

ECIJA



E LAB

# Uso de la IA en la industria del entretenimiento

Junio de 2025

## I. Introducción

En los últimos años, la Inteligencia Artificial (en adelante, IA) ha avanzado a gran velocidad gracias al desarrollo tecnológico y la enorme cantidad de datos e información que se recopilan a diario. Estos avances han permitido que la IA pase de ser una idea o concepto futurista a una herramienta muy presente en nuestro día a día.

El **Reglamento 2024/1689 sobre Inteligencia Artificial** de la Unión Europea (en adelante, RIA), **define la IA** como todos aquellos sistemas creados para funcionar con distintos niveles de autonomía y que pueden generar resultados como predicciones, recomendaciones o decisiones que influyen en el mundo físico o digital. De este modo, la IA es capaz de imitar algunas capacidades humanas, como razonar o tomar decisiones. A diferencia de un software tradicional, que solo hace lo que se le indica, la IA puede aprender de interacciones pasadas, adaptarse a diferentes situaciones y mejorar con el tiempo.

## II. Cómo funciona una herramienta de IA generativa

Dentro del concepto global de IA, existen diferentes sistemas atendiendo a sus capacidades y ámbito de actuación. La **IA generativa** es una rama de la inteligencia artificial que no solo analiza datos y ofrece sus resultados, sino que es capaz de generar nuevos contenidos.

Para que este tipo de IA funcione correctamente, primero debe pasar por un proceso de **entrenamiento**, el cual consiste en exponerla a grandes cantidades de información que le permite analizar cómo se resuelven distintas tareas, y, a partir de ahí, generar el contenido. Dependiendo de la sofisticación del entrenamiento y del tipo de información que haya sido facilitada en el mismo, el sistema de IA estará enfocado a uno u otro sector, o a realizar determinadas tareas. Por tanto, cuanto más orientado se encuentre el entrenamiento del sistema hacia un área concreta, más eficiente será dicho sistema de IA.

En el contexto del entrenamiento, es necesario poner el foco en la calidad de los datos introducidos ya que, desde el inicio del proceso, pueden producirse sesgos, que se derivan de los datos de entrenamiento empleados. En consecuencia, cuando un usuario utilice la IA y genere un contenido determinado, este puede ofrecer aspectos discriminatorios por razón de género, raza, clase socioeconómica y orientación sexual. Por tanto, los sesgos que se encuentren presentes en el entrenamiento, también lo estarán en los resultados y, por tanto, influenciarán en el área o industria en los que se utilicen.



MACHINE  
LEARNING

BIG  
DATA

INPUT

INPUT

PROMPT

OUTPUT

## Fase 1: El entrenamiento

- A diferencia de los programas o *software* tradicionales, la IA no necesita que se le indique exactamente qué hacer en cada caso conforme a una ruta concreta. Por el contrario, procesa miles o millones de ejemplos, todo ello en base a la información previamente recibida. Lo anterior no implica que “entienda” como un ser humano, sino que reconoce patrones en los datos y asimila todo ello para repetirlos. A esto se le llama **aprendizaje automático**, o *machine learning*.
- Para poder aprender, necesita grandes cantidades de información. Por ello el **Big Data** cobra especial relevancia, ya que pone a disposición de la IA millones de textos, imágenes, vídeos, audios y más. Esta enorme cantidad de datos e información permite que la IA encuentre patrones, estilos y comportamientos comunes.
- Una vez que la IA tiene acceso a toda esa información, utiliza técnicas de **minería de datos y textos** para “leer” y seleccionar lo más relevante. Este proceso permite extraer el conocimiento útil de entre toda la información disponible.

Toda esa información elegida y procesada se convierte en lo que llamamos **input**: los datos que alimentan el sistema.

