesarias⁷⁶.

Asimismo, la concepción de la voz e imagen como un dato biométrico, en particular una categoría especial de dato personal (conocido como dato sensible)⁷⁷, de-

⁷³ Para el autor en Australia no existe, véase GREEN (2024).

⁷⁴ UVA (2023).

⁷⁵ LUTES (2025), p. 29.

⁷⁶ LLANTÉN, ALMONACIDM SILVA, HERNÁNDEZ Y CALISTO (2023); SANTANA (2025).

⁷⁷ Art. 4.14 en relación con el art. 9 de la UNIÓN EUROPEA (2016). Así lo ha considerado también UVA (2024).

termina un modo de protección según la regulación de la ley de datos personales de cada país. Para algunos autores sin necesidad de un reconocimiento expreso la normativa de protección de datos personales ofrece un marco de protección para la imagen y la voz ante el uso en sistemas de inteligencia artificial, puesto que ambos son datos personales⁷⁸. Sin embargo, otros consideran que la protección es insuficiente frente a la utilización no consentida de la voz cuando ha sido procesada sin permitir su identificación (o sea identificable) y frente a imitaciones, aunque este último aspecto es discutible⁷⁹. Si podría ser un efectivo mecanismo de protección cuando no existe consentimiento específico para el uso de la imagen en el entrenamiento de un sistema de IA, incluyendo cuestiones relacionadas con los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición (conocidos como derechos ARCO), así como la prohibición de la transferencia internacional de datos personales.

Otras vías de protección, más específicas, son aquellas relacionadas con la concepción de las réplicas digitales dentro del ámbito de los derechos de la personalidad, del denominado *right of publicity* o del ámbito profesional en normas de derechos de autor como en de índole laboral.

La protección como derecho de la personalidad incluyendo, en aquellos países que reconocen su versión comercial, es una posibilidad, aunque tienen sus limitaciones. Todo parece indicar que el *right of publicity* presenta mayor capacidad de adaptabilidad a las condiciones que establece la IAG para la protección de las réplicas digitales, en relación con los derechos de imagen desde la óptica o perspectiva de los derechos de la personalidad, que tiene un marcado carácter negativo. Esto se debe a que la concepción económica o patrimonial permite comprender el acto de disposición de la imagen o la voz para su utilización como réplica digital. También debe tenerse en cuenta que la protección de la réplica digital solo desde el *right of publicity* podría ser incompleta al no brindar protección a aquellos usos in consentidos de la imagen en una réplica digital en los que no existe un carácter comercial, como si acontece en la concepción del derecho a la imagen como derecho de la personalidad, donde sin importar dicho carácter la sola captura de la imagen; su reproducción, distribución o comercialización in consentida ya constituye una violación del derecho⁸⁰.

Este sistema de protección difiere de aquellos que han consagrado la protección de la imagen y la voz como derechos de la personalidad. En este último supuesto se trata del derecho de cada persona de controlar y elegir si utiliza su identidad con fines comerciales y de qué manera. Mientras el derecho a la imagen

⁷⁸ TRUJILLO (2024), p. 95.

⁷⁹ SAÍZ (2024).

⁸⁰ El carácter comercial se determina a partir de “el uso público o la ostentación de la identidad de una persona (i) en o en relación con la oferta de venta o la venta de un producto, mercancía, bienes o servicios; (ii) con fines de publicidad o promoción de productos, mercancías, bienes o servicios; o (iii) con fines de recaudación de fondos”. ILLINOIS GENERAL ASSEMBLY (1999), §5.

como derecho de la personalidad es personal, intransferible, irrenunciable, inalienable y relativamente indisponible el *right of publicity* tiene un marcado carácter patrimonial. La formulación del *right of publicity* es mucho más amplia que la del derecho de la personalidad porque se hace desde el concepto de identidad y no desde lo que se puede entender o no como imagen. Dado su carácter comercial y la explotación de la identidad, no se entiende extinguido con el fallecimiento del titular, sino que se reconoce el mismo independientemente de que la persona esté viva o muerta. Por ejemplo, la regulación del estado de Illinois permite el uso con fines comerciales de la imagen siempre y cuando exista consentimiento por escrito y este se brinde durante toda la vida de la persona y cincuenta años posterior a su fallecimiento⁸¹.

En Chile no existe una norma que reconozca este derecho de forma expresa al menos en la *Constitución* ni en el *Código Civil*, por ello, las posiciones al respecto se encuentran divididas. Se identifican al menos tres posiciones. Una primera, que considera que al regularse el respeto y protección de la intimidad en el art. 19 n.º 4 de la *Constitución Política de la República* se garantiza el derecho a la propia imagen de toda persona sin distinción alguna⁸²; una segunda, defendida por autores como Alfredo Ferrante consideran que el derecho no está regulado, con excepción de la normativa laboral, existiendo solo referencia a tipologías peculiares en el contrato de trabajo, por lo cual su regulación jurídica se coloca en una especie de “zona gris” que lo superpone o lo relaciona con los derechos a la honra e intimidad:

“siendo la doctrina y la jurisprudencia las que amplían el campo de acción al considerarlo un derecho de la personalidad, susceptible de ser indemnizado por daño moral”⁸³,

y otra, muy relacionada con esta última, que considera que este derecho

“es un derecho esencial de la persona que se encuentra implícito en nuestro ordenamiento constitucional, teniendo un carácter autónomo, aunque tiene vinculaciones con la privacidad en un sentido amplio, el cual debiera tener una regulación específica en nuestro ordenamiento jurídico”⁸⁴.

⁸¹ ILLINOIS GENERAL ASSEMBLY (1999), § 30, inc. c).

⁸² PEÑA (2002), p. 299.

