

Desafíos para la propiedad intelectual ante las nuevas formas de creación en la era digital: redes sociales e inteligencia artificial

Challenges to Intellectual Property in the Face of New Forms of Creation in the Digital Age: Social Networks and Artificial Intelligence

Ana Georgina Alba Betancourt

 <https://orcid.org/0000-0003-3420-1380>

Universidad Nacional Autónoma de México. México

Correo electrónico: anag.alba@unam.mx

Recepción: 18 de junio de 2025

Aceptación: 10 de noviembre de 2025

Publicación: 10 de diciembre de 2025

DOI: <https://doi.org/10.22201/ijj.24484873e.2025.174.20264>

Resumen: El artículo examina los desafíos que enfrenta el sistema de propiedad intelectual frente a las nuevas formas de creación propias de la revolución digital y la inteligencia artificial. En un primer bloque, se analizan casos emblemáticos de creación en redes sociales — como *posts*, *reels*, memes, compilaciones de retos virales y obras colaborativas— que cuestionan los criterios tradicionales de originalidad, autoría e individualidad en el derecho de autor. Se aborda también el fenómeno del plagio digital e incluso el uso masivo de obras, al explorar los mecanismos de aviso y retirada (*notice and takedown*) y los sistemas automatizados de gestión de derechos implementados por plataformas tecnológicas. En un segundo bloque, se profundizan en los retos que plantea la inteligencia artificial, se incluyen la generación de obras sintéticas, el uso de *web scraping*, los *prompts* como elementos creativos, y la imitación no autorizada de estilos artísticos. Se analiza el caso DABUS, que ha suscitado un debate internacional sobre la posibilidad de reconocer a una inteligencia artificial como inventora bajo el régimen de patentes. El artículo concluye que el marco jurídico actual resulta insuficiente para dar respuesta a las dinámicas creativas contemporáneas, y plantea la necesidad de repensar los fundamentos del sistema de propiedad intelectual. El artículo busca contribuir a una reflexión crítica sobre el equilibrio entre protección, acceso y valor en la era digital.

Palabras clave: derecho de autor; creación digital; generación automatizada; patentes; inteligencia artificial.

Abstract: This article examines the challenges faced by the intellectual property system in light of new forms of creation arising from the digital revolution and artificial intelligence. The first section analyzes emblematic cases of content creation on social media —such as posts, reels, memes, viral challenge compilations, and collaborative works— which challenge traditional copyright concepts of originality, authorship, and individual creation. It also addresses the phenomenon of digital plagiarism and the mass use of copyrighted works, focusing on notice-and-takedown mechanisms and automated rights management systems implemented by digital platforms. The second section explores specific challenges posed by artificial intelligence, including the generation of synthetic works, web scraping practices, prompts as potentially creative elements, and the unauthorized imitation of artistic styles. Particular attention is given to the DABUS case, which has sparked international debate over whether an AI system can be recognized as an inventor under patent law. The article concludes that the current legal framework is insufficient to address the complexities of contemporary creative practices and highlights the need to rethink the foundations of copyright and patent law. The aim of this work is to contribute to a critical reflection on how to balance protection, access, and value creation in the evolving digital landscape.

Keywords: copyright; digital creation; automated generation; patents; artificial intelligence.

Sumario: I. *Introducción.* II. *Retos desde la perspectiva de lo que se entiende como “obra” protegible por derecho de autor.* III. *Retos de la IA para la propiedad intelectual: una progresión cronológica de las tensiones estructurales.* IV. *Conclusiones.* V. *Referencias.*

I. Introducción

La protección de las creaciones tiene históricamente el objetivo de alentar a la creatividad y la innovación, al permitir que las personas que crean obras puedan beneficiarse de ellas e incluso decidir cómo serán usadas o transformadas. En el presente artículo, se desdibujan algunos de los retos que las tecnologías de la información han traído al mundo de la propiedad intelectual (PI). Como es sabido, el marco de regulación internacional de la propiedad intelectual se consolidó a finales del siglo XIX, en el contexto de la revolución industrial con dos instrumentos: el Convenio de París y el Convenio de Berna. Fue cimentado en el Tratado que dio pie a la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC), mediante el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), y las legislaciones nacionales fueron construidas al tomar como base los estándares mínimos de estos convenios.

En el actual escenario marcado por una revolución tecnológica, resulta legítimo cuestionar si los fundamentos y categorías jurídicas siguen siendo adecuados para proteger las creaciones intelectuales contemporáneas. En este contexto digital, las plataformas tecnológicas han transformado las formas de creación, distribución y apropiación de contenidos. A través de las plataformas tecnológicas, millones de usuarios producen al igual que comparten contenido en el que se diluye la autoría individual y las creaciones colectivas, debido a la veloz transformación de contenido e incluso la reproducción masiva. Esto plantea preguntas fundamentales sobre lo que puede considerarse una obra protegible por derechos de autor y quién ostenta la titularidad de los derechos. Más aún, a diferencia del mundo físico, donde la legislación nacional regula los actos localizados dentro de su territorio, en Internet confluyen múltiples marcos jurídicos de manera simultánea: el ordenamiento del país en el que se constituyó la red social, las legislaciones de los Estados en los que la plataforma opera o presta servicios, y las normas aplicables a usuarios, creadores de contenido y titulares de derechos que interactúan en ellas desde diversas jurisdicciones. El enfoque comparado en este artículo obedece a esa realidad en la que en el ámbito digital confluyen diferentes jurisdicciones. No se pretende desarrollar de manera exhaustiva diferentes marcos jurídicos, sino ofrecer un marco analítico que permita contrastar respuestas normativas representativas, frente a problemáticas específicas derivadas de las creaciones en redes sociales y del uso de la inteligencia artificial (IA).

Este artículo sostiene que el sistema contemporáneo de PI, concebido para proteger creaciones individuales o colectivas, atribuibles a personas humanas, no cuenta con la capacidad estructural para regular las formas de creación digital en el contexto actual. Las formas de creación que emergen en redes sociales y mediante sistemas de IA desbordan los conceptos tradicionales. Los desafíos que estas creaciones plantean no pueden resolverse únicamente mediante ajustes normativos, sino que nos obligan a replantear la necesidad de encajar el sistema de PI en estas nuevas formas de creación.

El artículo se estructura en torno a dos apartados. En el primero, se analizan los problemas que surgen desde la perspectiva de la obra protegida por derechos de autor en entornos digitales, a partir de casos como los *reels*, memes, *posts*, contenidos colaborativos y compilaciones, por tratarse de formas de creación que son ampliamente difundidas en redes sociales, además

tensionan los criterios clásicos sobre autoría y originalidad. Posteriormente, en este compartir masivo de contenido se analiza el fenómeno de plagio digital, con especial atención al mecanismo de aviso y retirada, e incluso a los sistemas automatizados de gestión de derechos implementados por las plataformas.

En el segundo apartado, se abordan los desafíos específicos que plantea la inteligencia artificial para la propiedad intelectual, enfocándose en cuestiones que aún no han sido resueltas ni en la doctrina ni en los tribunales. Se organiza a partir de una progresión cronológica y conceptual de casos emblemáticos que permite mostrar cómo, de manera gradual, la IA tensiona las categorías clásicas de la PI, tanto en el ámbito del derecho de autor como en el de las patentes.

El propósito del presente artículo es contribuir al debate sobre el equilibrio entre el incentivo a la creación, y el acceso al conocimiento en un contexto tecnológico de rápida evolución, se cuestiona si los elementos clásicos de la PI siguen siendo adecuados para cumplir sus fines. Para la elaboración del texto, se usó la herramienta ChatGPT 4.0 como apoyo para lo siguiente: *a)* revisión y unificación de redacción; *b)* formulación de preguntas que permitieron aclarar conceptos tecnológicos; *c)* se solicitó recomendaciones de artículos periodísticos, algunos de los cuales fueron elegidos para ser parte del artículo y se citan con la referencia correspondiente. El uso se inserta conforme a las recomendaciones del formato APA, sobre el uso responsable de herramientas de IA generativa.

II. Retos desde la perspectiva de lo que se entiende como “obra” protegible por derecho de autor

En este apartado revisaremos cómo el concepto tradicional de “obra” desde la perspectiva del derecho de autor, cambia cuando se trata de contenido digital. En principio pondremos en contexto las generalidades del derecho de autor, y posteriormente analizaremos si diferentes tipos de creaciones digitales caben en el concepto de “obra” protegible por el derecho de autor. En el entendido de que puede haber obras difundidas a través de redes sociales, se hablará de cómo éstas son susceptibles de plagio y finalmente, sobre

el mecanismo legal y digital para proteger las obras protegibles por derechos de autor (DA) en línea.

1. Generalidades del derecho de autor

El derecho de autor no es exactamente igual al *copyright* reconocido por los países que siguen la tradición del *common law*. El primero se justifica en un derecho natural del autor sobre su obra, mientras que el segundo encuentra su naturaleza en la búsqueda de la proliferación de nuevas obras —entendido literalmente como “derecho de la copia”— (Osorio Umaña, 2021). Escapa del objetivo de este trabajo profundizar entre las diferencias de estos conceptos, pues se parte de que ambos sistemas confluyen en el ámbito de las obras creadas y compartidas a través de redes sociales.

En México, se tiene la tradición jurídica del derecho de autor y su reglamentación se encuentra contenida en la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA). Los artículos 3o. y 5o. de la LFDA definen que estarán protegidas por la ley las obras que sean de creación original, desde el momento en el que hayan sido fijadas en un soporte material (LFDA, 1996). Es decir, el reconocimiento del derecho de autor no requiere un registro, y únicamente está subordinado a que la obra esté plasmada en algún soporte y que sea original.