## Fase 2: La implementación

- Una vez que la IA ha sido entrenada con grandes cantidades de información (los **inputs**), está lista para generar contenido nuevo. Para ello, necesita que el usuario le dé una indicación o instrucción, conocida como **prompt**.
- Un **prompt** puede ser tan simple como “escribe una historia de ciencia ficción” o “genera una imagen de una ciudad futurista al atardecer”. A partir de esa instrucción, la IA acude a toda la información “ingerida” durante la fase de entrenamiento y genera un resultado final, que se llama **output**.
- El **output** puede ser un texto, una imagen, una canción, un vídeo o cualquier otro tipo de contenido. Lo importante es que no copia directamente la información con la que fue entrenada, sino que genera algo nuevo basándose en los patrones que ha detectado durante ese proceso previo.

En la actualidad, muchas de las noticias relacionadas con la IA giran en torno a reclamaciones por presunta infracción de derechos de autor. Esta controversia surge en esta fase, en la que la IA, tras haber sido entrenada con grandes volúmenes de información (incluidas obras protegidas por derechos de autor), genera contenido “nuevo” en base a la misma. El riesgo reside en que, aunque el resultado no sea una copia literal, no siempre es posible identificar con claridad el origen de los datos utilizados ni el modo en que han sido procesados. Esta incertidumbre ha dado lugar a demandas contra grandes compañías tecnológicas, precisamente por la poca transparencia del funcionamiento de estos modelos y su posible aprovechamiento indebido de obras protegidas.

Una vez expuesto cómo funciona la IA, vemos cómo los sistemas de IA, entendidos en sentido amplio, pueden ser una herramienta muy útil. En España, se aprecia un aumento del uso de la Inteligencia Artificial en el tejido empresarial, en todas las escalas y áreas. Tomando como referencia la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el primer trimestre de 2023<sup>1</sup>, y el Barómetro realizado por INDESIA<sup>2</sup> en 2024, el **5.9%** de las **pymes españolas** utilizaba sistemas de IA, de las cuales:

- El **5.75%** en compañías con **menos de 10 empleados**.
- El **6.60%** en aquellas de **10 a 49**.
- El **19.79%** en las de **50 a 249 empleados**.

A pesar de estos avances, el uso de la IA en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se mantiene considerablemente por debajo del de las **grandes empresas**, donde el **40.64%** ya había incorporado estas tecnologías, según la misma investigación del INE. Los principales casos de uso de IA en PYMES se concentran en investigación y desarrollo (39.68%), marketing y ventas (32.6%) y administración y gestión empresarial (31%).

---

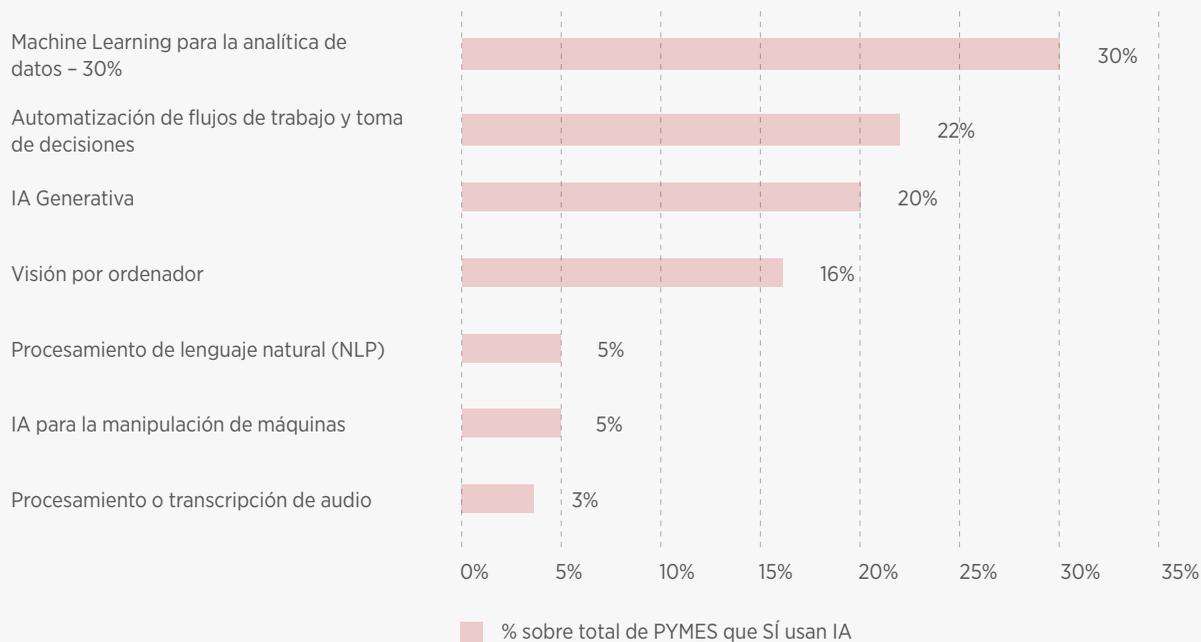
1 Instituto Nacional de Estadística. (2024). Encuesta sobre el uso de TIC y del comercio electrónico en las empresas. Año 2023 - Primer trimestre 2024. Datos definitivos. Instituto Nacional de Estadística.

