



Laura G. Espí

CREA · COMUNICA · CONECTA

## MANUAL PRÁCTICO

# Buen uso de la IA en la creación de contenidos para redes sociales

---

## Guía de cumplimiento para profesionales autónomos que prestan servicios de contenidos a empresas en España

**Actualizado: octubre de 2026**

**Objetivo.** Usar IA generativa de forma profesional sin perder de vista protección de datos, propiedad intelectual, derechos de imagen y voz, transparencia, publicidad y revisión humana.

### NOTA ACLARATORIA:

Este manual es una guía operativa de cumplimiento y no sustituye el asesoramiento jurídico individualizado cuando un caso presente especial riesgo o dudas interpretativas.

## 1. La regla de partida

Utilizar IA para redactar, diseñar, editar imágenes, generar vídeo o producir voz no exige, con carácter general, disponer de un título habilitante específico para poder prestar servicios de creación de contenidos. Lo relevante es conocer las obligaciones que correspondan al uso concreto y trabajar con procedimientos razonables de control.

**Regla práctica.** La IA propone o genera. El profesional comprueba, decide y responde de lo que entrega o publica.

### Normas que conviene tener en el radar

- Reglamento (UE) 2024/1689 de Inteligencia Artificial, especialmente las obligaciones de transparencia aplicables a determinados contenidos generados o manipulados.
- Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y LOPDGDD cuando el trabajo incorpora datos personales.
- Ley Orgánica 1/1982 sobre honor, intimidad y propia imagen, especialmente cuando se usa con fines publicitarios o comerciales la imagen, el nombre o la voz de una persona.
- Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual cuando se utilizan fotografías, vídeos, música, textos, diseños u otras obras de terceros.
- Normativa de publicidad, consumidores y competencia desleal cuando una pieza comercial puede inducir a error sobre un producto, servicio o situación real.

### Semáforo general

| NIVEL | CRITERIO                                                                                                                                                                                 |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| VERDE | Uso ordinario con materiales propios o autorizados, sin datos sensibles ni suplantación, y con revisión humana antes de publicar.                                                        |
| ÁMBAR | Hay personas identificables, material de terceros, datos personales, afirmaciones técnicas, recreaciones realistas o dudas sobre licencias. Comprobar antes de publicar.                 |
| ROJO  | Suplantación, uso comercial de imagen o voz sin base adecuada, datos confidenciales innecesarios, material ajeno sin derechos claros o contenido engañoso. No publicar hasta resolverlo. |

## 2. Qué puedo introducir en una herramienta de IA

Antes de escribir un prompt o subir un archivo, hay que mirar el material de entrada. El hecho de que una plataforma permita cargarlo no significa que tengamos derecho a hacerlo.

### Datos personales

El RGPD exige licitud, transparencia, limitación de finalidad, minimización, exactitud, seguridad y responsabilidad proactiva. Por tanto, no conviene volcar datos personales en una herramienta de IA por mera comodidad.

- Usa solo los datos realmente necesarios para la tarea.
- Anonimiza o seudonimiza cuando la identidad no sea necesaria.
- No pegues listados de clientes, teléfonos, correos, DNI, historiales o documentación personal sin haber analizado la base y el proveedor utilizado.
- Revisa la configuración de privacidad y las condiciones del servicio profesional que utilices.
- Evita introducir información confidencial del cliente que no sea imprescindible.

### Material del cliente

Logos, fotografías de producto, manuales de marca, vídeos, dossiers y textos pueden utilizarse si el encargo y los derechos del cliente cubren ese uso. Si el cliente entrega material de un tercero, no des por hecho que tiene permiso para reutilizarlo con IA.

**Pregunta antes de subir.** ¿Necesito realmente este archivo para obtener el resultado? ¿Tengo autorización para usarlo de esta manera? ¿Contiene información que puedo eliminar antes?

## 3. Texto generado con IA

- No publiques datos, cifras, especificaciones, precios, normativa o afirmaciones técnicas sin verificarlos.
- No presentes como testimonio real una reseña, cita o experiencia inventada por la IA.
- En contenido comercial, comprueba que las afirmaciones sobre el producto pueden demostrarse.
- Conserva la intervención editorial: corrige, adapta al cliente y revisa el resultado final.
- Si el texto afecta a asuntos de interés público, extrema la verificación y revisa las obligaciones de transparencia aplicables.

**Riesgo típico.** Una frase técnicamente convincente puede ser falsa. La fluidez del texto no es una prueba de veracidad.

## 4. Imágenes generadas o editadas

### Personas ficticias

Generar una persona que no existe suele ser menos problemático que manipular la imagen de una persona real, pero el resultado no debe utilizarse para crear testimonios falsos, aparentar hechos inexistentes o inducir a error sobre características relevantes de una empresa o producto.

