

Artículo de Investigación

Cine en la Era IA: Vivificación de *stars* difuntas para interpretar personajes

Cinema in the age of AI: Bringing back to life deceased stars to interpret characters

Anna Amorós-Pons¹: Universidade de Vigo, España.
amoros@uvigo.gal

Fecha de Recepción: 18/05/2024

Fecha de Aceptación: 07/08/2024

Fecha de Publicación: 05/11/2024

Cómo citar el artículo:

Amorós-Pons, A. (2024). Cine en la Era IA: Vivificación de *stars* difuntas para interpretar personajes [Cinema in the age of AI: Bringing back to life deceased stars to interpret characters]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-14.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1012>

Resumen:

Introducción: En la industria cinematográfica se están generando cambios profundos por el avance tecnológico en el campo de la inteligencia artificial. En el sector de la interpretación, el recurso a la vivificación de *star system* difuntas para sustituir a actores reales genera preocupación. **Metodología:** Se opta por un estudio histórico, descriptivo, analítico y cualitativo. **Resultados:** La tendencia *dead celebrities* pone de manifiesto cuestiones laborales sobre el futuro profesional del sector de la interpretación, cuestiones comerciales sobre el valor añadido que puede aportar un *deleb* a una producción cinematográfica, la necesidad de una Ley de Inteligencia Artificial global e integradora que regule los usos éticos, los aspectos jurídicos de propiedad intelectual y de derechos de imagen *post mortem*. **Discusión:** Una situación que abre en la sociedad el debate sobre el uso comercial de la imagen de una persona tras su muerte y la protección de su memoria. **Conclusiones:** La investigación apunta a que esta tendencia, aunque aporte beneficios y rentabilidad a los grandes productores y estudios de cine, también genera disfunciones.

Palabras clave: inteligencia artificial; cine; interpretación; personajes; *star system*; *post-mortem*; ética; legislación.

¹ Autor Correspondiente: Anna Amorós-Pons. Universidade de Vigo (España).

Abstract:

Introduction: In the film industry significant changes are underway as a result of the technological advancements in the field of AI. In interpretation the use of vivification technology to bring back to life deceased star systems to substitute real-life actors is generating much concern. **Methodology:** Employing a descriptive, analytical and qualitative historical study. **Results:** The growing trend of dead celebrities forces the evaluation of numerous issues. Regarding the professional future of the interpretation sector, the added commercial value of using a *deleb* in productions as well as the need for a global and integrative law that regulates the use of AI, particularly in relation to ethical values and the legal aspects of intellectual property and image rights post mortem. **Discussions:** A situation that opens up social debate about the commercial use of a person's image after their death and the protection of their legacy. **Conclusions:** The investigation determines that although this trend provides benefits and profits to major film producers and studios it also has many flaws.

Keywords: artificial intelligence; cinema; interpretation; characters; star system; *post-mortem*; ethics; legislation.

1. Introducción

La evolución de las nuevas tecnologías en el campo de la imagen cinematográfica (Getino, 1998; Gubern, 2000; Sánchez, 2002; La Ferla, 2005) y, sobre todo, el gran avance en el ámbito de la inteligencia artificial (Vidal-Mestre *et al.*, 2023; Zamora y Ortega, 2024) está produciendo cambios profundos en la estructura de la industria del cine (Riego, 2005; Granados, 2024), en todas sus fases (creación, desarrollo, producción, realización, interpretación, comercialización, recursos humanos, etc.) y en los distintos puestos de trabajo del sector (personal creativo, técnicos, actores, especialistas, etc.), así como en la demanda ante la necesidad de nuevos perfiles profesionales (Serantes, 2023). En estos momentos, su impacto es aún impredecible, porque se está asistiendo a un avance exponencial en el desarrollo de nuevas herramientas de inteligencia artificial (IA) que ofrecerán posibilidades para la producción desconocidas todavía en la actualidad, pero que también pueden generar disfunciones.