2 IndesIA. (2024). Barómetro de adopción de la inteligencia artificial en las pymes españolas (Edición 2024).

## Tecnologías IA usadas

% sobre total de PYMES que Sí usan IA

Clasificación de las tecnologías IA usadas por las pymes españolas



Como se puede observar en la gráfica extraída del Barómetro de IN-DESIA, dentro de los usos de la IA, el 20% corresponde a un uso de IA generativa. Lejos de ser una moda pasajera, estos datos muestran que la IA generativa es usada como una herramienta transformadora.

Si lo enfocamos hacia el sector audiovisual y del entretenimiento, la IA generativa ofrece grandes posibilidades, dado que es un sector que se nutre de una gran variedad de industrias diversas que están interconectadas. Entre sus pilares fundamentales encontramos el cine, la televisión, la publicidad, la música, los videojuegos, las plataformas de *streaming*, las plataformas de contenidos generados por los usuarios y el deporte, entre otros. En este contexto, el auge de la IA generativa está teniendo un impacto significativo, especialmente en la producción de contenidos, por ejemplo, mediante la generación automatizada de guiones o la creación de personajes virtuales que pueden integrarse en películas, videojuegos o campañas publicitarias.

Sin embargo, la IA generativa está suscitando debates sobre la autoría y la creatividad humana, que nos plantean desafíos significativos: tión de la titularidad de los derechos de autor sobre obras generadas por IA generativa se encuentra en la encrucijada de la innovación tecnológica y la tradición legal. A continuación, veremos cómo responden a esta cuestión las normativas de **América del Norte, Europa y Asia**.

¿Quién posee los derechos del contenido generado por IA? ¿Es el programador que diseñó el algoritmo, el usuario que proporcionó las indicaciones y los datos de entrada, o acaso la propia IA, si se considera una entidad con cierto grado de “creatividad”? ¿Se vulneran los derechos de los titulares de las obras empleadas para entrenar el sistema de IA?

### III. IA generativa y derechos de autor: América, Europa y Asia frente al reto jurídico

La cuestión de la titularidad de los derechos de autor sobre obras generadas por IA generativa se encuentra en la encrucijada de la innovación tecnológica y la tradición legal. A continuación, veremos cómo responden a esta cuestión las normativas de **América del Norte, Europa y Asia**.

#### América del Norte

En la tradición jurídica de **América del Norte**, el concepto de autoría humana es fundamental para la atribución de derechos de autor. La jurisprudencia y la legislación en este sistema tiende a requerir una **intervención creativa significativa por parte de un ser humano para que una obra sea protegible por *copyright***.

La Oficina de Derechos de Autor de EE.UU.<sup>3</sup> (USCO) ha sido clara en su postura en las resoluciones emitidas, estableciendo que las obras creadas puramente por una máquina o un proceso mecánico sin una aportación creativa humana sustancial **no son elegibles** para la protección de derechos de autor.

<sup>3</sup> U.S. Copyright Office.