También se reconoce como autor a la persona física creadora de obras literarias y artísticas (arts. 11 y 12, LFDA). Esta persona ostenta derechos morales y patrimoniales sobre las obras de su creación. Los derechos morales establecen un vínculo personalísimo entre la persona autora y su creación, permitiéndole decidir: si su obra será divulgada o no; exigir el reconocimiento de su autoría; así como oponerse a cualquier modificación, deformación, mutilación o acto que pueda causar demérito o perjuicio a su reputación; y el derecho a decidir que se retire su obra del comercio (art. 20, LFDA). Además, el derecho moral se caracteriza por ser inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable, lo que refuerza su protección como expresión de la personalidad del autor. Por su parte, los derechos patrimoniales permiten que los titulares de derechos reciban una retribución económica cuando terceros usan sus obras (OMPI, 2016).

Sin embargo, el derecho de los autores tiene límites, no sólo temporales (que en México es de 100 años después de la muerte del autor) sino que,

como todo derecho, llega hasta donde inician los derechos de los demás. En este sentido, el llamado Convenio de Berna, en su artículo 9.2, establece la regla de los tres pasos, bajo los cuales se permite que una persona diferente a la autora, reproduzca una obra sin su autorización: *a)* bajo situaciones especiales, *b)* cuando no se afecte la explotación normal de la obra y *c)* que la explotación no esté en perjuicio del derecho de los autores (Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, 1979).

Siguiendo la regla de los tres pasos, en México, los límites al derecho de autor se definen en casos concretos descritos en el artículo 148 de la LFDA, que menciona que en los usos que pueden hacerse sin autorización del titular del derecho patrimonial, siempre se debe de citar la fuente, y, además no debe de alterarse la obra (*Diario Oficial de la Federación [DOF]*, 1996). En general, podemos decir que estas limitaciones buscan equilibrar la protección de los derechos de autor, con el acceso al conocimiento y la cultura. Las limitaciones incluyen: la cita de textos en usos académicos y científicos; reproducción de material relacionado con hechos noticiosos, siempre que no haya una prohibición expresa del titular de derechos; para uso personal y sin fines de lucro; para preservación de archivos en bibliotecas; reproducción de obras cuando sea necesaria para constancia en procesos legales o administrativos; cuando las obras son visibles en lugares públicos; y finalmente, cuando se trata de representación de obras en formatos accesibles para personas con discapacidad.

También en la tradición del *common law*, existen límites al *copyright* a través de la doctrina del *fair use* que describe los tipos de usos que están permitidos sin la autorización del titular. Esta doctrina está contenida, en Estados Unidos en el Copyright Act y su interpretación se ha venido desarrollando a través de diferentes decisiones en las cortes. Refiere que, al determinarse si el uso realizado es un uso justo, deben de considerarse cuatro factores: *a)* el propósito y el carácter del uso, incluyendo si dicho uso tiene una naturaleza comercial o si es con fines educativos sin ánimo de lucro; *b)* la naturaleza de la obra protegida por derechos de autor; *c)* la cantidad y la sustancialidad de la parte utilizada, en relación con la obra protegida en su conjunto; y *d)* el efecto del uso sobre mercado potencial o el valor de la obra protegida por derechos de autor (Copyright Law of the United States, 1976). Las situaciones en las que se considere un *fair use* deben de estar debidamente justificadas, dado

el interés que tienen los titulares de derechos de mantener el control de sus obras. Los límites idealmente deben tener fines específicos como el hacer comentarios, para información periodística, o bien para crítica (Tushnet, 2015). Al haber plasmado las generalidades del derecho de autor, veremos ahora cómo los sistemas clásicos de propiedad intelectual enfrentan tensiones en su estructura cuando se aplica a entornos digitales.

2. Obras creadas en Internet

Las redes sociales han permitido que las creaciones de expresión artística y literaria hayan cambiado de las que podríamos llamar “tradicionales” o “clásicas” a creaciones digitales. Dado que el Internet ha permeado todos los ámbitos de la existencia humana, la reflexión sobre la creación artística se ha llevado a nuevos modelos no sólo en torno a la creación misma, sino a su circulación y la forma de interactuar (Hernández Parraguez, 2019). Así, las obras digitales que encontramos en redes sociales se materializan en un soporte digital; se abandona el recurso material tradicional (no digital).

En el presente apartado exploramos algunos tipos de creaciones digitales en diferentes redes sociales, y cómo cuestionan al derecho de autor.

A. ¿Son los posts en “X” (antes tweets) obras protegidas por el derecho de autor?

Twitter nació con la finalidad de compartir mensajes en tiempo real, en una actividad conocida como “microblogging” (Britannica, 2025). En principio, el número limitado de caracteres *tweet* (140 al inicio de la plataforma) no permitía que se alcanzara la “originalidad y creatividad” requerida para la protección de derecho de autor o bien de *copyright*. Sin embargo, la *Copyright Alliance* refiere que cuando los *tweets* hacen un comentario o análisis, más allá de sólo relacionar hechos, llegan a satisfacer el requisito de originalidad (Copyright Alliance, 2023). La plataforma, ahora llamada “X”, permite una extensión de 280 caracteres (Counting Characters When Composing Tweets, s. f.). Así pues, con una mayor extensión, puede llegar a cumplirse con el requisito de originalidad. Si es que el *post* alcanzara la protección del derecho de autor/*copyright*, la pregunta a responder es: ¿con qué objetivo la persona

autora querría esta protección? En principio para que se le reconozca la autoría de determinado *post*. Hay que tomar en cuenta que, parte de la razón de ser de esta red social, es compartir información rápidamente a través del reposteo, y con él se guarda el reconocimiento a la autoría de *post* original. Si se tiene el reconocimiento de autoría, ¿qué más podría interesarle a la persona autora? Puede ser que la respuesta sea la monetización de su cuenta. La plataforma X da una guía sobre cómo monetizar (explotar los derechos patrimoniales) el contenido compartido a través de su plataforma (Monetización - Goals | Monetizing Twitter | Twitter Create, s.f.).

B. ¿Son los “reels” obras protegidas por derecho de autor?

En la legislación mexicana se reconocen como obras protegidas por derecho de autor a las obras cinematográficas y audiovisuales. Estas últimas se reconocen como una “serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que se hacen perceptibles, mediante dispositivos técnicos, produciendo la sensación de movimiento” (Ley Federal del Derecho de Autor, 1996). Mientras que por “*reel*” entendemos un video corto que se ha posteado en una red social (Cambridge Dictionary, 2025), que se conforma por una serie de imágenes asociadas, perceptibles en dispositivos móviles, por lo que, podemos inferir que los *reels* califican como obra audiovisual. Esto es, serán obras reconocidas por derecho de autor, nuevamente siempre que cumplan con el requisito de originalidad. Por ejemplo, hay una tendencia que muchas personas usuarias de IG llevan a cabo que es el #GRWM (por las siglas en inglés *get ready with me*), consiste en compartir con los seguidores cómo se arreglan, en especial con productos de maquillaje o combinaciones de ropa. Este tipo de videos en general carecen de originalidad, pues son rutinas genéricas sin expresión creativa, que repiten formatos de muestreo del maquillaje o la ropa. Tendrían que contar con una narración y expresión personal, combinación de imagen, música y edición distintivos para que puedan ser considerados “originales”.

Aunque aquí es importante hacer notar que, si el *reel* va acompañado de música, la persona autora de la canción puede disponer de ella de forma aislada (art. 96, LFDA). Dentro de las condiciones de uso de Meta (*Facebook e Instagram*) se advierte que sólo se puede publicar contenido que no vulnere

la propiedad intelectual de terceros, y se advierte a los usuarios que deben ser creadores de todo el contenido (incluida la musicalización, diálogo, etcétera) o bien, que deben de contar permiso para usar el contenido, o estar dentro de uno de los límites al uso del derecho de autor; o que la obra utilizada sea de dominio público (*Instagram*, s. f.). Así pues, aquellos *reels* que sean hechos por la persona usuaria, y que tenga el carácter de “original”, podrán ser considerados como obra audiovisual dándole al creador el debido reconocimiento de autoría. Como en el caso de los posts de “X”, nuevamente, cuando se trata de repostear un *reel* se puede saber quién es la persona autora original, porque en el compartir va generalmente el nombre de la persona usuaria de IG. Aquí cabe otra vez la pregunta, ¿cuál es el interés de la persona creadora a que le reconozcan como autora del *reel*? Surge de nueva cuenta el interés al derecho moral, pero también el del derecho patrimonial, ¿puede la obra monetizarse? Para esto último, *Instagram* también tiene una guía sobre cómo monetizar el contenido generado (*Instagram*, 2025).

C. ¿Son los memes protegibles por derecho de autor?

La palabra “meme” viene del griego mimema, que significa “imitar” (Dawkins, 1976). Cuando se le ha preguntado al ChatGPT cómo define a los memes, refiere que “es una unidad cultural de contenido digital, generalmente humorístico o satírico, que combina elementos visuales y textuales con el fin de transmitir una idea, emoción, crítica o mensaje[...]” (OpenAI, 2025). Se han vuelto una parte muy importante de acercamiento cultural, en la que todo mundo puede crear uno, compartirlo, ser parte del colectivo y poner el foco de atención en algún evento (Britannica, 2025). Los memes pueden contener imágenes protegidas por *Copyright*, las agencias que manejan imágenes tienen *softwares* automáticos para identificar si hay imágenes que estén siendo usadas sin la licencia debida. Por ejemplo, la foto de un pingüino en un meme, con distinto texto que describe escenarios que son socialmente incómodos, fue tomada originalmente por George F. Mobley, y es propiedad de National Geographic. Getty Images maneja las licencias de NatGeo y ha perseguido casos por infracción de uso de la fotografía (Novagraaf, 2019).



Así pues, cuando alguien utiliza una imagen protegida por derechos de autor en un meme, sin consentimiento del titular, puede caer en una conducta de infracción; esto dependerá de si está o no dentro del *fair use* o de los límites al derecho de autor.

En el caso del meme, podemos decir que la imagen conlleva una transformación y ésta, si es suficientemente original, puede llegar a tener derecho de autor en sí misma. Por tanto, quedarían como titulares del derecho de autor del meme, la persona titular de la foto y la persona que creó el meme usando esa foto; y cuando se esté en uno de los supuestos del *fair use*, o de los límites al derecho de autor, sólo será titular quien ha creado el meme (Voorhees, 2024).