⁸³ FERRANTE (2017), p. 153.

⁸⁴ NOGUEIRA (2007), p. 260. El autor también plantea que al no encontrarse expresamente señalado en el art. 20 de la *Constitución* esta figura, se ha generado una confusión en la jurisprudencia chilena sobre la autonomía de este derecho, su relación con otros derechos como la intimidad, pudiendo ser, incluso, una forma de proteger a este derecho en este contexto.

El hecho de que no exista una regulación clara y precisa sobre el derecho a la propia imagen como derecho autónomo al derecho al honor y el de protección de la vida privada no significa que no sea reconocido como tal e, incluso, que no exista protección jurídica, como afirma Jorge Aillapán Quinteros lo que ha ocurrido es una construcción dogmático-jurisprudencial⁸⁵. Hay que reconocer que esta construcción no está exenta de contradicciones y limitaciones, en particular, al generar confusión e inconvenientes prácticos que se profundizan cuando se trata de la protección de este bien jurídico en el ámbito digital y, concretamente en el contexto de los *deepfakes*. Por ejemplo, todo lo concerniente a la naturaleza jurídica del derecho, su disponibilidad, posibilidad de ser objeto de tráfico jurídico, el consentimiento como elemento que delimita la ilicitud o no de su uso, el alcance frente a la captación, reproducción y publicación en forma reconocible y visible, así como la capacidad de su titular de decidir cuándo, cómo, por quién y forma en que se puede captar, reproducir o publicar la imagen⁸⁶.

Otras formas de protección están dadas de manera indirecta por las propias normas de propiedad intelectual y de derecho al entretenimiento⁸⁷ así como disposiciones legales relacionadas con actos de competencia desleal, prácticas en-

⁸⁵ AILLAPÁN (2016).

⁸⁶ NOGUEIRA (2007), p. 261.

⁸⁷ En México se han presentado varias propuestas en este sentido. Propuesta para reformar el primer párrafo del art. 23 de la Ley Federal de Cinematografía y añadir un segundo en materia de protección de derechos de artistas de doblaje y locución. Ya existe la obligación de que el doblaje de películas extranjeras se realice en la república mexicana con personal y actores mexicanos o extranjeros residentes en el país, salvo las disposiciones contenidas en convenios o tratados internacionales, todo ello con la finalidad de conservar la identidad lingüística nacional. La propuesta incluye reconocer como parte de la finalidad los derechos de los artistas de doblaje y locutores. El segundo párrafo que se adiciona prohíbe el uso de la IA para generar “emulación de voces que tengan como origen las voces de los artistas de doblaje y locución”. Iniciativa que reforma y adiciona el art. 23 de la Ley Federal de Cinematografía, 2024. También existe una propuesta para la protección y reconocimiento de las aportaciones vocales de locutores, actores de doblaje y artistas se propone el establecimiento de un registro de voz, se ha presentado una propuesta legislativa que se basa en reformar el párrafo tercero del art. 99 de la Ley Federal del Derecho de Autor, adicionar un párrafo cuarto al propio artículo y adiciona la fracción XI al art. 163 de la propia norma. El art. 99 de la LFDA establece las condiciones mínimas que debe cumplir el contrato de producción audiovisual, en particular la cesión de derechos a favor del productor. Se propone que el productor no puede utilizar la voz del actor en sus obras por periodo mayor a cinco años a partir de la fecha de celebración del contrato, salvo pacto en contrario. En el mismo documento se deben establecer las condiciones de uso, en particular las referidas a la cantidad de obras y reproducciones en las cuales se utilizará su voz y las medidas de protección necesarias para su salvaguarda. Iniciativa que reforma y adiciona los arts. 99 y 163 de la LFDA, 2024. En mayo de 2026, se publicaron reformas a la LFDA que reconocen el derecho de los artistas intérpretes o ejecutantes de autorizar o prohibir la suplantación de sus interpretaciones o ejecuciones por sistemas de IA o cualquier otra tecnología que resulten en generación de clones de sus interpretaciones o que simulen su voz de manera identificable, excepto en determinados supuestos. Con la introducción del apartado VII del art. 118 de la LFDA se protegen las réplicas digitales en el ordenamiento jurídico mexicano.

gañosas de la ley de protección al consumidor, marcas y la usurpación de denominación (*passing off*). Se considera que los derechos conexos o afines reconocidos a las interpretaciones y ejecuciones impiden las reproducciones no autorizadas de las interpretaciones o ejecuciones realizadas a través de IA, incluyendo la imitación, repetición o la sintetización⁸⁸, sin embargo, este mecanismo de protección tiene limitaciones. En Chile, para algunos autores como Alfredo Ferrante la regulación de la figura en una ley de propiedad intelectual, no se puede considerar como una regulación del derecho a la propia imagen, sino la exteriorización del derecho de propiedad intelectual y, concretamente, al derecho a la imagen ajena retratada por un fotógrafo⁸⁹.

En Estados Unidos la voz no es susceptible de protección desde los derechos de autor porque los sonidos no están fijados, pero si se fijaran los titulares serían los productores de fonogramas, desde la protección de la propiedad intelectual. Incluso cuando existen marcos coincidentes debe de reconocerse que la invasión de los derechos personales es de naturaleza diferente a la infracción de los derechos de autor. La primera tiene un marcado carácter personal, se controla el uso de la identidad del individuo o, al menos, de aspectos que tengan que ver con esta, como es la voz⁹⁰.

