

# Todos los caminos llevan a Roma: propiedad intelectual, inteligencia artificial y medios de comunicación

**All roads lead to Rome: Copyright, artificial intelligence,  
and the media**

**Javier Díaz-Noci**

**Díaz-Noci, Javier** (2024). "Todos los caminos llevan a Roma: propiedad intelectual, inteligencia artificial y medios de comunicación". *Anuario ThinkEPI*, v. 18, e18e15.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2024.e18a15>

Publicado en *IweTel* el 18 de julio de 2024

## Javier Díaz-Noci

<https://orcid.org/0000-0001-9559-4283>

<https://www.directorioexit.info/ficha184>

Universitat Pompeu Fabra

Facultad de Comunicación

Roc Boronat, 138. 08018 Barcelona

[javier.diaz@upf.edu](mailto:javier.diaz@upf.edu)



**Resumen:** La irrupción de la inteligencia artificial, aunque no es nueva y se lleva aplicando en las redacciones de los medios al menos desde 2014, ha experimentado un gran crecimiento desde la comercialización de sistemas como *ChatGPT*, a partir de finales de 2022. Este incremento en la producción de contenidos y entrenamiento de sistemas de inteligencia artificial mediante el uso masivo de datos ajenos ha provocado que se hayan planteado cuestiones muy serias acerca de hasta qué punto la actual legislación de propiedad intelectual será capaz de dar respuesta a los nuevos retos. Los medios, y en menor medida los profesionales, han usado tres instrumentos legales para hacer frente a esos desafíos: la reforma de las leyes, y la aprobación de una Directiva Europea sobre inteligencia artificial; acudir a los tribunales; y negociar con las grandes compañías involucradas en el desarrollo de sistemas de inteligencia artificial, como *OpenAI*.

**Palabras clave:** Propiedad intelectual; Derecho de autor; Inteligencia artificial; Directiva Europea sobre IA.

**Abstract:** The emergence of artificial intelligence, although it is not new and has been applied in media newsrooms at least since 2014, has experienced a great growth since the commercialization of systems such as *ChatGPT*, starting at the end of 2022. This increase in the production of content and training of artificial intelligence systems through the massive use of external data has caused very serious issues to be raised about the extent to which current copyright legislation will be able to respond to new challenges. The media, and to a lesser extent the professionals, have used three legal instruments to face these challenges: the reform of the laws, including the approval of a European Directive on artificial intelligence; litigation; and negotiate with large companies involved in the development of artificial intelligence systems, such as *OpenAI*.

**Keywords:** Intellectual property; Copyright; Artificial intelligence; EU Artificial Intelligence Act.

## Financiación

Este trabajo forma parte del proyecto de I+D+i *Impact of artificial intelligence and algorithms on online media, journalists and audiences* (PID2022-1383910B-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España.

También se beneficia de la investigación de seis meses llevada a cabo en el *University College Dublin* (Irlanda), gracias a una beca para estancias del personal docente e investigador en centros extranjeros a la movilidad Salvador de Madariaga, del *Ministerio de Universidades de España*, referencia PRX22/00561.

## 1. Introducción

La popularización de los sistemas de inteligencia artificial, como *ChatGPT* de *OpenAI*, a finales de 2022, está provocando una gran preocupación en muchas industrias culturales. También entre los creadores y los trabajadores intelectuales. La industria de los medios y los periodistas bien podrían verse afectados por la introducción de una técnica tan disruptiva. Algunas áreas jurídicas también pueden sufrir cambios importantes para afrontar este nuevo desafío. La legislación sobre propiedad intelectual y derecho de autor es una de ellas. Otras áreas jurídicas, como la legislación sobre competencia y las leyes que regulan medios pueden verse profundamente afectadas (una versión más ampliada en **Díaz Noci**, 2024).