Sin embargo, dentro de las redes sociales hay sitios que se vuelven virales, no por el hecho de la creación de contenido de la(s) persona(s) que lo manejan, sino por compartir memes creados por alguien más. El sitio en *Instagram* @fuckjerry (Instagram.com/fuckjerry) reposteas memes, imágenes y videos hechos por otros creadores de contenido; otro ejemplo de un sitio mexicano es el de @memelasdeorizaba. Dado que el reenvío de los memes es tan rápido, puede llegar a ser difícil ubicar quién es la persona titular de los derechos de autor del meme, y regresamos a la pregunta sobre, ¿para qué quisiera tener el reconocimiento de la autoría? Si es para el reconocimiento en sí (derecho moral) o bien, para poder monetizar la creación de memes, para lo cual aplican las herramientas de “monetización de contenido” de las plataformas.

D. *Las creaciones masivas colectivas en Internet, ¿conservan derechos de autor?*

Para ejemplificar las creaciones colectivas, iniciaremos hablando del Slender Man, un personaje creado en 2009 por el usuario del foro Something Awful, Eric Knudson para participar en la creación de un mito moderno de terror. Con el tiempo, miles de personas hicieron dibujos y escribieron sobre el personaje, alimentando las diferentes facetas del Slender Man (Parkinson, 2014).

Se puede decir que el Slender Man es el primer personaje creado en Internet que ha quedado instalado en el folklore, la comunidad en línea reusó, modificó y compartió cada una de las creaciones del personaje. Dado su origen colectivo y su naturaleza evolutiva, el personaje plantea dificultades para encuadrarlo en las categorías tradicionales del derecho de autor, pues la descripción del conjunto de sus características físicas y psicológicas corresponde a una colectividad, contrario a las obras protegibles por derecho de autor que exigen autoría identificable y originalidad individual, esto es, creadas de forma independiente (Smith, 2017).

En 2018 la compañía Sony lanzó una película basada en el personaje, para lo cual la productora adquirió derechos de adaptación. Más tarde en el mismo año, la compañía mandó una carta de cese y desistimiento a Phame Factory que planeaba distribuir digitalmente una película en la que el personaje principal supuestamente era una copia del Slender Man. Por su parte, Phame Factory refirió que Sony carecía de *copyright*, puesto que se trataba de un personaje en el dominio público (Gardner, 2018). Este caso terminó resolviéndose fuera de la corte, y la película de Phame Factory salió a la luz. Cabe resaltar que a la fecha hay varias páginas de fans del personaje, en donde se siguen por añadir historias creadas por diferentes usuarios (Encyclopedia Slenderia, The Slender Nation, Slendar Man Mythos, the Slendarman fandom, entre otras).

Rosenblatt sostiene que los personajes desarrollados a través del tiempo y de forma colectiva, mediante aportes de distintas personas (como el caso del Slenderman), pueden dar lugar a derechos individuales sobre aquellas contribuciones que sean suficientemente originales. No obstante, y concordamos con ello, ninguna persona ni entidad jurídica debería ser considerada titular de derechos sobre el personaje en su conjunto (Rosenblatt, 2018).

Por ejemplo, el personaje de “Drácula” surgió del folklore y se encuentra en el dominio público; sin embargo, las representaciones originales de dicho personaje pueden tener derechos de autor, como el libro de Bram Stoker en su momento (los derechos de autor vencieron en México en 2012, cien años después de su muerte); y las diversas películas que hacen alusión al personaje (*Hotel Transylvania*, *The last voyage*, *Van Helsing*, *Dracula Untold*, etcétera).

E. La compilación de Retos (#challenge), ¿es protegible por derechos de autor?

Los retos o *challenges* que se hacen virales en redes sociales — como los de baile, canto, o actuación— constituyen nuevas formas de creación propias del entorno digital. Cada participante, en tanto autor de su video (o *reel*) individual, puede ostentar derechos de autor sobre su aporte, siempre que este sea original (DOF, 1996). Sin embargo, más allá de las obras individuales o colectivas, conforme a la LFDA, también se reconoce la protección de las compilaciones, integradas por una colección de obras. Tiene que cumplir con el mismo requisito, esto es, que la selección hecha para la compilación sea suficientemente original, y que refleje un esfuerzo creativo por parte del compilador.

Así pues, el valor de la compilación no radica en la originalidad de los videos por separado, sino en la manera en que se agrupan y se presentan en conjunto. Hay cuentas que no generan contenido pero que sí se dedican a hacer compilaciones del contenido creado por otros usuarios (reels, memes, etcétera) y que, gracias a ello, pueden monetizar lo que postean en su cuenta.

En este apartado hemos demostrado que las distintas creaciones difundidas a través de redes sociales pueden llegar a cumplir con el requisito de ser creación original, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma o medio, como lo refiere la LFDA. No obstante, observamos una transformación significativa en el modo en que se genera un valor económico en estos entornos. Pues, el valor económico ya no reside en el reconocimiento del derecho de autor de la obra individual en sí misma, sino en su capacidad para hacerse “viral”, esto es, alcanzar amplias audiencias con un número elevado de visualizaciones, o interacciones. Esto genera que la persona que lo haya posteado pueda monetizar ese número de visualizaciones. Este fenómeno plantea una interrogante fundamental: si el valor ya no de-

pende exclusivamente de crear una obra, sino de la infraestructura de difusión que representan las plataformas y los perfiles que tienen un amplio número de seguidores, ¿sigue siendo el derecho de autor el mecanismo central para generar y proteger valor para las creaciones en el entorno digital contemporáneo?

3. ¿Plagio de obras en redes sociales?

Instagram, que originalmente concebida como una red social para compartir fotografías (Forbes, 2020), se ha convertido en un espacio complejo desde la perspectiva del derecho de autor, en particular respecto de las cuentas abiertas a todo público. Las obras (pictóricas o audiovisuales) que se publican¹ en *Instagram* pueden ser sujetas de apropiación no autorizada, principalmente se da porque otros usuarios las repostean. Este acto, en sí mismo desde la perspectiva del artículo 27 de la LFDA, es una reproducción que sólo quien es titular de los derechos patrimoniales puede autorizar o prohibir. Así, en principio y conforme al artículo 40 de la LFDA, la persona titular del derecho patrimonial del derecho de autor puede exigir una remuneración compensatoria por la realización de cualquier copia o reproducción hecha sin su autorización. Sin embargo, como ya se mencionó en este ensayo, el ejercicio del derecho de autor tiene límites, que en el caso de nuestra legislación está contemplado en el artículo 148 de la LFDA, y en el caso de los países que tienen el sistema de *common law*, está desarrollado en la doctrina del *fair use*.

Aunque la reproducción es uno de los usos más comunes en medios digitales, no por ser común significa que sea legal y que esté dentro del respeto al derecho de autor. La reproducción masiva pone en evidencia que una limitación de la protección del derecho de autor frente a la escala y velocidad de circulación de contenidos en línea, tendría que analizarse caso por caso si se trata de una reproducción para la cual se requiere una autorización del autor, o bien si es una reproducción que no requiere autorización por en-

¹ Aquí entendemos “publicación” desde el punto de vista de la Ley Federal del Derecho de Autor, que refiere en su artículo 16 que las obras se hacen del conocimiento público, mediante la publicación, entendida como la reproducción de la obra y puesta a disposición del público mediante el almacenamiento permanente o provisional por medios electrónicos, que permiten al público conocerla visualmente.

contrarse dentro de los límites al derecho de autor. De esto hablaremos más a profundidad en la siguiente sección.

Uno de los casos más controvertidos sobre el uso de obras pictóricas publicadas en *Instagram*, sin autorización de la persona titular de derechos de autor, es la que ha hecho el artista Richard Prince, conocido internacionalmente por su práctica del llamado arte de apropiación. El primer escándalo ocurrió en 2008 (antes de la existencia de IG) cuando Prince utilizó 35 fotografías de Patrick Cariou a las cuales les hizo una intervención menor y las exhibió en la Galería de arte Gagosian. Las cortes en Estados Unidos que revisaron el caso, llegaron a conclusiones diferentes, pues la juez de distrito sentenció que el uso de Prince no caía dentro de los límites al derecho de autor (*fair use*), mientras que la corte de apelación refirió que 25 de las obras de Prince estaban suficientemente transformadas, y por tanto, se encontraba dentro del *fair use* (Faleiros Júnior et al., 2023).

Posteriormente, en el 2014, Prince recopiló imágenes de cuentas de *Instagram* que eran públicas (no configuradas como privadas) y las integró en obras visuales que él defiende han sido “transformadas”. Estas obras han sido exhibidas en galerías de arte, además de vendidas por cantidades que han alcanzado sumas de miles de dólares por pieza, sin que los autores originales de las fotografías recibieran compensación económica alguna ni hubieran otorgado su consentimiento previo (BBC News, 2015).

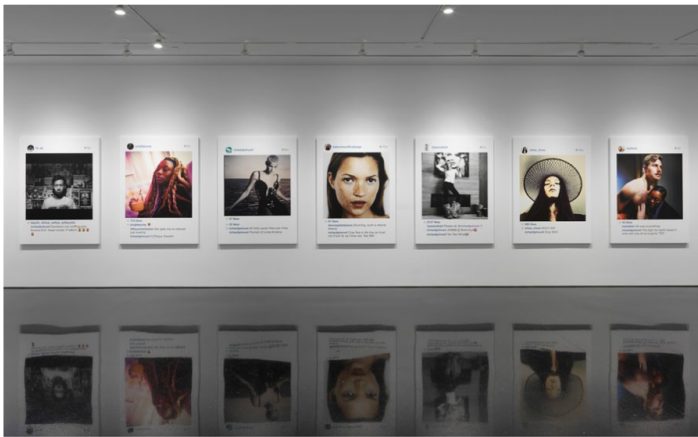


FOTO: McKeever (2014).