Keirse, Kent (Founder and CEO of Invoke). A single piece of American Cheese. 2024. Created using Invoke

No obstante, el pasado **30 de enero de 2025** la USCO sentó un precedente al aceptar el registro de una imagen generada por IA titulada “*A Single Piece of American Cheese*”. La clave para su registro fue la **intervención humana significativa** que se había producido durante el proceso de creación. Los hitos más importantes de la solicitud y el procedimiento de revisión son los siguientes:

#### Graduación de la intervención humana

- **Solicitante: Invoke** (solicitante) expuso el proceso de creación de la imagen en la publicación titulada “[Copyright Whitepaper](#)”<sup>4</sup> donde demostró que la IA fue utilizada como una **herramienta** digital más.
- **Proceso híbrido:** El creador humano realizó la **selección, coordinación y disposición creativa** de los elementos que componen la imagen. Por tanto, su intervención comprende desde la elección inicial, pasando por el **refinamiento manual** (“*inpainting*” o técnica de reconstrucción de imágenes), hasta la organización de capas para una **composición unificada**.

---

<sup>4</sup> Invoke. (2025, enero 30). *How We Received The First Copyright for a Single Image Created Entirely with AI-Generated Material*.

## Reconocimiento

- La USCO concluyó que hubo “suficiente **autoría creativa**” humana.
- **Limitación:** No obstante, la protección concedida solo cubre el **resultado final** con impronta humana, no los fragmentos puramente generados por la herramienta de IA empleada.

Sin embargo, debemos señalar que la USCO rechazó de forma previa la inscripción de materiales que **habían sido 100% generadas por IA** (ej. “Creativity Machine” de Thaler vs. Perlmutter, o las imágenes generadas por Midjourney en los casos de “Théâtre D’opéra” y “Zarya of the Dawn”, denegados **por la ausencia de autoría humana directa**).

Con el fin de orientar a posibles futuros solicitantes, La USCO ha publicado guías como la “[Copyright Registration Guidance: Works Containing Material Generated by Artificial Intelligence](#)”<sup>5</sup> y el informe “[Derecho de Autor e Inteligencia Artificial](#)”<sup>6</sup>. En dichas guías se reitera la necesidad de **autoría humana y originalidad** para la **protección**.

## Europa

Por otro lado, la normativa **europea**, al igual que la estadounidense, exige la **originalidad de la obra** como criterio fundamental de protección, entendida como la expresión de la **creación intelectual propia del autor**.

Recientemente, el Tribunal Regional de Hamburgo<sup>7</sup> desestimó la demanda del fotógrafo **Robert Kneschke** cuya imagen fue utilizada por **Laion**, una entidad sin ánimo de lucro, para **entrenar una IA generativa**.

En este caso, no se evaluó la intervención humana en el contenido generado por la IA, sino en la recolección y organización de datos por parte de los investigadores de Laion para el entrenamiento de la IA.

<sup>5</sup> U.S. Copyright Office. (2023, 16 de marzo). Copyright Registration Guidance: Works Containing Material Generated by Artificial Intelligence.

<sup>6</sup> U.S. Copyright Office. (n.d.). Artificial Intelligence and Copyright.

<sup>7</sup> *Robert Kneschke v. LAION e.V.*, 310 O 227/23 (Hamburg Regional Court, Germany 2024). WIPO Lex.

INTERVENCIÓN  
HUMANA

CRITERIOS  
DEL TRIBUNAL

OBLIGATORIEDAD  
VS.  
VOLUNTARIEDAD

El Tribunal permitió este uso basándose en varios puntos clave:

- **Excepción por Fines Científicos:** Amparado en el **artículo 60 de la Ley alemana de derechos de autor** (minería de textos y datos).
- **Sin Fines Comerciales Demostrados:** El Tribunal no consideró la existencia de un uso comercial, ya que Laion distribuyó la base de datos gratuitamente por su carácter de **entidad sin ánimo de lucro**.
- **Obra Original Reconocida:** Aun reconociendo la autoría del demandante sobre la fotografía, el Tribunal **no condenó** a Laion por el uso en base a las observaciones anteriores.

## Asia

Por su parte, en el panorama legislativo **asiático**, China se encuentra buscando reforzar su regulación sobre el uso de la IA generativa para proteger los derechos de autor. Así, su nuevo cuerpo legal sobre contenido generado por IA obliga a las empresas a informar cuándo un producto es real o generado por IA.

Mientras que en Occidente (ej. C2PA con Google, Meta, Microsoft) estas acciones son voluntarias para las corporaciones, en China serán **obligatorias**.