Los editores y editores de prensa tienen sentimientos encontrados sobre la llegada de la inteligencia artificial y su adopción en las redacciones. La IA es excelente para ayudar a producir mercancías con valor económico. La cuestión es a quién beneficiará ese valor añadido. En un foro celebrado a principios de 2024, algunos editores vieron la IA como una “amenaza existencial” y asumieron que “nuestro contenido ha sido robado”, mientras que al mismo tiempo “el entusiasmo por utilizar la IA para hacer periodismo de nuevas maneras también fue bastante grande” era común entre los participantes (**Caswell**, 2024). La batalla acaba de comenzar. Según datos publicados por la organización *Open Secrets*, en Estados Unidos sólo en 2023 la actividad de lobby de más de 350 empresas, grupos comerciales, universidades y otros grupos duplicó los esfuerzos realizados en 2022.

Estudios recientes muestran que los periodistas y cualquier profesional cuyas habilidades y trabajos se basen en recopilar, estructurar y escribir información están en peligro por los sistemas de inteligencia artificial *ChatGPT* y similares. Los diseñadores web y de interfaces digitales también deberían temer la implementación de herramientas de inteligencia artificial en su trabajo diario. Los analistas de noticias, reporteros y periodistas vienen después. Estos son los cinco trabajos más amenazados, así lo confirman algunos otros estudiosos, como **Hui et al.**, (2023), de las universidades de *Washington* y *Nueva York*, **Elondou et al.** (2023), y **Dell’Acqua et al.** (2023), de la *Harvard University*. Los periodistas y otros trabajadores de los medios no sólo deberían temer que sus puestos de trabajo estén en peligro, también deberían ser conscientes de las probables caídas en los ingresos. La adopción de herramientas de inteligencia artificial reducirá los costos de producción. Fácilmente podría significar sustituir empleados. Si la inteligencia artificial finalmente reemplaza muchas de las tareas que realizan los periodistas actualmente, la mejor solución posible es, en primer lugar, hacer que todas las habilidades humanas sean valiosas, si no esenciales. En este sentido, ya se han hecho algunos esfuerzos, por ejemplo, una nueva herramienta para periodistas, basada en inteligencia artificial, para recopilar y analizar noticias sobre el cambio climático que respete la propiedad intelectual de los autores originales. Se llama *Spinoza* y fue desarrollada en 2023 por *Reporteros sin Fronteras (RSF)* y la *Alianza de la Prensa de Información General (APIG)*. Ambas organizaciones francesas también están detrás de la *Carta de París sobre IA y periodismo*, también lanzada en el segundo semestre de 2023.

La cuestión es que las decisiones no deberían depender únicamente de las decisiones del

mercado, especialmente si se adoptan sólo en términos de reducción de costos. Esta estrategia podría tener éxito a corto plazo, pero nunca a largo plazo. La industria de los medios de comunicación es una actividad social todavía necesaria pero en crisis permanente, por no hablar de la cada vez más precarizada profesión de periodista, en el peor de los casos. Resulta cada vez más difícil hacer frente a la desinformación y recuperar el interés perdido de los lectores, y a la vez se produce una mayor evitación de las noticias y un debilitamiento de la confianza en las noticias.

Si bien puede ser una buena ayuda para el trabajo diario de los periodistas, hasta ahora hay más ventajas que desventajas en la adopción temprana y la experimentación de sistemas de inteligencia artificial. Por ejemplo, *The New York Times* anunció en enero de 2024 un equipo de ingenieros y editores para explorar nuevas formas de utilizar la IA generativa en la sala de redacción. La inteligencia artificial no es, al menos hasta este punto, capaz de producir nada de forma autónoma, sin intervención humana. Este es un terreno y una línea que no se debe sobrepasar. Sin embargo, los sistemas de IA llegarán a todos los aspectos de la vida social, también al laboral. Incluso es factible que la inteligencia artificial pueda ayudar en algunas áreas del trabajo periodístico, por ejemplo, verificando cada noticia que se ofrece a las audiencias. Pero, a la vez, el riesgo de que los sistemas de inteligencia artificial se utilicen para desinformar también es una posibilidad muy real.