El objeto de estudio, por razón de espacio y tiempo, se inscribe en el ámbito de la interpretación escénica en cine y, más concretamente, se centra en relación con la sustitución de actores y actrices reales por *star system* difuntas, al estar reanimada su imagen por técnicas de inteligencia artificial, creando un personaje digital en la imagen cinematográfica. Es una realidad que a lo largo de la Historia del Cine son numerosas las películas donde desaparecieron actores durante el rodaje (bien por fallecimiento, enfermedad, accidentes, cancelación del contrato, etc.) y la producción continuó con la figura del personaje, recurriendo en la interpretación a utilizar distintos medios y técnicas de sustitución y/o reencarnación de la persona en la imagen cinematográfica. Entre ellas destacan desde la más común y rudimentaria basada en la imitación (con actores dobles) hasta el uso de técnicas de maquillaje (por caracterización manual, con látex, prótesis, *derma wax*, *bodypainting*, etc.), imágenes pregrabadas que posteriormente se modificaban en la fase de la postproducción (con el montaje, mezclas, efectos visuales, etalonaje), o bien a través de efectos especiales digitales de transformación (como el *morphing*), tecnología de animación (2D, 3D, *computer-generated imagery*), tratamiento de la voz original (*voice morphing*), herramientas de IA (como el *deepfake*), etc.

Una visión panorámica a la historia filmográfica evidencia esta tendencia. Actores fallecidos en pleno rodaje como es el caso de Tyrone Power, que fue sustituido por otro actor, Yul Brynner, en *Salomón y la reina de Saba* de King Vidor (1959), rodada en España. También el actor Bruce Lee, en la película *Game of death* (Robert Clouse, 1978), fue reencarnado en la pantalla

optando por diversos métodos, desde sustituirlo por un doble a utilizar sombras y manipular la imagen en el montaje. Para la actriz Natalie Wood se optó por elegir una doble en *Brainstorm* (Douglas Trumbull, 1983). Al igual que en el caso de *El cuervo* (Alex Proyas, 1994), donde el actor Brandon Lee fue sustituido por un doble con un tratamiento de efectos especiales en postproducción. También se utilizó un doble e imágenes por ordenador para la figura del actor Oliver Reed en *Gladiator* (Ridley Scott, 2000). La cantante y actriz Nona Gaye sustituyó a la fallecida Aaliyah en *The matrix: reloaded* (Lana Wachowski, 2003). Así como el recurso al tratamiento por CGI del actor fallecido Philip Seymour Hoffman en *The hunger games: Sinsajo* (Gary Ross, 2012). O bien, más recientemente, el de los hermanos Walter, donde Bryan sustituyó a Paul en *Rápido y furioso 7* (James Wan, 2015) con un tratamiento de imágenes por ordenador en la fase de postproducción.

La investigación sobre las múltiples posibilidades –pero también las disfunciones que pueda generar la tecnología IA– en la interpretación escénica de personajes por utilizar celebridades difuntas (*dead celebrities*) frente a actores reales, plantea implicaciones en diversos ámbitos (laboral, económico, jurídico). Se ponen de manifiesto aspectos de relevancia a tratar, como es la situación profesional a la que se enfrenta el sector de la interpretación a corto-medio plazo y los resultados de su uso para la industria cinematográfica; así como las posibilidades que brindan a las industrias de servicios de ingeniería informática y la rentabilidad que le supone a las agencias que gestionan las licencias *delebs*². En este contexto es necesario un marco jurídico acorde con la situación, donde la nueva Ley de IA aprobada sea integral en la regulación y eficaz en la ejecución, no solo en cuanto a los aspectos de innovación tecnológica, sino también en los usos éticos y en cuestiones sobre derechos (sean estos de imagen, de voz, de protección de la memoria y legado del *star* fallecido, derechos *post mortem*, etc.); es decir, una ley que precisará revisarse y actualizarse para hacer frente y cubrir las posibles lagunas que puedan surgir con el avance tecnológico de la IA.

1.1. Estado de la cuestión

La figura del *star system* está ligada, desde sus orígenes, a las artes escénicas de la ópera y del teatro y, más tarde, al cine, que la popularizó entre las masas. Los grandes estudios de Hollywood potenciaron su carisma y, desde principios del siglo XX, las *majors* la implantaron como instrumento de política comercial, pues toda la producción giraba alrededor de su figura, dado que esta se concibió para asegurar el éxito de sus películas por el gran poder de seducción que ejercía en el público (Amorós, 1997, pp. 38-42). A lo largo de la Historia del Cine son numerosas las investigaciones que abordan el estudio del *star system* desde diferentes perspectivas (Morin, 1964; Gubern, 1981; Dyer, 1979; Sánchez-Biosca y Benet, 1994; Shingler, 2012; Bou y Pérez, 2021). Estas celebridades del Séptimo Arte convertían en modelo de ideales de belleza que el público idolatraba y, al mismo tiempo, eran portadoras de estilos de vida (McDonald, 2000). Por eso, la industria publicitaria se ha nutrido, desde los orígenes del cine, de estas celebridades para la venta de productos y servicios porque otorgan un valor añadido y garantizan la fiabilidad del producto a los potenciales consumidores, por lo que se convierten también en ídolos de consumo.