La pregunta en este caso es si el uso que había hecho Prince de las fotografías, ¿podía entrar dentro del *fair use*, al ser un uso transformativo? Los usos transformativos generalmente implican la adición de trabajo que genera valor, ya sea construyendo un marco interpretativo en torno a la obra, modificándola para transmitir un mensaje distinto, o combinándola con muchas otras obras para permitir su análisis conjunto. Debe ser tal que, el titular del derecho de autor no podría o no querría realizar (Tushnet, 2015).

Cabe aclarar que, la única transformación que hizo Prince respecto a las fotos es que, además del tamaño de la impresión, le agregó un comentario (hecho por el artista) debajo de la foto. Podría decirse que el efecto transformativo es respecto del propósito, al sacar las fotos del contexto de la red social, para ponerlas en una galería de arte, esto es, cambiando a la audiencia de la obra (Schuler, 2016). La Corte concluyó que los retratos de Prince no eran transformativos ni en la parte estética ni en propósito, pues los cambios a las fotografías no eran sustanciales y se confirmó que se trataba de un uso comercial, lo que lo deja la práctica de Prince fuera del *fair use*. Así, la Corte concluyó que sin una compensación a los autores se podría desincentivar la creación artística (Graham v. Prince, s. f.). Más tarde, en 2024, Prince acordó en pagar al menos 650,000 dólares a dos de los fotógrafos cuyas obras había reproducido en esta exhibición, demostrando que el *copyright* todavía puede proteger a los creadores y que el Internet no es una “zona de copiar libremente” (Stevens, 2024).

4. *Uso de obras de forma masiva en Internet*

Como hemos visto, el entorno digital ha transformado profundamente la forma en que las obras protegidas por derechos de autor son creadas, usadas, compartidas y monetizadas. Gracias a las plataformas digitales, millones de usuarios pueden acceder, reproducir e incluso distribuir contenidos casi de forma instantánea, dando lugar a un uso masivo, y en ocasiones no autorizado de obras protegidas. Esta realidad plantea desafíos para la eficacia del derecho de autor como hasta ahora lo conocemos, en particular para una ejecución en una escala global.

En este apartado analizaremos dos mecanismos que han surgido para enfrentar esta problemática: primero, el sistema de “aviso y retirada” (*notice*

and takedown), como herramienta jurídica para solicitar que se eliminen contenidos infractores; segundo, los sistemas de gestión automatizada de derechos de autor, que operan a través de algoritmos de reconocimiento de contenido y decisiones automatizadas.

A. Mecanismo de aviso y retirada

Este mecanismo tuvo su origen en el Digital Millennium Copyright Act (DMCA) que enmendó la legislación de *Copyright* en Estados Unidos. La oficina de derechos de autor de este país refiere que en la sección 512 del título 17, se conceden límites de responsabilidad a cuatro tipos de proveedores de servicios en línea. Quiénes cumplan con los requisitos serán conocidos como puertos seguros (*safe harbors*) pues cooperan con los titulares de derechos para eliminar rápidamente contenido infractor subido por otros usuarios. Así, el sistema de “aviso y retirada” permite que los titulares de derechos envíen una notificación al proveedor en línea cuando detectan contenido infractor en su plataforma. Para que la notificación sea válida, debe contener la siguiente información: *a)* la firma del titular del derecho de autor o de su representante autorizado; *b)* la identificación de la obra protegida cuya infracción se reclama; *c)* la identificación del material infractor (enlace o referencia) junto con información para que el proveedor localice el contenido; *d)* información de contacto del titular de derechos o su representante; *e)* declaración de buena fe de que el material no está autorizado por el titular, su representante o la ley; *f)* declaración de que la información proporcionada es exacta, bajo pena de perjurio, que quien presenta la notificación esté autorizado para actuar en nombre del titular (U.S. Copyright Office, s. f.).

Una vez que se ha hecho la notificación, el proveedor de servicios de Internet debe de actuar de forma expedita y remover el material infractor. Hecho esto, deberá notificar al usuario que subió el material, de que ha sido removido, el usuario puede solicitar un contraviso para que el material sea reinstaurado, si considera que hay un error. El proveedor del servicio deberá restaurar el acceso al material, entre 10 y 14 días hábiles, a menos que quien ha hecho la notificación, le informe que ha iniciado una acción ante la corte, en contra del usuario presuntamente infractor (U.S. Copyright Office, s. f.). Dado que las grandes empresas estadounidenses: *Google, Facebook, Instagram,*

You Tube, Twitter, entre otras, se encuentran obligadas por la DMCA, el sistema de aviso y retirada (notice and takedown) ya tenía aplicación en México, antes de la reforma a la LFDA del 1 de julio de 2020 (Cedillo Molina, 2025).

El artículo 114 Octies establece el procedimiento: *a)* aviso por parte del titular de derechos de autor, o algún representante, con información suficiente para identificar el material infractor; *b)* el proveedor deberá retirar o eliminar de forma expedita y eficaz el material que no tiene el consentimiento del titular del derecho de autor; *c)* debe tomar medidas razonables para notificar a la persona cuyo material se remueve; *d)* además debe contar con una política que prevea la terminación de cuentas infractoras reincidentes; *e)* la persona usuaria cuyo contenido sea removido y que considere que ha habido un error, podrá solicitar su restauración, a través de un contraaviso en el que “debe demostrar la titularidad o autorización” con que cuenta para ese uso específico, o bien “justificar su uso de acuerdo a las limitaciones o excepciones” del derecho de autor; *f)* el proveedor de servicios en línea que recibe el contraaviso deberá habilitar el contenido a menos que la persona que presentó el aviso original inicie un procedimiento judicial o administrativo, o un mecanismo alternativo de solución de controversias en un plazo no mayor a 15 días hábiles (DOF, 1996).

Este mecanismo fue muy controvertido, en especial entre grupos dedicados a defender a los usuarios de Internet, creando un movimiento que se llamó #NiCensurasNiCandados, realizaron una petición a la Comisión Nacional de Derechos Humanos para solicitar que presentara una acción de inconstitucionalidad ante la SCJN. Se presentó la acción en agosto de 2020 y cuatro años después, en junio de 2024, la SCJN resolvió declarar la validez del sistema de aviso y retirada. Cedillo considera que la resolución de la Corte es correcta ya que el mecanismo busca proteger los derechos de los autores, e incluso revertirlas sería atentar en contra de que nuestro país cumpla con las obligaciones adquiridas para establecer medios ágiles y expeditos de protección de los derechos de autor (Cedillo Molina, 2025).

Sin embargo, la decisión también ha sido altamente criticada pues, aunque se considera que responde a una necesidad técnica de hacer cumplir la ley frente al volumen de contenido que circula en Internet, también puede derivar en abusos, por lo que requiere de mecanismos adecuados de revisión. El hecho de que se delegue a actores privados (las plataformas) el restringir

contenido, genera un efecto de censura que puede poner en riesgo la libertad de expresión, máxime porque muchos usuarios no conocen el procedimiento de contraaviso, por lo que se genera una asimetría entre denunciantes y usuarios (Ramírez Montes, 2024).

B. Gestión automatizada de derechos de autor en plataformas digitales

En esta sección comentaré el caso de *YouTube* como la primera plataforma en implementar una herramienta automatizada diseñada para detectar contenido protegido por derechos de autor, en videos subidos por usuarios. La herramienta llamada Content ID, compara automáticamente los archivos audiovisuales con una base de datos masiva de obras registradas por titulares de derechos, y en caso de detectar coincidencias, activa las políticas previamente definidas por los titulares. Las medidas pueden incluir: bloquear el video, monetizarlo en favor del titular, permitir su difusión o autorizar ciertos usos (ejemplo, versiones cover).

Es muy frecuente que se usen canciones en videos, sin haber obtenido la correspondiente autorización de la(s) persona(s) titular(es) de la canción. En estos casos, aunque la parte visual haya sido creada por el usuario, la monetización del video es redirigida al titular de los derechos de la canción. Importante es señalar que, el sistema Content ID, aunque fue diseñado para identificar y gestionar el contenido protegido por derechos de autor, no distingue entre los distintos contextos legales, es decir, si se cae dentro de los límites al derecho de autor, o bien el *fair use*. Dentro de estos límites puede estar cualquiera de las situaciones que describe el artículo 148 de la LFDA (en caso de contenido disponible en México) y en jurisdicciones del *common law*, que se cumplan los requisitos del *fair use* (análisis crítico, parodia, etcétera). Así pues, Content ID actúa de manera automática, sin atender al contexto ni evaluar la finalidad del uso, esto es sin evaluar si el uso está dentro del *fair use* o los límites al derecho de autor. El sistema algorítmico está tomando una decisión que jurídicamente resultaría compleja.

Sin embargo, cuando un usuario considera que su uso está amparado por la ley (por tratarse del límite al derecho de autor) puede presentar una apelación a través del sistema de resolución de disputas que ofrece *You-*

Tube. En este proceso, el usuario debe afirmar que se trata de un uso legítimo, lo que genera una notificación directa al titular de derechos. Esto tiene una doble implicación jurídica: por un lado, se exonera a *YouTube* de una responsabilidad directa, y por otro, se traslada al titular la carga de iniciar acciones legales, si desea impugnar el uso. Existen además prácticas para evitar conflictos con Content ID. Por ejemplo, cuando se trata de fragmentos de menos de 10 segundos, tienen mayor probabilidad de pasar desapercibido, especialmente si el uso está jurídicamente justificado. No obstante, los titulares, por sí mismos o a través de las sociedades de gestión colectiva, pueden reclamar el uso no autorizado.

Finalmente, conforme a los términos y condiciones de *YouTube*, si un canal acumula tres infracciones confirmadas de derechos de autor, en un plazo de 90 días, se procede al cierre permanente del canal, lo que implica la pérdida de acceso a sus contenidos, y con ello, a la monetización (Cómo funciona Content ID-Ayuda de YouTube, s. f.).

En este primer apartado, se analizaron las nuevas formas de creación para contenidos en plataformas digitales; así como el plagio del contenido disponible en redes y los mecanismos legales y técnicos para hacer frente a los usos no autorizados de obras protegidas por DA en redes sociales. A continuación, analizaremos otro de los grandes retos que la revolución 4.0 presenta para el sistema actual de la propiedad intelectual, que es el uso de la inteligencia artificial para generar obras artísticas e inventos.