## 2. Enfoques diversos, soluciones diferentes

Esquemáticamente, prevemos dos enfoques principales a los problemas que plantea la adopción —nos guste o no— de sistemas de IA en las organizaciones de medios. El primer enfoque es una solución convergente. Significa, en primer lugar, proteger los derechos de propiedad intelectual a través de las obras colectivas. Aquí es donde entran en juego los derechos conexos, los derechos de los editores de prensa y también los derechos de negociación como los promulgados en Australia y Canadá. El segundo enfoque es una solución divergente, que separa la autoría y la propiedad, como establece la *Ley de Derecho de Autor* de China. Con algunos matices, los tribunales han insistido en la necesidad también de la autoría y la originalidad humanas. Sin embargo, el concepto emergente de trabajo sin autor es preocupante y claramente no es la mejor solución posible, especialmente para los periodistas.

A su vez, ciertas concepciones jurídicas básicas se están regulando de forma diversa en las tres tradiciones jurídicas principales: la de derecho civil, la anglosajona de *Common Law* y la socialista, o post-comunista, claramente China. El primer concepto es el de autoría: la personal, ligada a la creatividad humana en el caso del Derecho Civil, que no concibe el concepto de obra sin autor; el concepto del *Common Law* más favorable a reconocer como autores a los productores o personas jurídicas bajo cuya coordinación e iniciativa se produce la obra colectiva (por ejemplo, los medios de comunicación), hasta el punto de aceptar, para los periodistas, como lo hace la legislación británica, que la empresa periodística no tiene la obligación de citar como autor (lo cual es un derecho moral, inalienable en el Derecho Civil) al periodista que contrata, y la apertura a reconocer, al menos en Estados Unidos, que la IA produce obras sin autor; y el concepto aún más flexible, a favor de proteger la propiedad más que la autoría, de un sistema híbrido, resultado de una ideología socialista, como la china. Todos se unen en la atribución de cada vez más derechos, si no de autoría, al menos de negociación a favor de los editores de los medios de comunicación, por tanto, personas jurídicas, en las dos primeras tradiciones.

Para proteger la inversión y la innovación en sistemas de inteligencia artificial, y no depender de terceras personas jurídicas, la tradición jurídica anglosajona apuesta claramente por ser más flexible que el derecho civil continental a la hora de aceptar obras originales sin autor determinable. Esto no está exento de riesgos. Por otro lado, no se contempla la obra en colaboración, figura del Derecho Civil que podría suponer el recurso a la autoría compartida en cualquier caso y una base

jurídica a la que aferrarse para el reparto de beneficios. En esta última tradición, la del derecho civil continental, las empresas seguramente explorarán la segunda vía que mencionamos: la de la propiedad industrial, en la medida en que busquen, si lo logran, encargar sus propios sistemas cerrados de producción de trabajo a la competencia de inteligencia artificial, que es lo que han hecho al menos desde 2014. Eso podría cambiar si, en lugar de software propietario, se difunde el uso de sistemas con acceso a enormes cantidades de datos en la World Wide Web, como los mencionados *ChatGPT*, *Stable Diffusion*, *Dall-E* o *Midjourney*. El volumen de obras intelectuales que se producirán aumentará, y esto dificultará la cesión de derechos, según Gurry (OMPI, 2023). Otra cosa es cómo se resolverá, también por parte de las empresas de medios, el claro uso que estos sistemas hacen de obras preexistentes, con autores y cesionarios de derechos identificables, quizás a través de marcas de agua digitales o sistemas de gestión de derechos digitales (DRM).