### Personas reales

- Comprueba que existe autorización suficiente para el uso de la imagen en el contexto concreto.
- Si vas a modificar rasgos, ropa, contexto, acciones o apariencia mediante IA, valora si la autorización original cubre esa manipulación.
- El uso del nombre, voz o imagen con fines publicitarios o comerciales está especialmente protegido por la Ley Orgánica 1/1982.
- No atribuyas a una persona real conductas, declaraciones o situaciones que no ocurrieron sin una base jurídica clara y sin valorar las obligaciones de transparencia.
- 

### Producto y escenario

Una imagen generada para una marca puede ser creativa, pero no debe representar como característica real del producto algo que este no tiene. En automoción, alimentación, cosmética, turismo u otros sectores, una recreación visual puede convertirse en una afirmación comercial si el público razonablemente la interpreta como real.

## 5. Vídeo, voz, avatares y deepfakes

El artículo 50 del AI Act establece obligaciones de transparencia para determinados sistemas y contenidos. En particular, quien despliega un sistema que genera o manipula imagen, audio o vídeo constitutivo de deepfake debe revelar que el contenido ha sido generado o manipulado artificialmente. Para obras evidentemente artísticas, creativas, satíricas, ficticias o análogas, la obligación se adapta para no perjudicar su disfrute.

- No clones la voz de una persona real para una pieza comercial sin autorización adecuada.
- No crees un avatar reconocible de un empleado, directivo, cliente o personaje público sin analizar derechos de imagen, voz y finalidad.
- Si una pieza realista hace parecer que alguien dijo o hizo algo que no ocurrió, trátala como contenido de riesgo elevado y revisa la transparencia antes de publicar.
- No ocultes deliberadamente la naturaleza sintética cuando la norma exija revelarla.

**No todo contenido con IA necesita la etiqueta “creado con IA”.** La obligación depende del tipo de sistema, del contenido y del contexto. Hay que distinguir una ayuda de edición ordinaria de una manipulación que pueda hacer pasar por real algo artificial.

## 6. Propiedad intelectual y referencias

La Ley de Propiedad Intelectual reconoce al autor derechos sobre su obra y derechos exclusivos de explotación. Por eso, “está en Internet” no equivale a “puedo usarlo como quiera”.

- No uses una fotografía de Google como si fuera un banco de imágenes libre.
- Comprueba licencias de fotografías, vídeos, música, tipografías y recursos que entren en la pieza.
- Si el cliente aporta una obra de tercero, pide confirmación de que dispone de derechos suficientes cuando exista duda razonable.
- Evita pedir reproducciones sustancialmente idénticas de campañas, ilustraciones o diseños protegidos de terceros.
- Conserva evidencias de licencias o procedencia cuando el contenido sea relevante para una campaña comercial.
- Revisa las condiciones de uso de la herramienta de IA respecto al uso comercial del resultado y del material cargado.



Laura G. Espí

CREA · COMUNICA · CONECTA

**Sobre “al estilo de”.** Una referencia estética genérica no debe convertirse en una instrucción para copiar elementos protegidos o reproducir de forma reconocible una obra concreta. Cuanto más específica sea la imitación, mayor es la necesidad de revisar el resultado.

## 7. Publicidad y veracidad

- Distingue una imagen conceptual de una representación del producto real.
- No inventes certificaciones, homologaciones, premios, disponibilidad, composición o prestaciones.
- No fabriques reseñas ni testimonios de clientes.
- No generes falsos antes y después presentados como resultados reales.
- Cuando una recreación pueda alterar la decisión de compra, explica su carácter ilustrativo o sintético cuando sea necesario para no inducir a error.

## 8. Protocolo de trabajo recomendado

### Antes de generar

- Define la finalidad de la pieza.
- Identifica qué herramienta se va a utilizar.
- Comprueba si vas a introducir datos personales o información confidencial.
- Comprueba los derechos sobre fotografías, vídeos, música, textos y logos de partida.
- Si aparece una persona real, confirma qué autorización existe y para qué uso.

### Durante la generación

- Minimiza los datos introducidos.
- No pidas suplantaciones o atribuciones falsas.
- Evita instrucciones destinadas a copiar una obra o campaña concreta.
- Conserva versiones cuando el proceso pueda requerir trazabilidad.