III. Retos de la IA para la propiedad intelectual: una progresión cronológica de las tensiones estructurales

Este apartado analiza, a partir de una progresión cronológica de casos emblemáticos, cómo el desarrollo de sistemas de IA ha ido tensionando de manera creciente las categorías clásicas de la propiedad intelectual, mayormente en el ámbito del derecho de autor, pero también en el ámbito de las patentes. El estudio de los casos elegidos y su presentación cronológica revela las limitaciones estructurales del sistema actual de propiedad intelectual. Actualmente se dan muchos más casos y muy interesantes, pero el presente capítulo se en-

foca a demostrar cómo se ha desarrollado la tensión de las creaciones de la IA y el sistema clásico de la PI.

1. *La IA como herramienta creativa: los primeros límites del modelo del autor como persona (2016-2019)*

Los primeros desarrollos de la IA aplicada a las creaciones artísticas y a los textos científicos fueron inicialmente comprendidos como extensiones de la creatividad humana. En esta etapa, la IA operaba como una herramienta sofisticada, costosa, y que sólo estaba al alcance de grandes compañías. Los casos a continuación expuestos anticipan las tensiones estructurales que vendrán más adelante.

A. La IA generando una obra artística: Next Rembrandt (2016)

En 2016, la compañía Microsoft entrenó a su *software* de IA para producir pinturas basadas en el trabajo del artista Rembrandt van Rijn. La motivación, lejos de acrecentar la cultura, era refinar el programa de reconocimiento facial, y se programó a la IA para que estudiara todas las pinturas del artista, y generase una pintura nueva (McCarthy, 2016). Al haber estudiado las pinturas del artista, el algoritmo notó que Rembrandt pintó en su mayoría hombres caucásicos entre los 30 y 40 años, con vello facial, usando ropa oscura, y mirando a la derecha. Respecto de estos rostros, se midió las distancias entre ojos, nariz, boca, así como los claroscuros. Se usó una impresora 3D que usa una tinta UV especial a base de pintura, para emular pinceladas y se creó la pintura nueva que se ve a continuación: (The Next Rembrandt, 2016).



Si bien, las obras de Rembrandt ya no están protegidas por derecho de autor (el artista falleció en 1669) y el proyecto dio publicidad a Microsoft. En general, al patrimonio cultural holandés, no dejó claro quién posee la propiedad intelectual de la metodología empleada para crearla y de la pintura en sí misma. Pues, aun cuando las obras de Rembrandt están el dominio público, existe una nueva obra generada por IA. Podemos mencionar que en el Reino Unido (RU), así como en otros países, se reconoce específicamente que la autoría de una obra generada con ayuda de un *software*, queda para la persona que hizo posible la obra, en este caso, para el equipo de Microsoft por hacer la programación (Guadamuz, 2020). Esto porque, se considera a la computadora (en este caso a la IA) como una mera herramienta. Así, bajo las reglas del RU, la autoría es atribuible a los programadores, sosteniendo pues el modelo clásico de la PI, aunque de manera forzada.

Sin embargo, consideramos que, en el caso de Next Rembrandt no es susceptible de protección por derechos de autor o *copyright*, en la medida que no refleja una intervención humana creativa que se pueda identificar conforme a los criterios tradicionales de originalidad. Concordamos con el debate que se dio en el marco del congreso mundial de la AIPPI en 2019, que refería que sólo aquellas obras de IA que tuvieran intervención humana

y cumplan con los requisitos legales, pueden tener derechos de autor (Normemann, 2019).

En todo caso, ¿para qué necesitaría esta pintura tener una protección de derechos de autor? Por un lado, Microsoft pudo refinar su programa de reconocimiento facial y se ganaron varios premios relacionados con innovación, marketing digital, etcétera. Por lo que no ha sido necesaria la protección, para poder lograr una proyección y generar debate sobre el uso de la IA en el arte.

Por otro lado, si se sigue la máxima “*if value, then right*” (si hay un valor, entonces se tendrá un derecho), mientras las obras generadas por IA generen valor, las personas y las compañías que las hayan codesarrollado, se apresurarán en reclamar titularidad sobre ellas (Lemley, 2023). Esta es una tendencia en la que los resultados automatizados serían objeto de apropiación privada, sin que esto responda necesariamente a los fines clásicos sobre el incentivo a la creatividad que justifica el sistema de la PI.

B. La IA generando un libro científico (2019)

Otro de los primeros precedentes relevantes en la generación automatizada de contenido científico mediante inteligencia artificial es el libro titulado *Lithium-Ion Batteries: A Machine-Generated Summary of Current Research*, publicado por la editorial Springer Nature (Writer, 2019). Esta obra constituye un compendio automatizado de literatura académica sobre baterías de litio, y fue producida utilizando técnicas de aprendizaje automático (*machine learning*), sin intervención creativa directa por parte de un autor humano. El sistema de IA empleado fue entrenado para analizar 150 artículos científicos publicados entre 2016 y 2018, identificar patrones temáticos y la IA “Beta Writer” seleccionó el contenido más relevante sobre las baterías de litio, creando resúmenes de los artículos (Lehnert-Bechle, 2019).

Desde el punto de vista jurídico, este caso plantea interrogantes fundamentales: ¿puede una obra generada sin creatividad humana ser objeto de protección por derecho de autor? Dado que el libro no refleja una expresión intelectual individual, su elegibilidad para protección bajo el régimen clásico del derecho de autor resulta discutible. Este ejemplo anticipa el desafío que enfrentan los sistemas jurídicos contemporáneos: redefinir los límites entre creatividad humana y generación de contenido, para determinar

si el criterio de originalidad debe adaptarse o mantenerse inalterado ante las transformaciones tecnológicas. En sí, la obra no tiene derechos de autor, tampoco es sujeta de *copyright*, pero no es claro si pertenece al dominio público pues, aunque el contenido del libro dice ser gratuito de forma digital, es necesario tener una suscripción a Springer Nature para poder acceder a él, o bien comprar la copia física.

2. La IA como creadora autónoma: crisis del criterio humano para la protección de la PI

Este apartado habla del punto de quiebre de la progresión de la IA pues, por un lado, deja de ser una herramienta al alcance de sólo unos pocos, para ser una herramienta al alcance de toda aquella persona con acceso a Internet (a partir del 20 de noviembre de 2022); por otro lado, pasa a ser una herramienta capaz de generar de forma autónoma. De ahí que los criterios clásicos de originalidad y creatividad, centrados en la intervención humana, resultan insuficientes, evidenciando una crisis estructural del modelo tradicional de la PI.

A. Imagen generada por IA, sometida a concurso de fotografía (2022)

El artista alemán Boris Eldagsen ganó el primer lugar en la categoría creativa del Sony World Photography Award, con una imagen titulada “Pseudomnesia: The Electrician”, pero rechazó el premio tras confesar que la obra había sido generada con IA (Eldagsen y Dall-E, 2022).



Eldgasen explicó que su intención era poner a prueba el certamen y provocar un debate sobre el futuro de la fotografía y el papel de la IA en el arte visual. Aunque los organizadores del certamen afirmaron que el artista describió la imagen como una “co-creación” con IA, el fotógrafo afirmó que las imágenes generadas por IA no deberían de competir con las hechas por humanos, ya que están en categorías distintas. Ante el rechazo del premio, retiraron su participación, aunque la World Photography Organisation manifestó que la categoría creativa del concurso aceptaba enfoques experimentales. Eldgasen criticó la falta de apertura para discutir el tema públicamente (Glynn, 2023). En otra entrevista, Eldgasen se pronunció por limpiar la terminología que se usa alrededor del arte generado con IA, asegura que la comunidad de fotógrafos se ha referido como “promptography” para el arte co-generado con herramientas de IA (Parshall, 2023).

Este caso deja en evidencia que la línea entre la creatividad humana y la generación automatizada se vuelve cada vez más difusa, pone en boga que los concursos deben de tener una regulación clara del uso de IA; quizá también deberían de agregar criterios técnicos para evaluar las obras de co-creación, y en qué situaciones se puede entender que la intervención humana fue signi-

ficativa. Así pues, la discusión se desplaza de tener sólo la pregunta por quién detenta la autoría, hacia un problema de la legitimidad y sobre cuál es el valor de las creaciones humanas y automatizadas.

B. La IA como creadora autónoma en el ámbito de las patentes, desafiando el concepto de inventor

Este apartado extiende el análisis más allá del derecho de autor, para mostrar que las tensiones generadas por la IA no son exclusivas del ámbito de las obras creativas, sino que afectan de manera estructural al sistema de la PI. A través del caso *Device for the Autonomous Bootstrapping of Unified Sentience (DABUS)* que es un sistema de IA cuyo algoritmo fue desarrollado por el científico Stephen Thaler, se examina cómo la generación autónoma de invenciones pone un reto la exigencia de que una persona humana sea la inventora para poder otorgar una patente. DABUS generó de manera autónoma dos invenciones, lo que dio lugar a una serie de solicitudes de patente en distintas jurisdicciones. En estas solicitudes, Thaler fue señalado como titular de los derechos y DABUS como el inventor.

A continuación, se coloca una tabla en la que se resumen las decisiones judiciales respecto de la solicitud de patente. Cabe aclarar que los asuntos se resolvieron en la Corte, después de que la solicitud de registro fuera rechazada por las oficinas registradoras de cada uno de los países mencionados.

Jurisdicción	Criterio Central del Tribunal
Reino Unido (Thaler (Appellant) v Comptroller-General of Patents, Designs and Trademarks (Respondent), 2021) including where the applicant believes the invention was created by an AI machine in the absence of a traditional human inventor?	La legislación vigente, exige que el inventor sea una persona natural. Por tanto, la IA no puede ser inventor.