En Dinamarca, una propuesta de modificación de la Ley de Derechos de Autor (Ley consolidada n.º 1093 del 20 de agosto de 2023, modificada por la Ley n.º 676 del 11 de junio de 2024) ha provocado todo un debate sobre la protección de la imagen, las réplicas digitales y los derechos de autor y conexos. El proyecto introduce una protección de las actuaciones y protección contra imitaciones generadas digitalmente. La regulación distingue entre imitaciones digitales realistas de la actuación artística o la interpretación de un artista intérprete o ejecutante y la imitación de los rasgos físicos personales de cualquier persona. En ambos casos se prohíbe poner a disposición del público, sin su consentimiento, la imitación digital, reconociéndose, a su vez, un derecho de disposición por un periodo de cincuenta años posterior al fallecimiento de una persona imitada. En el caso de las imitaciones digitales de la actuación artística se aplican disposiciones generales de la Ley de Derechos de Autor, mientras que en las de todas las personas físicas la protección desde el derecho común, incluye a las personas extranjeras (art. 82 a).

⁸⁸ SECRETARY OF STATE FOR SCIENCE, INNOVATION AND TECHNOLOGY, UK (2024).

⁸⁹ En contra Jorge Aillapán Quinteros considera que en Chile, dado que la figura se regula para ciertas actividades en la legislación especial, por ejemplo, el *Código del Trabajo* regula la situación de artistas y deportistas sujetos a contrato de trabajo y en los arts. 145-I y 152 bis F de la Ley de Propiedad Intelectual, se está reconociendo en el derecho nacional las cualidades de patrimonialidad y traficable, así como el derecho de los titulares para autodeterminarse respecto a los retratos. AILLAPÁN (2016).

⁹⁰ T.W. s v. Frito-Lay, Inc. (1992).

Según sus promotores la propuesta se analiza en un contexto de fomento de la colaboración público-privada para abordar los contenidos nocivos, incluidos *deepfakes*, establecer buenas prácticas en materia de regulación de la seguridad en línea y realizar esfuerzos por mejorar la alfabetización digital⁹¹. Se ha interpretado que estas propuestas de modificaciones a la ley otorgan derechos de autor sobre su propia imagen, al proteger el uso indebido de sus identidades digitales en un contexto de los *deepfakes*. Lo cierto es que se asimila la protección que se concede a la identidad digital a la de derechos de autor. En este sentido se reconoce que la identidad y el rostro humano no pueden considerarse una creación original, existiendo diferencias sustanciales entre ambas figuras, mientras los derechos de autor protegen las obras creativas, los derechos de la personalidad protegen la imagen, la voz y la identidad de una persona.

Si bien una regulación de este tipo no es, desde el punto de vista técnico, la mejor forma de regular la figura, desde el ámbito técnico legislativo, es importante que se tomen en cuenta los motivos que han llevado al legislador danés a realizar esta propuesta, en particular las relacionadas con la falta de claridad en materia de eliminación de contenidos establecidos en el Reglamento Europeo de Servicios Digitales, la falta de reconocimiento de los derechos de la personalidad como base para eliminar contenidos en línea, obligar que las plataformas actúen con rapidez ante las denuncias formuladas y adopten un enfoque más proactivo en la protección de estos derechos es lo que ha motivado esta inclusión⁹². Con ello, se evidencia otro tema que es esencial prever y regular en el ámbito de las réplicas digitales, la responsabilidad de las plataformas en la eliminación de estos contenidos, en particular cuando no se ha emitido el consentimiento, así como tampoco existen normas claras y fáciles de aplicar para que exista una “eliminación oportuna”.

De hecho, la propuesta danesa establece en su art. 84 (sobre medidas como eliminación o destrucción del contenido infractor), la obligación de que los materiales infractores puedan ser eliminados del medio en el que fueron puestos a disposición. En consecuencia, se promueve la responsabilidad de las plataformas para eliminar este tipo de contenidos. También constituye una vía de protección de las réplicas digitales, no obstante, hasta este momento las propuestas que existen o las regulaciones adoptadas tampoco son uniformes. En el ámbito de las plataformas la protección no es amplia en materia de imagen o réplica digital, sino que se delimita el objeto de protección así como el contexto en que estas pueden ser utilizadas, en particular el de representación visual íntima de una persona identificable, criterio que implica una delimitación mucho mayor del ámbito material de la representación digital de una persona, a contextos específicos, aunque no deja de ser un mecanismo de protección indirecto de la réplica digital de una

⁹¹ WILLIGE (2025).

⁹² FLECK (2025).

artista, no cuando dicho uso se realice en el ámbito de su actuación profesional, sino en el contexto íntimo al que hace referencia la figura.

En Estados Unidos la Ley Take It Down a la que ya se ha hecho referencia establece la obligación de las plataformas, incluidos los sitios web públicos así como las aplicaciones móviles a establecer procesos de notificación y retirada, a través del cual los usuarios puedan denunciar las representaciones digitales y en virtud de las cuales se eliminan estos contenidos, en respuesta a dicha denuncia, es decir, es un procedimiento de notificación y retirada similar al previsto en la Ley de Derechos de Autor y su incumplimiento se considera una violación de la FTCA. La norma reconoce como criterio la expectativa razonable de privacidad que implica que si la persona consintió la creación de la imagen no significa necesariamente que se haya emitido el consentimiento para que esta sea publicada. El límite de responsabilidad reconocido a las plataformas solo se esgrime cuando la plataforma ha actuado de buena fe e implementado procesos internos que documenten los esfuerzos de cumplimiento, incluidas las acciones de eliminación. Todo lo cual supone un importante esfuerzo en materia de carga probatoria, al corresponderle a la plataforma tener que demostrar que ha cumplido las obligaciones previstas en la norma⁹³.