### 3. Compensación y negociación

También es importante definir en qué posición podrán negociar algún tipo de compensación como la que han luchado durante décadas por obtener de *Google*, y que se ha traducido en instrumentos legales como la *Directiva Europea de Derecho de Autor en el Mercado Único Digital* de 2019, el *News Media Bargaining Code* de Australia, o la *Online News Act* de Canadá, aprobada en 2023, todos ellos destinados a obligar a *Google*, *Facebook* y otros gigantes a negociar con los medios. *Google* ya dio algunos pasos significativos en 2017, subvencionando proyectos de redacción de noticias locales utilizando inteligencia artificial (Guadamuz, 2017). Los editores de prensa luchan por sus intereses. En 2024, la llamada Iniciativa *Urheberrecht* en Alemania se unió a los esfuerzos de muchas asociaciones de prensa y de más de 140.000 autores y dirigió una carta al primer ministro Olaf Scholz reclamando una compensación y solicitando un sistema de licencias obligatorias. También en febrero de 2024, Noreen Gillespie, directora de Periodismo de *Microsoft*, anunció que la compañía ayudaría a muchas empresas de medios a implementar sistemas de IA en las redacciones, como hizo *Google* en julio de 2023, cuando se hizo público que estaba probando una herramienta de este tipo, denominada *Génesis*.

### 4. La posición de las empresas de medios de comunicación

Las tendencias que se señalan —y las tensiones que se adivinan— no son nuevas y afectan a las observadas desde hace décadas en todo lo relacionado con los derechos de autor y la explotación económica de las obras periodísticas. Son aquellas que confrontan los derechos de autores individuales, periodistas, ilustradores y otros trabajadores del sector de la información y la comunicación, cuya razón autoral última y cuya posición negociadora previsiblemente se verá debilitada por la introducción decidida de la inteligencia artificial en las redacciones y de los derechos de las empresas, que en el sistema de derecho civil no son autores *per se*. Las personas jurídicas, los medios de comunicación en nuestro caso, pueden intentar controlar lo que se produce bajo sus auspicios mediante inteligencia artificial, creemos que siempre con intervención necesariamente humana, a través de dos instrumentos: los derechos de autor o la propiedad industrial.

Recordemos que se trata de la distinción entre propiedad industrial e intelectual, propia de la tradición jurídica del Derecho Civil, ya que la del *Common law* engloba a ambas bajo el paraguas de la propiedad intelectual. Quizás valga la pena recordar, una vez más, que no estamos ante un sistema de propiedad real, es decir, sobre las cosas, sino ante un sistema jurídico que se basa en licencias sobre obras intelectuales. A través del primero (el *copyright* anglosajón), y aunque se les considera meros productores de la obra intelectual, incluso la Unión Europea, a través del artículo 15 de la *Directiva de Derecho de Autor en el Mercado Único Digital* de 2019 (y su implementación a nivel nacional, en España *ex art. 32.2 del TRLPI 1/1996* ya citado) les ha atribuido considerables derechos que, si bien son claramente de explotación secundaria de la obra (derechos accesorios o conexos) son suficientemente amplios, y, lo que es peor, renunciables por parte de los autores individuales, que de otro modo siem-

pre tendrían derecho como tales a una compensación económica, para poder intentar negociar las repercusiones de la inteligencia artificial con cierta ventaja. Esta vía de la Unión Europea, que atribuye prácticamente de forma automática los derechos de explotación secundaria de la obra (por ejemplo, cuando se reproduce, incluso parcialmente y en forma de fragmentos, en agregadores) de todo lo producido por los empleados de la empresa que los contrata, lo equipara al trabajo por encargo del sistema jurídico anglosajón. De hecho, en mejores condiciones, ya que, mediante el uso de estos sistemas informáticos, mediante licencias de uso, todo lo que se produzca con su ayuda pasaría a ser explotable por la empresa. Resulta peos aún en el caso del *Common Law*, una tradición jurídica que tiende a proteger aún más claramente la inversión económica y al productor de obra intelectual, ya que algunas decisiones administrativas como la americana que hemos mencionado abren la puerta a obras sin autor, impensables en el ordenamiento jurídico del Derecho Civil, aunque siempre salvaguardando la autoría final de la obra colectiva donde estén contenidas (**Krausová; Moravec, 2022**).