<p>Estados Unidos (Thaler v. Vidal, 2022).</p>	<p>El término “inventor” en la Ley de Patentes se refiere exclusivamente a personas físicas. Por tanto, se excluye a entidades no-humanas. La IA no puede ser inventora.</p>
<p>Unión Europea (Decisión sobre la solicitud de patente 18275163.6, 2021).</p>	<p>Conforme a la Convención Europea de Patentes, el inventor designado en la aplicación, debe ser una persona humana. Por tanto, se rechaza a la IA como inventora.</p>
<p>Australia (Thaler v. Commissioner of Patents, 2021) (decisión de primera instancia).</p>	<p>Se adopta una lógica patrimonial: la IA es asimilada a un productivo, y el titular del bien es dueño de los resultados que produce. Por tanto, conforme al derecho de propiedad, la IA puede ser reconocida como inventora (decisión posteriormente revertida).</p>

FUENTE: elaboración propia a partir de las resoluciones judiciales referenciadas.

Así pues, aun cuando la IA DABUS fue capaz de generar una solución técnica nueva, en las jurisdicciones señaladas, excepto por Australia, se optó porque únicamente las personas humanas pueden ser señaladas como inventoras para poder tramitar una patente. Cabe resaltar la decisión de Australia, en la que hubo un intento para adaptar el concepto tradicional de PI a lo generado por la IA. La oficina de patentes inicialmente solicitó que en la solicitud se identificara a una persona física como inventora, al no cumplirse este requisito, la solicitud fue desechada. Posteriormente, el equipo jurídico de Thaler interpuso una apelación argumentando que el derecho de patentes tiene una naturaleza marcadamente patrimonial, por lo que es comparable con el derecho de la propiedad. Bajo una lógica patrimonial, quien es dueño de un bien productivo (como una vaca) también es dueño del producto que se deriva de ese bien (en el ejemplo, el becerro). En consecuencia, el alegato consistió en que no era necesario determinar si DABUS tenía capacidad jurídica para transferir derechos, ya que, al igual que ocurre con un animal o un objeto, no se le reconoce personalidad jurídica. Simplemente, debería de reconocerse la titularidad del invento a Thaler, y a DABUS reconocérsele la autoría, como se haría con la analogía de reconocer que la vaca tuvo (produjo) al becerro, y que el humano sea el dueño del becerro. Sorprendentemente, el juez de primera instancia aceptó este razonamiento, y autorizó el registro de DA-

BUS como inventor (Australian Society for Computers and Law, 2021). Vemos que, bajo esta analogía de la generación autónoma con aquellas de los bienes productivos, se repite el esquema de *if value, then right*.

Así pues, el caso de la IA generativa DABUS revela el reto que plantea la IA al sistema de patentes vigente: hay una tensión entre el marco legal que está diseñado para reconocer únicamente a personas físicas como inventoras y el surgimiento de estas IA capaces de generar invenciones sin una intervención humana directa. Aunque al momento no se ha llegado a la discusión sobre el examen de patentabilidad de los inventos generados —tener un invento, con novedad, actividad inventiva y aplicación industrial— la figura de la persona inventora no tiene una respuesta legal para aquellos contextos en los que la intervención humana es mínima. El fallo en Australia que luego fuera revertido, evidencia que la discusión no está cerrada, y que podría concebirse como una cuestión patrimonial y no de personalidad jurídica. Para responder si los inventos generados por IA deberían o no tener un tipo de protección como aquél que dan las patentes, primero debería responderse si ¿reconocer a la IA como inventora, promovería la innovación?

3. La IA como sistema entrenado con obras protegidas (2023-2024)

Este apartado aborda una dimensión distinta de los desafíos de la IA planteados hasta ahora, pues se cuestiona sobre el uso masivo y automatizado de obras protegidas, que es lo que le permite generar contenidos. El uso de las obras protegidas en el entrenamiento de la IA lleva al borde a las excepciones y limitaciones tradicionales del *copyright* y del derecho de autor. Con ello se evidencia que los límites en los marcos jurídicos actuales son insuficientes frente al entrenamiento a gran escala de las IA.

El web scraping es una técnica que consiste en extraer información de sitios web de forma automática mediante un *software*. Este programa simula la navegación de un usuario humano para recopilar datos que luego pueden almacenarse y analizarse en bases de datos (Holcombe, 2025).

Si bien, es una ayuda de la tecnología para obtener información, tiene varias implicaciones legales pues, por un lado, puede estar en contra de los términos de uso de los sitios de Internet. Por otro lado, cuando se está “raspando” material que está protegido por derecho de autor, puede llevar

a cometer una infracción, especialmente si se hace con un objetivo de lucro (Krotov et al., 2020). Sin embargo, esto depende del uso que se haga con el contenido referido, conforme al *common law* se estudia bajo la doctrina del *fair use* o bien conforme a la LFDA, los límites del derecho de autor.

El periódico *New York Times* (NYT), demandó a la compañía OpenAI por hacer un uso no autorizado de su material, al entrenar Chat GPT con el contenido protegido por derechos de autor del periódico (2023). El problema es que los modelos de lenguaje de gran tamaño (LLM por sus siglas en inglés) como ChatGPT, memorizan partes de las obras con las que los entrenan, por lo que puede generar reproducciones muy cercanas a la obra original. Por otro lado, el LLM puede producir resultados sintéticos del contenido. Esto, según el NYT genera una amenaza al periodismo de alta calidad, pues si los usuarios de GPT pueden generar resúmenes del contenido, sí estará mermando que los usuarios paguen por el contenido del NYT, y con ello los fondos que el periodismo necesita (Pope, 2024). Los usuarios del NYT, dejarán de pagar por consultar artículos, al saber que tienen un contenido similar (o idéntico) disponible de forma gratuita en el Chat GPT. Mientras la compañía OpenAI refirió que, si bien ha usado las obras del NYT sin consentimiento, está llevando a cabo nuevas obras, que no se parecerán en nada a las originales, pues el hecho de que esté replicando contenido es solamente un error de programación (Rajan, 2024).

Si bien, al momento de cerrar este artículo, el caso todavía se sigue conteniendo en la Corte, podemos decir que lo que está en juego es precisamente si el uso de OpenAI está dentro de la doctrina del *fair use*. La doctrina promueve la libertad de expresión, al permitir que se usen obras protegidas por *copyright* bajo determinadas circunstancias que deben balancearse (Rajan, 2024). Si bien se ha descrito de forma general en el primer apartado de este artículo, a continuación, se presentan en una tabla:

<i>Factor</i>	<i>Criterio de análisis</i>	<i>Elementos relevantes</i>
Propósito y carácter del uso	Se evalúa la finalidad del uso de la obra. Se evalúa si es transformada.	¿El uso comercial o sin fines de lucro? Sin fines de lucro favorece a que se considere <i>fair use</i> ¿La transformación conlleva un propósito distinto al original? A mayor transformación, se considera <i>fair use</i> .
Naturaleza de la obra protegida	Se considera el grado de creatividad de la obra utilizada.	¿La obra es altamente creativa? Las novelas, películas y canciones reciben mayor protección. Cuando las obras no tienen un grado alto de creatividad (un libro técnico y obras informativas) su uso será de <i>fair use</i> .
Cantidad y sustancialidad de la porción utilizada	Se analiza tanto la extensión como la relevancia de la parte que se usó.	¿Se usan sólo fragmentos pequeños de la obra? Se considerará <i>fair use</i> . Si se usa el “corazón de la obra” no será <i>fair use</i> , aunque sea una fracción de la obra.
Efecto del uso en el mercado	Se valora el impacto del uso en el mercado actual o potencial de la obra.	¿Se daña sustancialmente el mercado actual o potencial? En este caso no se considera <i>fair use</i> . Si no hay un daño, es <i>fair use</i> .

FUENTE: elaboración propia con información de Copyright Office (2025).

Lemley y Casey opinan que, bajo las reglas actuales del *fair use*, los LLM pueden usar las bases de datos como “entrenamiento”, pues están aprendiendo como lo hacen los seres humanos independientemente de si la base de datos tiene protección de *copyright* o no. Consideran que la IA únicamente está entrenada para aprender acerca de los datos y que esto es indistinto de si hay una creación artística contenida en esos datos (Lemley y Casey, 2020)

Sin embargo, quedan algunas dudas por resolver, que aún no sabemos si serán resueltas por la Corte en este caso. El uso que OpenAI está haciendo de las obras del NYT (y tantos otros periodistas), no solamente se trata de entrenamiento, pues OpenAI está lucrando gracias al contenido que ha estado “raspando”. Por otro lado, es difícil decidir (por la velocidad en que lo hace

y la cantidad de datos que toma) si aquellos datos son parte del “corazón” de las obras o bien, sólo está aprendiendo datos técnicos.

Por otro lado, en Europa, el debate sobre el uso de obras protegidas para el entrenamiento de la IA ha sido abordado en la excepción para el texto y minería de datos de la Directiva (UE) 2019/790. En ella, se prevé una excepción en el uso de obras cuando se trate de fines de investigación científica, y para usos comerciales, excepto cuando se haya hecho una exclusión expresa por parte de los titulares de derechos. El esquema reconoce que es relevante hacer un análisis automatizado de grandes volúmenes de datos, pero intenta mantener un equilibrio con los intereses de los titulares.

4. Cuando se usa la IA, ¿la creatividad puede residir en los prompts?

Al preguntarle a ChatGPT, ¿cómo se define un *prompt*? El texto generado refiere que un *prompt* de inteligencia artificial es la instrucción que se proporciona a un LLM, a través de una plataforma de inteligencia artificial generativa (ChatGPT, OpenAI o Copilot). El *prompt* es una pregunta, instrucción, afirmación o bien un texto. Una vez enviado el *prompt*, la plataforma de IA lo aplica al modelo, y usa esa instrucción para generar una respuesta (Sheldon y Yasar, 2024). Así pues, es mediante el *prompt* que solicitamos información o damos instrucciones al LLM.

Si el *prompt*, es de creación humana, intelectual y única (original), responde a las actuales exigencias de los derechos de autor. Quizás se puede discutir, sobre si la extensión es suficiente para ser considerado una “obra”, pero como dijimos arriba sobre los posts de X, esto dependerá de su grado de originalidad.