38

De manera similar a lo que acontece en EUA, en UK en la Online Safety Act se establece la obligación de las empresas de tomar medidas proactivas para eliminar cualquier tipo de contenido ilegal entre el que se encuentra aquel contenido relacionado con el uso de imágenes íntimas y que tenga una víctima individual (real o potencial). La obligación no solo está relacionada con la eliminación del contenido, sino, también, con el hecho de que este aparezca, así como el diseño de sitios web que reduzcan la probabilidad de que se utilicen para actividades delictivas. El contenido puede ser notificado por los propios usuarios o que la plataforma tenga conocimiento de este por cualquier otro medio⁹⁴.

Se ha comenzado a analizar la posibilidad de introducir modificaciones tanto en las regulaciones relacionadas con los derechos de la personalidad como en los ordenamientos jurídicos que regulan el *right of publicity*. Para ello, el gobernador de Illinois introdujo varios cambios en la Right of Publicity Act, con la finalidad de crear una causa de acción contra quienes creen réplicas digitales no autorizadas de personas con el uso de sistemas de IAG o la propia Ley Elvis del estado de Tennessee.

No obstante, las modificaciones realizadas y las propuestas que se realizaron parecieron romper o, al menos, alejarse de la teoría clásica de los derechos de la personalidad y hasta de la regulación del *right of publicity*. Entonces, se comenzó a entretener con mayor claridad un derecho de propiedad sobre la imagen y la voz, *sui generis*, que implica una simbiosis entre el derecho patrimonial del *right of pu-*

⁹³ LEVI & GHAEMMAGHAMI (2025).

⁹⁴ DEPARTMENT FOR SCIENCE, INNOVATION & TECHNOLOGY (2025).

blicity y los derechos de la personalidad. El ámbito de protección de este derecho no está asociado necesariamente a la explotación comercial de la imagen y la voz, e incluye una protección mucho más amplia que la imagen y la voz, también otros aspectos relacionados con la identidad del individuo, incluyendo su réplica digital y usos no consentidos, sin tener en cuenta la forma o el medio que se ha empleado para llevar a cabo dicha representación, que, además, no tiene a la imagen ni la voz en sí misma consideradas.

Desde su configuración, este derecho incluye la posibilidad de autorizar en todo o en parte la explotación de la imagen y la voz, así como su réplica, y no expira a la muerte del individuo, independientemente de que dichos bienes hayan sido explotados comercialmente por el individuo durante su vida⁹⁵. Existe, así, un periodo de protección posterior al fallecimiento del titular y que difiere en cuanto a su extensión, entre los diez y los cincuenta años –aunque tiene excepciones, puede ser menor si se comprueba que no se ha utilizado la imagen con fines comerciales– posterior al fallecimiento de una persona por un periodo de dos años, o que fallezcan los albaceas, cesionarios, herederos o legatarios de los derechos⁹⁶.

CONCLUSIÓN

Ni la imagen ni la réplica digital deben ser confundidas con el acto de interpretación. Si bien es imposible separar la imagen del artista de la interpretación, es posible entender que cuando el artista autoriza la fijación de la interpretación, no son los mismos bienes jurídicos. La imagen implícita en la interpretación corre la misma suerte que aquella, al igual que acontece con la voz. Empero, son bienes jurídicos diferentes. Lo que igualmente acontece con el uso de la réplica digital, la cual se puede usar y explotar en el acto de fijación o comunicación en un producto musical, audiovisual o de otra naturaleza. No obstante, no son los mismos bienes jurídicos.

La IAG le permite a la réplica digital obtener una autonomía suficiente como bien jurídico para ser incorporada en cualquier tipo de obra o ser un contenido en sí mismo considerado. La imagen y la réplica digital (representación digital) son bienes jurídicos distintos con vidas independientes en el tráfico económico y cultural. Por ello, la réplica digital es en sí misma un bien jurídico cuyo uso debe ser autorizado en los actos de disposición, incluyendo su publicación, distribución, transmisión o puesta a disposición. Para esto, es importante distinguir las réplicas digitales que son utilizadas en el ámbito creativo y profesional de aquellas otras réplicas digitales que no son utilizadas con dicho fin, dado que las réplicas digitales no son exclusivas de los artistas intérpretes o ejecutantes.

⁹⁵ CONGRESS GOV (2024b).

⁹⁶ THE GENERAL ASSEMBLY OF THE STATE OF TENNESSEE (2024).

Existe, también, una tendencia dirigida a ampliar el ámbito de protección de la imagen, en el cual se incluye el uso que se puede hacer de la imagen y la voz en sí mismas consideradas así como la imitación o semejanzas. De tal forma que la aparición de la réplica digital cambia la forma en la que tradicionalmente se ha protegido la imagen y la voz. Por tanto, estas formas de protección no son suficientes para garantizar el control de los individuos sobre bienes de su personalidad y, en particular, sobre aquellos otros que se crean a partir de estos, como son las réplicas digitales.