Probablemente nos encontraremos frente a soluciones jurídicas híbridas, como la del derecho de propiedad intelectual chino, soluciones de compromiso entre el aspecto autoral del sistema de derecho civil continental y los más claramente empresariales del sistema anglosajón. En el contexto europeo no faltan quienes proponen, desde el ámbito del periodismo, fortalecer los derechos de las personas ante las posibles consecuencias del uso de la inteligencia artificial, y exigir, a través de códigos éticos o vías legales, transparencia y rendición de cuentas, una mayor responsabilidad de la industria de los medios (**Krausová; Moravec, 2022**). El concepto de transferencia de autoridad (**Lu, 2021**) podría imponerse como solución, aunque sea temporal. De esta manera, la autoría, que en el ordenamiento jurídico occidental no anglosajón es personal, puede transferirse a las empresas de medios y a quienes están detrás de los sistemas de inteligencia artificial que puedan utilizarse. Una vez más, entrará en juego un complejo sistema de licencias y compensaciones. La capacidad negociadora de los distintos sectores y agentes económicos en juego será evidente: la fortaleza de los grandes productores de sistemas de inteligencia artificial, respaldados por Microsoft (que los integró en su buscador Bing en 2023) o Google, frente a la mucho más relativa de empresas de medios de distintos tamaños. De momento, sólo las grandes están en disposición de ser atendidos cuando reclaman negociar con las empresas de inteligencia artificial.

Una de las claves estará en el concepto de obra derivada y en los derechos para transformar obras preexistentes, y en no permitir que sea ese el reino donde quien esté detrás de los sistemas de inteligencia artificial que todos usaremos tarde o temprano, decida unilateralmente. Queda por ver qué pueden hacer los periodistas para garantizar una compensación adecuada. Incluso un derecho constitucional a la remuneración ha sido propuesto por autores como Geiger y Laia (2023). Al menos, como ha propuesto Senftleben, “es preferible seguir un camino alternativo e introducir un sistema de impuestos orientado a la producción que imponga una obligación de pago general a todos los proveedores de sistemas de IA generativa” (**Senftleben, 2023**).

## 5. Todos los caminos llevan a Roma: del litigio a la negociación

Los movimientos adoptados por las empresas de medios para defender su posición en el mercado son claros. Muchos de ellos conducen a negociaciones con empresas de sistemas de inteligencia artificial como *OpenAI* y gigantes digitales como Google. Entre ellas se incluyen medidas técnicas, como atacar a aquellas empresas que utilizan sus contenidos para entrenar esos motores sin perjudicar el posicionamiento y el SEO (*Google* aceptó una solución *opt-out*, mucho más factible en el sistema europeo que en el americano, por cierto), el litigio (una actividad de *lobby* para la reforma legal) y la negociación. También está sobre la mesa una tensión entre el *fair use* y una lista tasada de excepciones. El *fair use* (los periodistas de países como Irlanda lo consideran “juego no limpio”) parece un terreno más resbaladizo para los periodistas y, en nuestra opinión, no debería ser la base legal para permitir que las empresas de IA alimenten sus sistemas sin límites con obras ajenas. Es



más, esto en ningún caso debería permitirse cuando, por duras que puedan parecer estas palabras de Martin Senftleben, hacen un “uso parasitario de las obras humanas” (**Senftleben**, 2023). Los acuerdos alcanzados por cada vez más empresas —las más grandes, las más poderosas; en ese juego, las empresas pequeñas y medianas tienen las de perder— entre 2023 y 2024 van en la línea de permitir que los sistemas de IA se entrenen y alimenten de obra periodística de esas empresas a cambio de una compensación económica que, en principio, debería beneficiar también a los autores. Las cláusulas de confidencialidad que rigen dichos acuerdos hacen que sus términos sean opacos, y sea muy difícil determinar si eso es así o no.