Esta estricta regulación, sin embargo, convive con una línea jurisprudencial clara que ya reconoce la protección de derechos de autor para contenidos generados con IA generativa, siempre que exista una **intervención humana creativa**.

El pasado 7 de marzo de 2025, el Tribunal Popular de Changshu<sup>8</sup> reconoció la existencia de una **“inversión intelectual”** sobre una fotografía creada por un particular usando la herramienta **Midjourney** (que constituye una IA generativa). Dicho particular, registró la fotografía y demandó a las empresas que usaron una imagen similar.

<sup>8</sup> Pascua Vicente, S. (2025, 3 abril). China: Un tribunal se pronuncia sobre la protección por el derecho de autor de una imagen generada con la participación de la inteligencia artificial. Instituto Autor.

El tribunal reconoció una **“inversión intelectual”** del demandante en la elección del diseño, personajes, palabras clave y composición, además de la edición posterior con la herramienta “Photoshop”.

Esta decisión sigue la línea del Tribunal de Internet de Beijing (noviembre de 2023)<sup>9</sup>, que ya había protegido una imagen generada por IA debido a la “inversión intelectual” y “expresión personalizada” del usuario.

## IV. IA generativa en escena: creatividad, derechos y dilemas en la industria audiovisual

Estableciendo el foco en la industria audiovisual y del entretenimiento, y teniendo en cuenta lo indicado sobre los distintos territorios y sus tendencias legislativas y jurisprudenciales, observamos una uniformidad creciente a la hora de abordar el uso de la IA generativa en dicha industria. Las tres grandes áreas territoriales señaladas convergen en la autoría humana como eje central de la protección de la propiedad intelectual. La clave reside en la contribución creativa significativa del ser humano. Así, los contenidos generados por IA son protegibles sólo si esta actúa como una herramienta dirigida por una persona, a diferencia del contenido que la IA genera de forma autónoma, sin recibir *prompts* elaborados, que no sería protegible.

### Creación de guiones y narrativas

---

#### Industria audiovisual

La IA generativa asiste en la escritura de guiones, analizando estructuras, sugiriendo tramas y personajes, e incluso generando diálogos. También puede adaptar obras existentes, analizando la respuesta del público para profundizar en pasajes de interés y optimizar la narrativa.

### Composición musical y diseño sonoro

---

#### Industria musical

La IA generativa ha abaratado significativamente los costes de producción musical, facilitando el acceso a bandas sonoras y efectos de audio personalizados para creadores con presupuestos limitados.

---

<sup>9</sup> Pascua Vicente, S. (2025, 3 de abril). China/EE.UU.: Se publican los últimos pronunciamientos sobre la protección por el derecho de autor de imágenes creadas con la participación de la inteligencia artificial.

Sin embargo, su uso masivo conlleva el riesgo de homogeneización de estilos, limitando la originalidad y la diversidad creativa por la excesiva dependencia de algoritmos.

## Doblaje y traducción automatizada

### Industria sonora

La IA generativa ha eliminado las barreras idiomáticas en el contenido de audio, como los podcasts. Plataformas como YouTube y Spotify utilizan esta tecnología para doblar videos y podcasts, **emulando la voz original** del creador y generando subtítulos automáticamente. Esto mejora la accesibilidad, pero plantea riesgos éticos graves como la **suplantación de identidad y fraude** mediante la clonación de voces (*deepfakes* de audio).

## Uso de Voces e Imágenes de Actores: *Deepfakes* y Clonación de Voz

### La interpretación de los actores

Los *deepfakes audiovisuales* superponen rostros o voces, difuminando la realidad y socavando la confianza. La clonación de voz y la sintetización de la misma plantean si la IA generativa es una herramienta creativa o una usurpación de identidad artística, con interrogantes sobre el consentimiento y la explotación. Desde un punto de vista normativo, la imagen y la voz se encuentran protegidas, amparándose en el derecho al honor y a la intimidad, así como en los derechos de propiedad intelectual de los artistas intérpretes.