Conforme a la LFDA (art. 14. I), las ideas en sí mismas no son protegibles, y lo mismo sucede bajo el *copyright* (17 U.S.C. § 102(b)), pues lo que se protege es la expresión de esa idea (la obra ya realizada). Esta medida permite que el derecho de autor cumpla con su cometido de promover el progreso de la ciencia y de la cultura, para que haya un equilibrio entre los titulares que crean contenido, como el interés del público de contar con acceso (OMPI, 2025).

El sistema tuvo un buen funcionamiento en un mundo en el que la expresión de las ideas era difícil, por lo que era importante el *copyright* para alentar

a las creaciones. Sin embargo, la IA generativa está haciendo las expresiones de las ideas, pues ahora se le dan instrucciones para que las desarrolle, esto es, la IA está haciendo la parte del trabajo que el *copyright* tradicional protegía (Lemley, 2023).

Por ejemplo, nadie tiene la exclusividad sobre la idea de pintar un caballo que va paseando a la orilla del mar. Pero cuando alguien lo pinta, da su impronta y originalidad en la pintura, y tendrá derechos de autor. Ahora, si se le pide a Dall-E que lleve a cabo la pintura de un caballo que va paseando a la orilla del mar, la IA genera esa expresión. Lemley refiere que esto voltea de cabeza al sistema del *copyright*, pues lo que antes se protegía por CR (la expresión de la idea) ahora es generado por la IA, mientras que la “idea” no protegible por CR, es el aporte de la persona, a través del *prompt*. Ante la pregunta de si, ¿la IA debería de ser tratada como autora?, las leyes actuales no lo permiten, y todo parece indicar que las propias compañías de IA tampoco lo están buscando. Pero, como referimos arriba, puede ser que si las obras generadas con IA llegan a tener algún valor, es posible que las compañías vayan a solicitar la titularidad (Lemley, 2023).

De ahí que se considere que la dimensión creativa para alcanzar un resultado específico con ayuda de la IA reside, en buena medida en el diseño del *prompt*. La IA generativa opera a partir del lenguaje natural, el cual es inherentemente ambiguo y depende del contexto. Esto, aunado a la enorme cantidad de datos con los que se entrena a la IA, puede generar un resultado que no cumpla con las expectativas del usuario. Así pues, cobra relevancia la capacidad de formular instrucciones precisas y estructuradas, lo que ha dado lugar a una demanda de perfiles especializados en el diseño de *prompts* (Smith, 2023).

Cabe resaltar que las personas están haciendo uso de la IA generativa sin tener algún tipo de entrenamiento, y la propia IA está evolucionando para ayudar al usuario a generar mejores *prompts*. De ahí que, la IA generativa nos está empujando a repensar, ¿qué es lo valioso en una obra? y si ¿alguien debería de ser su titular? El ya citado “*if value, then right*” es un impulso fuerte, y los actores con poder (las compañías tecnológicas) presionarán con fuerza para ser titulares de productos generados por IA generativa. Probablemente tendrán éxito en crear un nuevo derecho de propiedad. Aunque deberíamos

resistir el impulso de dar propiedad a todo, no hay seguridad en que lo logremos (Lemley, 2023).

5. *La imitación de estilo por IA: la apropiación de la estética* *¿está dentro de los límites al derecho de autor?*

Este apartado aborda uno de los desarrollos más recientes y controvertidos en el uso de la IA generativa: la capacidad que tienen los sistemas para imitar con gran precisión estilos artísticos que pueden ser reconocidos por las audiencias, sin que se llegue a reproducir obras concretas.

En marzo de 2025, OpenAI publicó una actualización en ChatGPT que mejoraba la tecnología de generación de imágenes, rápidamente se viralizó generar imágenes con el estilo mundialmente reconocido de los Studios Ghibli. Si bien, el estilo del estudio ya había inspirado arte generado con IA anteriormente, este cambio es el más cercano al estilo del estudio de Hayao Miyazaki (Kircher, 2025). Aunque Studios Ghibli no ha iniciado un litigio en contra de OpenAI respecto de este uso, hay que recordar que, el estilo no está protegido por derechos de autor, pues se considera parte del acervo común del arte (Bently et al., 2022). Cabe resaltar que, nuevamente estamos ante el uso de las obras protegidas de Ghibli, en el entrenamiento de la IA y que el uso de lo que se genera, copiando el estilo, es un uso de carácter artístico.

Revisando estrictamente las reglas de la doctrina del *fair use*, así como las limitaciones al uso del derecho de autor, seguimos sin encontrar en ninguna de las dos, que se permita el uso de obras artísticas protegidas para el entrenamiento de la IA. Pero, revisando las causales de infracción del derecho de autor, tampoco encontramos que el usar sin autorización, el estilo, conlleve a una infracción. Así pues, estrictamente hablando, el copiar el estilo Ghibli, está en una zona gris del actual sistema, en el que no conlleva una infracción, pero tampoco puede considerarse un uso permitido sin el consentimiento del titular.

Respecto del uso de obras protegidas en el entrenamiento de la IA, sin tener el consentimiento (o una licencia) por parte de los titulares, también cabe destacar que, en el 2024, un grupo de 10,000 actores y músicos firmaron una carta en protesta, solicitando que se tramiten licencias (Kircher, 2025).

En este sentido, la doctora Samuelson sostiene que un régimen de licencias colectivas para el uso de obras protegidas por derechos de autor, destinadas al entrenamiento de IA generativa podría constituir una alternativa para regular este uso de obras. No obstante, advierte que determinar y ajustar las regalías asociadas a este esquema, no sería una tarea sencilla (Samuelson, 2024).

El análisis cronológico de los casos examinados en este capítulo evidencia cómo la IA ha tensionado de forma progresiva al sistema clásico de la PI. La IA desborda los supuestos sobre los que se edificó el sistema tradicional, y la tensión entre la PI y la generación de la IA revelan una incompatibilidad estructural entre un sistema pensando para creaciones humanas y las prácticas actuales de creación automatizada, lo que obliga a repensar los fundamentos de la protección de la PI.

IV. Conclusiones

La transformación de los procesos creativos en la era digital, y la revolución 4.0 plantea desafíos estructurales al sistema de la propiedad intelectual como la conocemos. El sistema de propiedad intelectual tiene como objetivo fomentar la creatividad, la innovación, el acceso al conocimiento, a través de la protección de las creaciones e innovaciones humanas. Diremos que está diseñado para proteger creaciones e innovaciones tradicionales, pues si bien, el Internet y la computación se volvieron herramientas desde su aparición, ahora tenemos otras formas de creación que son más efímeras (hablando de los *reels*), cortas (hablando de los *posts*, memes), co-creaciones con personas que podemos desconocer por completo, etcétera. Así pues, en este artículo hemos redefinido lo que puede considerarse como “obra” protegible dentro de entornos digitales, respetando la máxima del derecho de autor que es la originalidad. El análisis en este artículo revela que, aunque en ciertos casos se podría reconocer protección jurídica, muchas de estas creaciones, así como usarlas y compartirlas, todavía se sitúa dentro de una zona gris legal, donde la legislación como la conocemos resulta insuficiente o inaplicable.

El artículo examinó de manera cronológica los desafíos que plantea la IA generativa a la PI, a partir de una serie de casos emblemáticos que evidencian

una tensión creciente con las categorías clásicas del sistema. Desde los primeros usos de la IA como una herramienta exclusiva, hasta su consolidación como generadora autónoma, el análisis mostró cómo los marcos jurídicos vigentes, que reservan las nociones de persona autora e inventora a personas físicas, resultan insuficientes para dar respuesta a las nuevas formas de creación. A esto, se le suma el uso masivo de obras protegidas en el entrenamiento de la IA, así como el debate en torno al valor creativo de los *prompts*, lo que introduce tensiones adicionales sobre la falta de control de los titulares en el uso automatizado de sus obras. Si bien, los límites al derecho de autor y la doctrina del *fair use*, buscan delimitar el alcance de la protección, el estudio evidencia que estos instrumentos no fueron diseñados para atender las prácticas de creación y aprendizaje automatizado a gran escala. Por lo que, quedan abiertas las interrogantes relevantes sobre si las acciones son infractoras o no.

A lo largo del ensayo, se ha demostrado que el marco jurídico actual no está plenamente preparado para enfrentar los retos que se dan en la era digital en la creación de contenido y de invenciones. No sólo por lagunas normativas, sino porque sus categorías fundamentales: autor, obra, originalidad, titularidad, responden a un modelo de creación que ya no coincide con las prácticas digitales contemporáneas. La solución no pasa únicamente por ampliar el espectro del derecho de autor y el derecho de patentes, sino en repensar sus fundamentos: ¿todas las creaciones deben de protegerse?, ¿con qué finalidad se protegen las creaciones?, ¿existen nuevas formas de generar valor, más allá del reconocimiento de una titularidad?, ¿hasta qué punto debe permitirse la apropiación privada de conocimiento generado colectivamente o por IA?