Dado que el concepto de réplicas digitales es mucho más amplio que el de imagen y voz, resulta inviable pensar que el marco jurídico actual sea suficiente para proporcionar a las personas un control efectivo sobre el uso de su imagen y sobre otras nuevas formas de expresión de esta, como lo es la réplica digital. En este contexto, se amplía el objeto de protección del derecho de imagen y voz al incluir el concepto de semejanza o apariencia, entendida como una proyección digital que puede no limitarse a la reproducción exacta de rasgos físicos o de voz. Esta protección se aproxima más al concepto de identidad personal, en el cual no resulta relevante la técnica empleada para generar la réplica digital. No es necesario, entonces, acreditar que la afectación se relaciona con el uso comercial o la apropiación de estos bienes jurídicos; basta con la existencia misma de la réplica para que se configure un supuesto de protección jurídica.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- AILLAPÁN QUINTEROS, Jorge Eduardo (2016). “El derecho a la propia imagen: ¿derecho personalísimo?, ¿derecho fundamental? Precisiones terminológicas para el ordenamiento jurídico chileno”. Disponible en www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&cid=S0718-34372016000200004 [fecha de consulta: 20 de noviembre de 2025].
- AZUAJE PIRELA, Michelle (2024). “Deepfakes, réplicas digitales y futuro del trabajo creativo: desafíos y tendencias regulatorias”. Disponible en <https://ojs.austral.edu.ar/ripi/article/view/1552/1891> [fecha de consulta: 20 de noviembre de 2025].
- CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS (s.f.). *Cambridge Dictionary*, ‘depiction’. Disponible en <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/depiction> [fecha de consulta: 25 de enero de 2025].
- COMISIÓN EUROPEA (2025). *Guidelines on AI System Definition*, C(2025) 924. Disponible en <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/commission-publishes-guidelines-ai-system-definition-facilitate-first-ai-acts-rules-application> [fecha de consulta: 4 de marzo de 2025].
- Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión (1961). Disponible en <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000130729> [fecha de consulta: 15 de diciembre de 2024].

- EDWARDS, Benj (2024). “New Zemeckis film used AI to de-age Tom Hanks and Robin Wright: Time-hopping film Here used AI trained on every Tom Hanks movie to make him appear young again”. Disponible en <https://arstechnica.com/ai/2024/11/new-zemeckis-film-used-ai-to-de-age-tom-hanks-and-robin-wright/> [fecha de consulta: 15 de diciembre de 2024].
- ELEVENLABS (2024). “ElevenLabs Voice Library Addendum applies if you reside outside of the European Economic Area (EEA), Switzerland, or UK”. Disponible en <https://elevenlabs.io/vla> [fecha de consulta: 4 de diciembre de 2024].
- EXECUTIVE OFFICE OF THE PRESIDENT (2023): *Executive Order 14110, Safe, Secure, and Trustworthy Development and Use of Artificial Intelligence*. Disponible en www.federalregister.gov/documents/2023/11/01/2023-24283/safe-secure-and-trustworthy-development-and-use-of-artificial-intelligence [fecha de consulta: 20 de noviembre de 2024]. Actualmente derogada.
- FBI (2024). “Usos criminales de la inteligencia artificial generativa para facilitar el fraude financiero”. Alerta: I-120324-PSA. Disponible en www.ic3.gov/PSA/2024/PSA241203#retfn1 [fecha de consulta: 20 de diciembre de 2024].
- FERRANTE, Alfredo (2017). “La protección a la imagen y su materialidad en el ordenamiento chileno”. Disponible en www.redalyc.org/articulo.oa?id=427551159003 [fecha de consulta: 20 de noviembre de 2025].
- FINDLAY, Georgina (2025). “‘You’re gonna find this creepy’: My AI-Cloned Voice Was Used by the Far Right. Could I Stop It?”. Disponible en www.theguardian.com/commentisfree/2025/jan/07/ai-clone-voice-far-right-fake-audio [fecha de consulta: 6 de febrero de 2025].
- FLECK, Giovana (2025). Denmark leads EU push to copyright faces in fight against deepfakes [en línea]. *Tech Policy Press*, 7 oct. 2025. Disponible en www.techpolicy.press/denmark-leads-eu-push-to-copyright-faces-in-fight-against-deepfakes/ [fecha de consulta: 1 de diciembre 2025].
- FLORIDI, Luciano (2018). “Artificial Intelligence, Deepfakes and a Future of Ectypes”. *Philosophy & Technology*, vol. 31, Dordrecht/Amsterdam.
- GARCÍA-ULL, Francisco Javier (2021). “Deepfakes: el próximo reto en la detección de noticias falsas”. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, n.º 64, Barcelona.
- GOLDSTEIN, Mabel (1995). *Derecho de autor*. Buenos Aires: Ediciones La Roca.
- GÓMEZ-DE-ÁGREDÁ, Ángel, Claudio FEIJÓO y Idoia-Ana SALAZAR-GARCÍA (2021). “Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. *Deep fakes* e inteligencia artificial”. *Profesional de la Información*, vol. 30, n.º 2, e300216, Barcelona.
- GORDON, Devin (2024). “What if A.I. Is Actually Good for Hollywood?”. Disponible en www.nytimes.com/2024/11/01/magazine/ai-hollywood-movies-cgi.html [fecha de consulta: 30 de marzo de 2025].
- GREEN, Stuart (2024). “Time for a New Tune on Voice Rights?”. Disponible en <https://dcc.com/news-and-insights/time-for-a-new-tune-on-voice-rights/> [fecha de consulta 20 de enero de 2025].