## Pero y... ¿Cómo afecta la IA a la publicidad, la personalización de contenidos y al deporte?

### Publicidad

La IA generativa ha transformado el marketing, generando campañas más rápidas, personalizadas y eficientes. Además, ha dado lugar a influencers virtuales, controlables y siempre disponibles, que actúan como portavoces digitales de las marcas. Sin embargo, se exige transparencia legal en su utilización: los contenidos generados con IA deben identificarse claramente, y el uso de datos personales debe cumplir con la normativa sobre protección de datos personales.

## Personalización

Gracias a la IA generativa, se ha abierto la posibilidad de ofrecer contenido adaptado a cada usuario, mejorando la experiencia y fidelización. El reto está en evitar la creación de “burbujas algorítmicas” que limiten la diversidad, y en garantizar una gestión ética y transparente de los datos personales, con consentimiento informado y respeto a los derechos digitales del usuario.

## Deporte

La IA generativa mejora la experiencia del espectador con datos en tiempo real, análisis del rendimiento y retransmisiones personalizadas. Ofrece contenido más atractivo e inmersivo, pero también plantea retos en la protección de la privacidad y el manejo transparente de los datos utilizados para estas mejoras tecnológicas.<sup>10</sup>

En conclusión, habiendo analizado las posibilidades que ofrece la IA generativa en la **industria del entretenimiento**, se propone a continuación un **Survival Kit** o semáforo de riesgos y recomendaciones para que la IA generativa, lejos de ser un riesgo, sea una gran herramienta para esta industria.

En conclusión, habiendo analizado las posibilidades que ofrece la IA generativa en la **industria del entretenimiento**, se propone a continuación un **Survival Kit** o semáforo de riesgos y recomendaciones para que la IA generativa, lejos de ser un riesgo, sea una gran herramienta para esta industria.

---

10 “LALIGA transforma la experiencia futbolística y su gestión interna con la IA de Microsoft” <https://news.microsoft.com/es-es/2025/02/14/laliga-transforma-la-experiencia-futbolistica-y-su-gestion-interna-con-la-ia-de-microsoft/?msocid=386e-4f9e4e6360f30d755af34f1a6117>

## V. Survival Kit

### Nivel de riesgo

#### Acciones clave

**Uso de IA generativa para generar contenidos.**

#### Riesgos

Ambigüedad en la autoría, vulneración de derechos de autor por el entrenamiento de los sistemas, falta de protección legal, escasa intervención humana, posibles disputas sobre derechos de autor por los resultados obtenidos.

#### Recomendaciones

Asegurar siempre una participación creativa humana clara y documentada, en caso contrario, indicar que ha sido generado con IA. Asimismo, utilización de sistemas de IA que garanticen el respeto a los derechos de autor en el proceso de entrenamiento.

**Aplicación de *deepfakes* y clonación de voz o imagen sin consentimiento.**

Suplantación de identidad, fraude, daño reputacional, vulneración del derecho a la propia imagen y voz, vulneración de derechos de propiedad intelectual sobre las interpretaciones.

Obtener el consentimiento expreso de la persona afectada por el uso de estas tecnologías.

**No etiquetar o identificar contenido generado o alterado por IA.**

Confusión en el público, pérdida de confianza, incumplimiento de principios del RIA.

Exigir la inclusión de etiquetas como “Creado con IA” en atención a las obligaciones del RIA.

**Implementación de IA generativa por parte de PYMES y microempresas.**

Concede una posibilidad de crecimiento y de mejora de la eficiencia. Sin embargo, si se utiliza para reemplazar funciones que requieren cualificación humana podría suponer un riesgo en la pérdida de empleo en el sector.

Acelera los procesos de innovación y facilita el acceso a nuevas oportunidades de negocio, al permitir la creación de nuevos contenidos, siempre que se realice una revisión previa de los términos y condiciones del servicio para garantizar una implementación segura.

**Uso de IA para accesibilidad (doblaje multilingüe, subtítulos, transcripción).**

Riesgos mínimos si se informa y gestiona correctamente, y si se han obtenido las autorizaciones de los titulares de derechos (autores y artistas).

Integrar como herramienta de inclusión, con validación humana y control de calidad