La lucha es desigual y se realiza principalmente a nivel nacional, lo que complica las cosas, ya que las empresas tienen que lidiar con diferentes sistemas legales. Los autores humanos se enfrentan a una situación aún mucho más desigual en las luchas presentes y futuras. Estamos de acuerdo con Martin Senftleben, traducimos del inglés: “Los sistemas de IA generativa solo son capaces de imitar la creatividad humana porque se han utilizado obras humanas como material de capacitación” (**Senftleben**, 2023). Las empresas, personas jurídicas que han invertido grandes sumas de dinero y recursos y bajo cuya dirección e iniciativa se crea la obra colectiva, están en mejor posición como titulares de derechos de autor. Aunque sean derechos conexos o de explotación, a veces secundaria, de la obra que sus trabajadores han creado y de la que son, con la ley en la mano, los únicos y verdaderos autores.

Las empresas de medios acogen con agrado las reformas legales y las leyes específicas sobre inteligencia artificial. Esto se complementa con un enfoque utilitarista de la inteligencia artificial y del derecho de autor: si una empresa invierte y paga por obras intelectuales, entonces se le deben atribuir los derechos de explotación sobre los resultados de esas obras, independientemente del grado de intervención tanto de las máquinas como de los trabajadores humanos (**Gaon**, 2021; **Fernández-Carballo-Calero**, 2022, p. 55). Los derechos personales, como los derechos morales, son un as en la manga de los periodistas, pero no son derechos universalmente reconocidos. Los países de *Common Law*, incluida la República de Irlanda en la Unión Europea, no reconocen que este debería ser un derecho aplicable instantáneamente a los periodistas. Algunos académicos relevantes, por ejemplo Aviv Gaon, insisten en la importancia de los derechos morales como una forma alternativa y factible de proteger las creaciones dirigidas a la IA, lo cual es más arriesgado para los periodistas, ya que propone, de nuevo traducimos del inglés, “asignar derechos morales a las creaciones de IA no humanas [...] al mismo tiempo que se reserva la asignación de derechos económicos a los creadores humanos” (**Gaon**, 2021, p. 139 ss.). El concepto de derechos morales digitales también es interesante, por lo que es extremadamente importante que, en cualquier caso, los periodistas y otros trabajadores asalariados de los medios, incluso los autónomos o colaboradores, nunca renuncien ni se deshagan de esos derechos. Incluso si muchos otros derechos (los de explotación o derechos económicos) se atribuyen casi necesariamente a personas jurídicas como empresas y organizaciones de medios de comunicación, que podrían proteger mejor sus intereses y los de sus trabajadores autores utilizando el concepto de obra colectiva, es mucho más que cuestionable si esto también es igualmente aplicable a los derechos morales. Éstos también pueden protegerse personalmente o a través de sindicatos o asociaciones profesionales.

También existe la vía de considerar que todas aquellas obras que no sean directa y completamente atribuibles a autores humanos puedan considerarse pertenecientes al dominio público. Sería posible si aceptamos que “los sistemas de IA [son] capaces de generar obras de forma completamente autónoma” (**Fernández-Carballo-Calero**, 2022, p. 87), pero sostenemos que no es así. Traducimos del inglés: “Incluso las máquinas generativas más sofisticadas [...] no son más que conjuntos complejos de instrucciones algorítmicas cuyas capacidades son enteramente atribuibles a cómo los programadores las entrenan con datos de entrada y cómo los programadores les instruyen para analizar esos datos de entrada” (**Ginsburg; Budjardio**, 2019). Existe un acuerdo común en el sentido de que no se

deben asignar derechos de autoría a tales sistemas de inteligencia artificial: los algoritmos no están protegidos por la legislación de derecho de autor y no deberían estarlo. Los sistemas de IA no pueden producir nada a menos que alguien le dé las órdenes necesarias —y le proporcione un propósito y una intencionalidad— para ejecutarlo. La trazabilidad es clave para la protección legal de obras pre-existentes protegidas por derechos de autor, y uno puede imaginar fácilmente que otros sistemas de inteligencia artificial ayudarán a detectar esos rastros. Los sistemas de IA competirán entre ellos.