- HUTIRI, Wiebke, Orestis PAPAKYRIAKOPOULOS & Alice XIANG (2024). “Not My Voice! A Taxonomy of Ethical and Safety Harms of Speech Generators”. Disponible en <https://doi.org/10.1145/3630106.3658911> [fecha de consultado: 2 de agosto de 2024].
- KLEINMAN, Zoe (2023). “Spotify will not ban AI-made music, says boss”. Disponible en www.bbc.com/news/technology-66882414 [fecha de consulta: 15 de diciembre de 2024].
- KRAFTMAN, Tamzin (2023). “AI deepfake of Drake and The Weeknd not eligible for Grammy as vocals not legally obtained”. Disponible en <https://musictech.com/news/music/ai-drake-the-weeknd-not-eligible-for-grammy/> [fecha de consulta: 15 de octubre de 2024].
- LIPSZYC, Delia (2006). *Derecho de autor y derechos conexos*, reimpresión inalterada de la edición de 1993. Buenos Aires: Ediciones UNESCO, CERLAC y Zavalía.
- LEVI, Stuart D.; Mana GHAEMMAGHAMI (2015). “‘Take It Down Act’ requires online platforms to remove unauthorized intimate images and deepfakes when notified”. Disponible en www.skadden.com/insights/publications/2025/06/take-it-down-act [fecha de consulta: 10 de junio de 2025].
- LORENZ, Peter, Karine PERSET & Jamie BERRYHILL (2023). “Initial policy considerations for generative artificial intelligence”. Disponible en <https://doi.org/10.1787/fae2d1e6-en> [fecha de consulta: el 4 de marzo de 2025].
- LLANTÉN, Constanza; David ALMONACID, Benjamín SILVA, Bárbara HERNÁNDEZ, Víctor CALISTO (2023). “Ley sobre la difusión de deepfakes con intención maliciosa y sin consentimiento”. Disponible en www.bcn.cl/delibera/show_iniciativa?id_colegio=3701&idnac=2&patro=0&nro_torneo=2023 [fecha de consulta: 1 de diciembre de 2025].
- LUTES, Brent A. (ed.) (2025). *Identifying the Economic Implications of Artificial Intelligence for Copyright Policy: Context and Direction for Economic Research*. Disponible en www.copyright.gov/economic-research/economic-implications-of-ai/Identifying-the-Economic-Implications-of-Artificial-Intelligence-for-Copyright-Policy-FINAL.pdf [fecha de consulta: 20 de marzo de 2025].
- METZ, Rachel (2024). “Playing the Waiting Game for ChatGPT’s Voice Assistant”. Disponible en www.bloomberg.com/news/newsletters/2024-06-26/chatgpt-s-promised-voice-assistant-still-hasn-t-arrived [fecha de consulta: 30 de noviembre de 2024].
- NATIONAL INSTITUTE OF STANDARDS AND TECHNOLOGY (2024). *Trustworthy and Responsible AI NIST AI 100-4, Reducing Risks Posed by Synthetic Content*. Disponible en <https://doi.org/10.6028/NIST.AI.100-4> [fecha de consulta: 20 de enero de 2025].
- NIGHTINGALE, Ed (2023). “UK Actors and Equity Are Battling the Rise of AI-Driven Deepfake Mods. Where Performers’ Voices Are Used Without Permission”. Disponible en www.eurogamer.net/uk-actors-and-equity-are-battling-the-rise-of-ai-driven-deepfake-mods [fecha de consulta: 24 de febrero de 2025].
- NOGUEIRA ALCALÁ, Humberto (2007). Fundamental implícito. Fundamentación y caracterización [en línea]. *Ius et Praxis*. 2007, año 13, n.º 2, pp. 245-285. Disponible en www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-00122007000200008 [fecha de consulta: 20 de julio de 2025].

- O'DONNELL, James (2024). "La IA ahora puede crear una réplica de tu personalidad". Disponible en www.technologyreview.es/s/16904/la-ia-ahora-puede-crear-una-replica-de-tu-personalidad [fecha de consulta: 28 de noviembre de 2024].
- OWASP (2024). *Guide for Preparing and Responding to Deepfake Events*. Disponible en <https://genai.owasp.org/resource/guide-for-preparing-and-responding-to-deepfake-events/> [fecha de consulta: 30 de octubre de 2024].
- PEÑA ATERO, José Ignacio (2002). "La protección del derecho a la propia imagen". *Revista de Derecho Público*, núm. 64, Santiago. También disponible en <https://revistaderechopublico.uchile.cl/index.php/RDPU/article/view/43108/45047> [fecha de consulta: 10 de diciembre de 2025].
- RAMÓN FERNÁNDEZ, Francisca (2022). "Inteligencia artificial y los derechos en torno a la creación y la imagen". Disponible en <https://revista-aji.com/wp-content/uploads/2022/06/141.-Francisca-Ramon-3762-3791.pdf> [fecha de consulta: 20 de octubre de 2024].
- RAE (versión 23.8.1). *Diccionario de la lengua española*, 'evocar'. Disponible en <https://dle.rae.es/evocar> [fecha de consulta: 15 de diciembre de 2024].
- RAE (s.f.). *Diccionario panhispánico del español jurídico*, 'consumidor medio'. Disponible en <https://dpej.rae.es/lema/consumidor-medio> [fecha de consulta: 15 de diciembre de 2024].
- SAG-AFTRA (2023). *What You Need to Know About the 2023 TV/Theatrical Contracts. Digital Replicas 101*. Disponible en www.sagaftra.org/sites/default/files/sa_documents/DigitalReplicas.pdf [fecha de consulta: 22 de diciembre de 2024].
- SAÍZ GARCÍA, Concepción (2024). "El desafío legal de la voz sintética". Disponible en <https://valgrai.eu/es/2024/06/21/desafio-legal-voz-sintetica-caso-johansson-reformas-normativas/> [fecha de consulta: 28 de enero de 2025].
- SADAIA (2024). *Deepfakes Guidelines*. Disponible en https://istitlaa.ncc.gov.sa/en/transportation/ndmo/deepfakesguidelines/Documents/SDAIA_Deepfakes%20Guidelines.pdf [fecha de consulta: 30 de marzo de 2025].
- SÁNCHEZ ARISTI, Rafael (2007). "Comentarios a los artículos 105–112 del TRLPI", en Rodrigo BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (coord.). *Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual*. Madrid: Tecnos.
- SANTANA SILVA, Daniela (2025). *Derecho a la imagen y uso de inteligencia artificial. Regulación en la Unión Europea y proyectos de ley en España y Dinamarca*. Disponible en https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/37500/2/BCN_Derecho_a_la_imagen_y_uso_de_inteligencia_artificial_Regulacion_en_la_Union_Europea_y_proyectos_de_ley_en_Espana_y_Dinamarca.pdf [fecha de consulta: 10 de diciembre de 2025].
- SECRETARY OF STATE FOR SCIENCE, INNOVATION AND TECHNOLOGY, UK (2024). *Copyright and AI: Consultation*. Disponible en www.gov.uk/government/consultations/copyright-and-artificial-intelligence/copyright-and-artificial-intelligence [fecha de consulta: 28 de enero de 2025].
- SHARF, Zack (2022). "Val Kilmer's Return: A.I. Created 40 Models to Revive His Voice Ahead of 'Top Gun: Maverick'". Disponible en <https://variety.com/2022/film/>