V. Referencias

Australian Society for Computers and Law (Director). (2021, agosto 5). *AI Inventors—DABUS, Thaler and the Commissioner—The World's first case to find for the Robot* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=dAh7qUGcAFQ>

- BBC News. (2015). El artista que se apropia de fotos de Instagram y las vende por miles de dólares. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/06/150604_richard_prince_foto_instagram_gtg
- Bently, L., Sherman, B., y Johnson, P. (2022). *Intellectual Property Law*. <https://global.oup.com/ukhe/product/intellectual-property-law-9780198869917>
- Britannica. (2025a). Meme | Definition, Meaning, History, & Facts. <https://www.britannica.com/topic/meme>
- Britannica Money. (2025b, mayo 30). X. <https://www.britannica.com/money/Twitter>
- Cambridge Dictionary. (2025, mayo 28). Reel. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/reel>
- Cedillo Molina, S. (2025). *Derechos de Autor y Redes Sociales*. [Tesis de doctorado]. Universidad Nacional Autónoma de México. http://132.248.9.195/ptd2025/abr_jun/0868939/Index.html
- Cómo funciona Content ID - Ayuda de YouTube. (s. f). <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?sjid=4988315241927412233-NC>
- Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. (1979, septiembre 28). <https://www.wipo.int/wipolex/es/text/283694>
- Copyright Alliance. (2023, febrero 9). Are Tweets Protected by Copyright? <https://copyrightalliance.org/faqs/tweets-protected-copyright/>
- Copyright Law of the United States, 17 United States Code (1976). <https://www.copyright.gov/title17/title17.pdf>
- Copyright Office. (2025). U.S. Copyright Office Fair Use Index. <https://www.copyright.gov/fair-use/>
- Counting characters when composing Tweets. (s. f). X. <https://docs.x.com/resources/fundamentals/counting-characters>
- Decisión sobre la solicitud de patente 18275163.6, No. J 0008/20 (Oficina Europea de Patentes el 21 de diciembre de 2021). <https://www.epo.org/en/boards-of-appeal/decisions/j200008eu1>
- Diario Oficial de la Federación (1996). Ley Federal del Derecho de Autor. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4907028&fecha=24/12/1996#gsc.tab=0
- Eldagsen, B., & Dall-E. (2022). Pseudomnesia, The electrician. <https://www.scientificamerican.com/article/how-my-ai-image-won-a-major-photography-competition/>

- Faleiros Júnior, J. L., Quinelato, P., y Strack, J. (2023). Image rights and the limits of art in the information society: An analysis of the “Richard Prince case”. *Brazilian Journal of Law, Technology and Innovation*, 1(1), 187-208. <https://doi.org/10.59224/bjlti.v1i1.187-208>
- Forbes. (2020, octubre 5). Instagram: A 10 años del origen de una de las redes sociales más utilizadas. <https://forbes.com.mx/forbes-life/tecnologia-instagram-red-social-10-anos/>
- Gardner, E. (2018, julio 26). Sony Taken to Court Over ‘Slender Man’ Threats. *The Hollywood Reporter*. <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/sony-taken-court-slender-man-threats-1130087/>
- Glynn, P. (2023, abril 18). Sony World Photography Award 2023: Winner refuses award after revealing AI creation. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-65296763>
- Graham v. Prince*. (s. f). <https://www.copyright.gov/fair-use/summaries/graham-prince-sdny2023.pdf>
- Guadamuz, A. (2020). Do Androids Dream of Electric Copyright? Comparative analysis of originality in artificial intelligence generated works. *Intellectual Property Quarterly*, 2, 24.
- Hernández Parraguez, M. (2019). El hacer material de la obra de arte tras la emergencia de las tecnologías digitales. *Anthropology & Materialism. A Journal of Social Research*, 4. <https://doi.org/10.4000/am.1033>
- Holcombe, J. (2025, octubre 1). ¿Qué Es el Web Scraping? Cómo Extraer Legalmente el Contenido de la Web. *Kinsta*. <https://kinsta.com/es/base-de-conocimiento/que-es-web-scraping/>
- Instagram. (s. f). ¿Cómo puedo asegurarme de que el contenido que publico en Instagram o Threads no infringe la ley de derechos de autor? | Servicio de ayuda de Instagram. <https://help.instagram.com/354736791367645>
- Instagram. (2025). Learn How to Monetize Your Content as a Creator. *Instagram for Creators*. https://creators.instagram.com/lab/content-monetization?locale=en_US
- Kircher, M. M. (2025, marzo 27). People Love Studio Ghibli. But Should They Be Able to Recreate It? *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2025/03/27/style/ai-chatgpt-studio-ghibli.html>

- Krotov, V., Johnson, L., y Silva, L. (2020). Tutorial: Legality and Ethics of Web Scraping. *Communications of the Association for Information Systems*, 47. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.04724>
- Lehnert-Bechle, M. (2019, abril 2). Springer Nature publishes its first machine-generated book. *Springer Nature Press Release*. <https://group.springernature.com/la/group/media/press-releases/archive-2019/springer-nature-machine-generated-book/16590134>
- Lemley, M. A. (2023). How Generative AI Turns Copyright Upside Down (SSRN Scholarly Paper No. 4517702). *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4517702>
- Lemley, M. A., y Casey, B. (2020). Fair Learning (SSRN Scholarly Paper No. 3528447). *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3528447>
- Ley Federal del Derecho de Autor. (1996, diciembre 24). *Diario Oficial de la Federación*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFDA.pdf>
- McCarthy, J. (2016). How a Microsoft machine learning AI created this entirely new Rembrandt. *The Drum*. <https://www.thedrum.com/news/2016/04/07/how-microsoft-machine-learning-ai-created-entirely-new-rembrandt>
- McKeever, R. (2014). Installation view. *Gagosian Gallery*. <https://gagosian.com/exhibitions/2014/richard-prince-new-portraits/>
- Monetization—Goals | Monetizing Twitter | Twitter Create. (s. f.). <https://create.twitter.com/content/create-twitter/en/goals/monetization>
- Nordemann, J. B. (2019, noviembre 21). AIPPI: No copyright protection for AI works without human input, but related rights remain. *Kluwer Copyright Blog*. <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2019/11/21/aippi-no-copyright-protection-for-ai-works-without-human-input-but-related-rights-remain/>
- Novagraaf. (2019, octubre 14). Who owns the IP in a meme? <https://www.novagraaf.com/en/insights/who-owns-ip-meme>
- OMPI. (2016). Principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_909_2016.pdf
- OpenAI. (2025). *ChatGPT* [Software]. <https://chatgpt.com/>
- Osorio Umaña, F. (2021). Entre el derecho de autor y el copyright: Análisis del efecto expansivo de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la

- Unión Europea en el copyright británico. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 10(2), 175-210. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2021.58611>
- Parkinson, J. (2014, junio 15). ¿Quién es misterioso personaje Slenderman? *BBC News Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/06/140613_tecnologia_slenderman_finde_jrg
- Parshall, A. (2023, abril 21). How This AI Image Won a Major Photography Competition. *Scientific American*. <https://www.scientificamerican.com/article/how-my-ai-image-won-a-major-photography-competition/>
- Pope, A. (2024, abril 10). NYT v. OpenAI: The Times's About-Face. *Harvard Law Review*. <https://harvardlawreview.org/blog/2024/04/nyt-v-openai-the-times-about-face/>
- Rajan, M. T. S. (2024, febrero 29). Is Generative AI Fair Use of Copyright Works? NYT v. OpenAI. *Kluwer Copyright Blog*. <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2024/02/29/is-generative-ai-fair-use-of-copyright-works-nyt-v-openai/>
- Ramírez Montes, C. (Dir.). (2024, agosto 20). *El notice and takedown en la Ley Mexicana de Protección al Derecho de Autor* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=Zu4BWycxquI>
- Rosenblatt, E. (2018). Who Will Speak For The Slender Man?: Dialogism and Dilemmas in Character Copyright (SSRN Scholarly Paper No. 3369944). *Social Science Research Network*. <https://papers.ssrn.com/abstract=3369944>
- Samuelson, P. (2024, febrero 15). How to Think About Remedies in the Generative AI Copyright Cases. *Lawfare*. <https://www.lawfaremedia.org/article/how-to-think-about-remedies-in-the-generative-ai-copyright-cases>
- Schuler, A. (2016). Insta-Appropriation: Finding Boundaries for the Second Circuit's Fair Use Doctrine After Campbell (SSRN Scholarly Paper No. 2719736). *Social Science Research Network*. <https://papers.ssrn.com/abstract=2719736>
- Sheldon, R., y Yasar, K. (2024, noviembre 13). What is an AI Prompt? *Tech Target*. <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/AI-prompt>
- Smith, C. S. (2023, abril 5). Mom, Dad, I Want to Be a Prompt Engineer. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/craigsmith/2023/04/05/mom-dad-i-want-to-be-a-prompt-engineer/>

- Smith, C. Y. N. (2017). Beware the Slender Man: Intellectual Property and Internet Folklore. (SSRN Scholarly Paper No. 3005668) *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3005668>
- Stevens, M. (2024, enero 26). Richard Prince to Pay Photographers Who Sued Over Copyright—The New York Times. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/01/26/arts/design/richard-prince-copyright-lawsuit.html>
- Thaler (Appellant) v Comptroller-General of Patents, Designs and Trademarks (Respondent), No. UKSC/2021/0201 (UK Supreme Court 2021). <https://www.supremecourt.uk/cases/uksc-2021-0201>
- Thaler v. Vidal, No. 21-2347 (United States Court of Appeals for the Federal Circuit, 5 de agosto de 2022).
- The Next Rembrandt (Dir.). (2016, abril 5). The Next Rembrandt [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=IuygOYZ1Ngo>
- Tushnet, R. (2015). Content, Purpose, or Both? *Washington Law Review*. <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/1920>
- U.S. Copyright Office. (s. f.). Section 512 of Title 17: Resources on Online Service Provider Safe Harbors and Notice-and-Takedown System. <https://www.copyright.gov/512/>
- Unión Europea (2019). Directiva (UE) 2019/790 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de abril de 2019, sobre los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital y por la que se modifican las Directivas 96/9/CE y 2001/29/CE. Diario Oficial de la Unión Europea, L 130, 92-125. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>
- Voorhees, M. (2024, abril 5). Copyleft or Copyright: Exploring Copyright Protections of Memes. *Lexology*. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9409eb3c-d531-43ff-ae29-a1ec933dda6c>
- WIPO. (2025). Derecho de autor. Copyright. <https://www.wipo.int/web/copyright>
- Writer, B. (2019). *Lithium-Ion Batteries: A Machine-Generated Summary of Current Research*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-16800-1>

Cómo citar

IJJ-UNAM

Alba Betancourt, Ana Georgina, “Desafíos para la propiedad intelectual ante las nuevas formas de creación en la era digital: redes sociales e inteligencia artificial”, *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, México, vol. 58, núm. 174, 2025, e20219. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484873e.2025.174.20264>

APA

Alba Betancourt, A. G. (2025). Desafíos para la propiedad intelectual ante las nuevas formas de creación en la era digital: redes sociales e inteligencia artificial. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 58(174), e20219. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484873e.2025.174.20264>