## 6. Conclusión

Sea como fuere, la situación actual es que “la recopilación y el procesamiento de datos y la cobertura de noticias podrían expandirse exponencialmente” (Trapova; Mezei, 2021). Desde un punto de vista optimista, queremos alinearnos con Gervais, cuando dice que “la presencia de elecciones creativas en la realización de la obra es la única prueba adecuada para determinar si la obra es digna de protección por derechos de autor” (Gervais, 2002). La legislación de derecho de autor y las leyes sobre competencia (también algunas otras áreas relacionadas, y aquí entrará en juego la regulación de la industria mediática, a medida que se implemente en los estados miembros de la Unión Europea la *Media Freedom Act*, aprobada a principios de 2024) se combinarán para crear un puerto más seguro para (principalmente las más grandes) empresas de medios y para los autores, al mismo tiempo que también se mejorará la innovación aportada por la inteligencia artificial. Esto ya se ha intentado, pero estamos de acuerdo con Claudio Lombardi: la “relación entre derechos de autor y derecho de competencia en este sector es”, en el mejor de los casos, “ambivalente” (Lombardi, 2023). Muchas de esas reformas legales, tanto en materia de derechos de autor como de competencia, se han realizado teniendo en mente a los principales actores y pueden no ser tan convenientes para los actores menores, como las pequeñas o medianas empresas de medios, por lo que nos unimos a Lee y Molitorisz cuando recomiendan, traducimos de nuevo del inglés, “anticipar la necesidad de desarrollar medidas adicionales que apoyen en paralelo a empresas de medios de noticias más pequeñas, pero registrables” (Lee; Molitorisz, 2021). Además, las recomendaciones y directrices, naturalmente bien intencionadas, no son obligatorias o simplemente se basan en valores generales, por lo que podrían tener una eficacia limitada.

Como observación final: la compensación debería ser el concepto principal, y la negociación entre las empresas de medios y las empresas de sistemas de inteligencia artificial, el instrumento para lograr ese objetivo. Los litigios y los vetos o abordajes técnicos parecen ser simplemente otra forma de obligar a las empresas de IA y a los enormes conglomerados que las respaldan a negociar en términos justos con los titulares de los derechos de autor de la obra colectiva, bajo cuyo paraguas se debe reclamar y proteger la propiedad intelectual. Cuál es el lugar de los autores, y si la negociación colectiva o los acuerdos individuales (o cláusulas contractuales) con las empresas en un panorama en el que el trabajo de contrato es central deben extenderse (Fu, 2023), es la principal cuestión por resolver. Así que el siguiente paso lógico debería ser preguntar a periodistas y editores sobre sus actitudes y percepciones sobre la magnitud de los cambios legales que -como muchos otros- aporta la inteligencia artificial a su trabajo (Vogler *et al.*, 2023).

## References

Caswell, David (2024). *How media managers think AI might transform the news ecosystem*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-media-managers-think-ai-might-transform-news-ecosystem>

Dell’Acqua, Fabrizio; McFowland, Edward; Mollick, Ethan R.; Lifshitz-Assaf, Hila; Kellogg, Katherine; Rajendran, Saran; Krayer, Lisa; Candelon, François; Lakhani, Karim R. (2023). “Navigating the jagged technological frontier: Field experimental evidence of the effects of AI on knowledge worker productivity and quality”. *Harvard business school technology & operations Mgt. Unit Working Paper No. 24-013*.