- news/val-kilmer-top-gun-maverick-voice-artificial-intelligence-1235281512/ [fecha de consulta: 15 de diciembre de 2024].
- STASSEN, Murray (2024). “Universal Music uses AI voice cloning tool to create Spanish-language version of Brenda Lee’s hit ‘Rockin’ Around The Christmas Tree’”. Disponible en www.musicbusinessworldwide.com/universal-music-used-an-ai-voice-cloning-tool-used-to-create-a-spanish-language-version-of-brenda-lees-rockin-around-the-christmas-tree1/ [fecha de consulta: 30 de octubre de 2024].
- TRUJILLO CABRERA, Carlos (2024). “El derecho a la propia imagen (y a la voz) frente a la inteligencia artificial”. Disponible en <https://indret.com/wp-content/uploads/2024/01/1841.pdf> [fecha de consulta: 30 de marzo de 2025].
- UNIÓN EUROPEA (2024): *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...* Disponible en https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401689 [fecha de consulta: 2 de agosto de 2024].
- UNITED STATES COPYRIGHT OFFICE (2024). *Copyright and Artificial Intelligence. Part 1: Digital Replicas. A Report of the Register of Copyrights*. Disponible en <https://copyright.gov> [fecha de consulta: 20 de enero de 2025].
- UVA (2023). “Los profesionales de la voz del mundo alzan su voz”. Disponible en www.unitedvoiceartists.com/wp-content/uploads/2023/05/UVA-MANIFESTO-SPANISH.pdf [fecha de consulta: 30 de marzo de 2025].
- UNIVERSAL MUSIC GROUP (2024). “Soundlabs and Universal Music Group Announce Strategic Agreement to Offer Responsibly Trained AI Technology and Vocal Modeling Plug-In Midrop To UMG Artists”. Disponible en www.universalmusic.com/soundlabs-and-universal-music-group-announce-strategic-agreement-to-offer-responsibly-trained-ai-technology-and-vocal-modeling-plug-in-midrop-to-umg-artists/ [fecha de consulta: 20 de septiembre de 2024].
- VAZIRI, Aidin (2024). “Jerry Garcia’s AI voice now available to read books, newspaper articles and more”. Disponible en www.sfchronicle.com/entertainment/article/jerry-garcia-ai-voice-revival-19910466.php [fecha de consulta: 15 de diciembre de 2024].
- WILLIGE, Andrea (2025). “Deepfake legislation: Denmark moves to protect digital identity”. Disponible en www.weforum.org/stories/2025/07/deepfake-legislation-denmark-digital-id/ [fecha de consulta: 1 de diciembre de 2025].
- ZÚNIGA TAPIA, Francisco (2024). Los daños que provoca una imagen deepfake y por qué la legislación chilena no la considera un delito [en línea]. *BioBioChile*, 1 de junio de 2024. Disponible en www.biobiochile.cl/noticias/sociedad/debate/2024/06/01/los-danos-que-provoca-una-imagen-deepfake-y-por-que-la-legislacion-chilena-no-la-considera-un-delito.shtml [fecha de consulta: 20 de enero de 2025].

Normas citadas

- CONGRESS GOV (2024a). Content Origin Protection and Integrity from Edited and Deepfaked Media Act of 2024. Disponible en www.congress.gov/bill/118th-congress/senate-bill/4674/all-info [fecha de consulta: 5 de enero de 2025].