Laura G. Espí

CREA · COMUNICA · CONECTA

## Checklist Antes de publicar

- ☐ ¿He verificado nombres, cifras, fechas y afirmaciones técnicas?
- ☐ ¿Tengo derecho a utilizar todos los materiales de partida?
- ☐ ¿Aparece una persona identificable?
- ☐ ¿He alterado su imagen o su voz?
- ☐ ¿La pieza representa como real algo que no ocurrió?
- ☐ ¿Puede inducir a error sobre un producto o servicio?
- ☐ ¿Debo revelar que el contenido ha sido generado o manipulado con IA?
- ☐ ¿He revisado las condiciones de uso comercial de la herramienta?
- ☐ ¿He eliminado datos personales innecesarios?
- ☐ ¿Ha existido revisión humana final?

## 9. Casos rápidos

| CASO                                                                | NIVEL                      | QUÉ HACER                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cambiar el fondo de una foto de producto del cliente                | VERDE / ÁMBAR              | Normalmente viable si el cliente tiene derechos sobre la fotografía y el cambio no falsea características relevantes del producto.                                         |
| Generar un empleado ficticio sosteniendo una pieza                  | VERDE / ÁMBAR              | Viable como recurso creativo. Revisar que la pieza y su uso no aparezcan de forma técnicamente falsa o engañosa.                                                           |
| Cambiar con IA el uniforme de un trabajador real                    | ÁMBAR                      | Comprobar autorización de imagen y si cubre la modificación y el uso comercial previsto.                                                                                   |
| Clonar la voz del gerente para locuciones                           | ÁMBAR / ROJO               | Requiere autorización adecuada y análisis del uso. Si se hace pasar por una declaración real inexistente, aumenta el riesgo y puede activar obligaciones de transparencia. |
| Subir una base de datos de clientes para que la IA escriba mensajes | ROJO salvo análisis previo | Implica tratamiento de datos personales. No hacerlo de forma indiscriminada. Analizar necesidad, base jurídica, proveedor, contrato y minimización.                        |
| Copiar una campaña de un competidor con IA                          | ROJO                       | No utilizar la IA para reproducir material protegido o generar confusión con un competidor.                                                                                |
| Usar IA para redactar un post y revisarlo manualmente               | VERDE                      | Uso ordinario. Verificar hechos, afirmaciones comerciales y cualquier dato técnico antes de publicar.                                                                      |
| Crear una imagen realista de un evento que nunca ocurrió            | ÁMBAR / ROJO               | Si puede interpretarse como documentación real, valorar transparencia, posible engaño y derechos de las personas o marcas representadas.                                   |

## 10. Qué conviene documentar

- Listado básico de herramientas de IA utilizadas y finalidad.
- Configuración o modalidad profesional utilizada cuando afecte a privacidad o tratamiento de datos.
- Licencias de recursos relevantes.
- Autorizaciones de imagen o voz cuando proceda.
- Indicaciones del cliente sobre materiales que proporciona.
- Revisión humana y aprobación final en piezas sensibles.
- Incidencias o correcciones relevantes.

**No se trata de burocratizar cada post.** Se trata de poder demostrar un criterio profesional razonable cuando el trabajo implica datos personales, derechos de terceros o contenido sintético sensible.

## 11. Cuándo no basta este manual

- Campañas con menores.
- Uso de datos sensibles o categorías especiales.
- Clonación de voz o imagen de personas reales en campañas relevantes.
- Personajes públicos, parodias dudosas o contenido potencialmente lesivo para el honor.
- Campañas políticas o electorales.
- Sistemas de IA que tomen decisiones sobre personas, perfiles o selección de candidatos.
- Dudas serias sobre licencias, derechos de autor o titularidad de materiales.
- Sectores regulados con afirmaciones sanitarias, financieras, legales u otras de especial riesgo.



Laura G. Espí

CREA · COMUNICA · CONECTA

## 12. Referencias normativas esenciales

**Reglamento (UE) 2024/1689 de Inteligencia Artificial, texto consolidado consultado a octubre de 2026**

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/2026-07-27/eng>

**Reglamento (UE) 2016/679, Reglamento General de Protección de Datos**

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/spa>

**Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales**

<https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3/con>

**Ley Orgánica 1/1982, de protección civil del derecho al honor, intimidad y propia imagen**

<https://www.boe.es/eli/es/lo/1982/05/05/1/con>

**Real Decreto Legislativo 1/1996, Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual**

<https://www.boe.es/eli/es/rdlg/1996/04/12/1/con>

**Ley 34/1988, General de Publicidad**

<https://www.boe.es/eli/es/l/1988/11/11/34/con>

**Ley 3/1991, de Competencia Desleal**

<https://www.boe.es/eli/es/l/1991/01/10/3/con>

Nota de actualización: la normativa sobre IA se encuentra en fase de aplicación progresiva y puede recibir guías, códigos de práctica e interpretaciones posteriores. Conviene revisar este manual periódicamente y, especialmente, antes de incorporar nuevas herramientas o usos de mayor riesgo.