<https://doi.org/10.2139/ssrn.4573321>

- Díaz-Noci, Javier** (2024). *Artificial intelligence, copyright law, other related legal aspects, and the digital news*. Dublin: Centre for Digital Policy, University College Dublin.  
<https://digitalpolicy.ie/wp-content/uploads/2024/05/AI-copyright-law-and-digital-news.pdf>
- Elondou, Tina; Manning, Sam; Mishkin, Pamela; Rock, Daniel** (2023). "GPTs are GPTs: An early look at the labor market impact potential of Large Language Models". Working paper.  
<https://arxiv.org/pdf/2303.10130.pdf>
- Fernández-Carballo-Calero, P.** (2022). *25 things you should know about artificial intelligence and copyright*. Pamplona: Thomson Reuters-Aranzadi.
- Fu, Angela** (2023). "As AI enters newsrooms, unions push for worker protections". St Petersburg Florida: Poynter Institute.  
<https://www.poynter.org/business-work/2023/artificial-intelligence-writers-guild-unions-journalism-jobs>
- Gaon, Aviv H.** (2021). *The future of copyright in the age of artificial intelligence*. Cheltenham: Edward Elgar. ISBN: 978 1 83910 314 8
- Geige, Christophe; Vincenzo, Laia** (2023). "Generative AI, digital constitutionalism and copyright: Towards a statutory remuneration right grounded in fundamental rights". *Kluwer Copyright Blog*, October 19.  
<https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2023/10/19/generative-ai-digital-constitutionalism-and-copyright-towards-a-statutory-remuneration-right-grounded-in-fundamental-rights-part-2/#:~:text=In%20this%20case%2C%20where%20the,generated%20outputs%20and%20human%20creativity>
- Gervais, Daniel J.** (2002). "Feist goes global: A comparative analysis of the notion of originality in copyright law". *Journal of the Copyright Society of the U.S.A.* n. 49, pp. 949-981.  
<https://ssrn.com/abstract=733603>
- Ginsburg, Jane C.; Budjardio, L. A.** (2019). Authors and machines. *Berkeley technology law journal*, 34, pp. 343-456.  
<https://doi.org/10.15779/Z38SF2MC24>
- Guadamuz, Andrés** (2017). "Artificial intelligence and copyright". *WIPO Magazine*.  
[https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2017/05/article\\_0003.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2017/05/article_0003.html)
- Hui, Xiang; Reshef, Oren; Zhou, Luofeng** (2023). *The short-term effects of generative artificial intelligence on employment: Evidence from an online labor market*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4527336>
- Krausová, Alžběta; Moravec, Václav** (2022). "Disappearing authorship: Ethical protection of AI-generated news from the perspective of copyright and other laws". *JIPITEC*, pp. 133-144.  
<https://www.jipitec.eu/archive/issues/jipitec-13-2-2022/5540>
- Lee, Karen; Molitorisz, Sacha** (2021). "The Australian News Media Bargaining Code: lessons for the UK, EU and beyond". *Journal of media law*, v. 13, n. 1, pp. 36-53.  
<https://doi.org/10.1080/17577632.2021.1963585>
- Lombardi, Claudio** (2023). "Rethinking journalism protection: looking beyond copyright". *Journal of media law*, v. 15, n. 1, pp. 90-120.  
<https://doi.org/10.1080/17577632.2023.2234691>
- Lu, Bingbin** (2021). "A theory of 'authorship transfer' and its application to the context of Artificial Intelligence creations". *Queen Mary journal of intellectual property*, v. 11, n.1, pp. 2-24.  
<https://doi.org/10.4337/qmjip.2021.01.01>
- OMPI** (2018). "Artificial intelligence and intellectual property: an interview with Francis Gurry". *WIPO Magazine*.  
[https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2018/05/article\\_0001.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/05/article_0001.html)
- Senftleben, Martin** (2023). "Generative AI and author remuneration". *International review of intellectual property and competition law*, n. 54, pp. 1535-1560.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4478370>
- Trapova, Alina; Mezei, Peter** (2021). *Robojournalism – A copyright study on the use of artificial intelligence in the European news industry*. *GRUR international*, v. 71, n. 7, pp. 589-602.  
<https://doi.org/10.1093/grurint/ikac038>
- Vogler, Daniel; Eisenegger, Mark; Fürst, Silke; Udris, Linards; Ryffel, Quirin; Rivière, Maude; Schäfer, Mike S.** (2023). *Artificial intelligence in news production: perception and acceptance among the Swiss population*. Zürich: Research Center for the Public Sphere and Society (fög) / University of Zurich.