- CONGRESS GOV (2024b): H.R. 6943-No AIFRAUD Act. Disponible en www.congress.gov/bill/118th-congress/house-bill/6943/text [fecha de consulta: 20 de julio de 2024].
- CONGRESS GOV (2025): Take It Down Act. Disponible en www.congress.gov/bill/119th-congress/senate-bill/146/text [fecha de consulta: 1 de diciembre de 2025].
- DEPARTMENT FOR SCIENCE, INNOVATION & TECHNOLOGY (2025). “Guidance Online Safety Act: explainer”. Disponible en www.gov.uk/government/publications/online-safety-act-explainer/online-safety-act-explainer#:~:text=safety%20act%2Dexplainer,What%20does%20the%20Online%20Safety%20Act%20do%3F,users%20safety%20on%20their%20platforms [fecha de consulta: 10 de diciembre de 2025].
- GARCÍA SEGURA, Marisol (2024). “Iniciativa que reforma y adiciona los artículos 99 y 163 de la Ley Federal del Derecho de Autor. Disponible en https://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2024/03/asun_4715820_20240306_1707869588.pdf [fecha de consulta: 12 de diciembre de 2024].
- HOUSE COMMITTEE ON THE JUDICIARY. Notes of Committee on the Judiciary, 17 U.S.C.A. § 114(b). En United States Code, § 114. Disponible en www.law.cornell.edu/uscode/text/17/114? [fecha de consulta: 16 de diciembre de 2024].
- Indiana Code (2024). Disponible en <https://iga.in.gov/laws/2024/ic/titles/1> [fecha de consulta: 20 de marzo de 2025].
- ILLINOIS GENERAL ASSEMBLY (1999). Right of Publicity Act, 765 ILCS 1075/. Disponible en www.ilga.gov/legislation/ilcs/ilcs3.asp?ActID=2241&ChapterID=62 [fecha de consulta: 22 de diciembre de 2024].
- MÉXICO. Presidencia de la República. Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal del Trabajo y de la Ley Federal del Derecho de Autor, en materia de derechos de las personas trabajadoras artistas intérpretes o ejecutantes. *Diario Oficial de la Federación*, Ciudad de México, 14 de mayo de 2026. Disponible en: DOF – Decreto (14 de mayo de 2026). [fecha de consulta: 20 de julio de 2026].
- PALOS GARCÍA, Claudia Lizeth (2024). “Iniciativa que reforma y adiciona el artículo 23 de la Ley Federal de Cinematografía”. Disponible en https://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2024/04/asun_4754751_20240430_1713307095.pdf [fecha de consulta: 12 de diciembre de 2024].
- TENNESSEE GENERAL ASSEMBLY (2024): Ensuring Likeness, Voice and Image Security Act of 2024 (ELVIS Act). Public Chapter No. 588. Nashville, TN, 2024. Disponible en <https://wapp.capitol.tn.gov/apps/BillInfo/Default?BillNumber=HB2091&GA=113> [fecha de consulta: 20 de enero de 2025].
- THE GENERAL ASSEMBLY OF THE STATE OF TENNESSEE (2024). House Bill 2091, An Act to amend Tennessee Code Annotated, Title 39, Chapter 14, Part 1 and Title 47, relative to the protection of personal rights. Disponible en <https://legiscan.com/TN/text/HB2091/id/2900923> [fecha de consulta: 20 de enero de 2025].
- UNIÓN EUROPEA (2016): 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). Disponible en www.boc.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf [fecha de consulta: 15 de febrero de 2025].

Jurisprudencia citada

- A.M. *et al.* v. Cushman and Wakefield, Inc., *et al.* (2025): Superior Court of California, County of Alameda René C. Davidson Courthouse, September, 9, 2025, Case No. 23 CV028772 Order re Terminating Sanctions. Disponible en https://cdn.prod.website-files.com/601987a724bdae251872ed2c/68cd47f5360c1ccf4320_d24c_Deepfake_Sanctions_Decision__1758266619.pdf [fecha de consulta: 20 de noviembre de 2025].
- CÁMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO CIVIL (Argentina), Sala C. Sentencia de 13 de junio de 1965. *Jurisprudencia Argentina (JA)*, t. 1965-V.
- M. v. Ford Motor Co. (1988): United States Court of Appeals for the Ninth Circuit, June 22, 1988, 849 F.2d 460. Disponible en <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/849/460/37485/> [fecha de consulta: 13 de febrero de 2025].
- P.L. v. Lovo, Inc. (2025): District Court, Southern District of New York, July 10, 2025, Case 1:24-cv-3770-JPO Complaint. Disponible en <https://nysd.uscourts.gov/sites/default/files/2025-07/Lovo%20v%20Lehrman.pdf> [fecha de consulta: 25 de julio de 2025].
- 46 SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN (MÉXICO) (2023): Primera Sala, Amparos Directos 5, 6 y 7, todos de 2022.
- T.W. v. Frito-Lay, Inc. (1992): United States Court of Appeals for the Ninth Circuit, August 5, 1992, 978 F.2d 1093. Disponible en <http://law2.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/communications/waits.html> [fecha de consulta: 20 de febrero de 2025].
- TRIBUNAL SUPREMO DE ESPAÑA (1984): Sala Segunda de lo Penal. Sentencia de 30 de mayo de 1984. Ref.: TS:1984:1003. Ponente: José Hermenegildo Moyna Menguez.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

<i>al.</i>	<i>alii</i>
ARCO	acceso, rectificación, cancelación u olvido y oposición
art.	artículo
arts.	artículos
CERLALC	Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe
CIDE	Centro de Investigación y Docencia Económicas
CNCiv.	Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil

coord.	coordinador
DOI	Digital Object Identifier
ed.	editor
etc.	etcétera
EUA	Estados Unidos de América
FBI	Federal Bureau of Investigation (Oficina Federal de Investigación)
FTCA	Ley de la Comisión Federal de Comercio
https	hypertext transfer protocol secure
IA	inteligencia artificial
IAG	inteligencia artificial generativa
<i>Ibid.</i>	<i>ibidem</i>
ILCS	Illinois Compiled Statutes
inc.	inciso
IVR	Sistemas de respuesta de voz interactiva.
JA	Jurisprudencia Argentina
LFDA	Ley Federal de Derechos de Autor
NIST	National Institute of Standards and Technology (Instituto Nacional de Estándares y Tecnología)
No AI FRAUD Act	No Artificial Intelligence Fake Replicas and Unauthorized Duplications Act of 2024
n.º	número
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
<i>op. cit.</i>	<i>opus citatum</i>
ORCID	Open Researcher and Contributor ID
OWASP	Open Web Application Security Project
p.	página
pp.	páginas
RAE	Real Academia Española
SADAIA	Saudi Data and AI Authority
SAG-AFTRA	Sindicato de Actores de Cine-Federación Estadounidense de Artistas de Radio y Televisión
SCJN	Suprema Corte de Justicia de la Nación (Mexico).
s.f.	sin fecha
UE	Unión Europea
UK	United Kingdom
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
U.S.C.	United States Code
UVA	United Voice Artists
v.	versus

Artículos de doctrina

vol. volumen
www World Wide Web