En esta prolongada relación existente entre el cine y la publicidad, desde los mismos orígenes de la imagen animada, son diversos los estudios que abordan la utilización de personajes famosos para las campañas publicitarias (Amorós y Martínez, 2000; Perales, 2007; Girona, 2012). Ahora bien, este recurso creativo, desde el ámbito profesional de la comunicación publicitaria, genera también mucha controversia. Mientras algunos abogan por las

² Neologismo que etimológicamente es un sustantivo plural que surge de la contracción morfológica de dos palabras *dead + celebrity*.

posibilidades que oferta su utilización (como es el glamur que representa y que dota de él a la marca y producto anunciado, o la confianza que otorga su figura al consumidor, o bien el disponer del *background* del personaje, lo que facilita el éxito de la campaña publicitaria, etc.), otros mantienen sus reservas matizando sus disfunciones (como es la usurpación del protagonismo al producto anunciado, la falta de fiabilidad por el hecho de estar sujeto su persona a un contrato anunciante-agencia, o bien el no resultar del todo creíble para el *target*, etc.). Se trata de pareceres divergentes de distintos publicistas de renombre internacional como Lluís Bassat, Leo Burnett, Clemente Ferrer Roselló, Akira Kagami, Joaquín Lorente, David Ogilvy, Ana Rumschisky, Kunihiko Tainika, etc. y que recopila en su estudio Mollá (2012, pp. 176-178). Ahora bien, cuando un *star system* es seleccionado y contratado como personaje de una campaña publicitaria, la agencia absorbe todo lo que representa esta figura pública, desde su ideal de belleza hasta los valores que transmite y, por supuesto, su historial bio filmográfico. Y la *star* se convierte en ese momento en prescriptora de la marca y del producto que anuncia, incitando al consumismo.

Por eso, el hecho que se plantea en este estudio sobre la reanimación de una *dead celebrity* para ser utilizada, sustituyendo a actores reales en la interpretación de un personaje, sea esta una producción cinematográfica o televisiva, un anuncio audiovisual o un videoclip, implica absorber de ella toda su personalidad, su imagen y voz, sus valores y su fama, pero también lo que fue su vida y su pasado, su gloria y sus desatinos; en fin, su memoria y legado. Y sobre este aspecto se centra esta aportación con relación al ámbito de la interpretación escénica en cine.

Ante el uso de la IA, actores y actrices manifiestan su preocupación por la peligrosidad que supone para su futuro profesional (Willis, 2023). Las constantes huelgas del sector de la interpretación, amparadas por el sindicato SAG-AFTRA (Sindicato de Actores de Cine-Federación Estadounidense de Artistas de Radio y Televisión), están teniendo gran repercusión en los estudios de Hollywood. Entre sus reivindicaciones está el regular y limitar los usos de la IA en los rodajes (como la réplica digital de imagen y voz de actores/actrices reales tomando como base escenas anteriores, la de la voz de los actores de doblaje en cine de animación, la vivificación de la figura de *star* difuntas, etc.) porque en el gremio se teme que su uso provoque un deterioro de las condiciones laborales que se traducen en la reducción del salario, la pérdida de identidad de su rol como actor/actriz, la falta de reconocimiento de su labor, el perjuicio de remuneración a posteriori por derechos de cesión de su imagen, etcétera. Una situación de riesgo contractual para el sector de la interpretación escénica, pero que, paralelamente, genera posibilidades de beneficios a la industria del cine y del audiovisual, así como a otros sectores directamente vinculados como son las agencias de licencias de *delebs* y la industria de servicios informáticos.

Para los grandes estudios de cine y empresas del audiovisual recurrir a la utilización de la imagen vivificada de un *star system* fallecida para interpretar personajes aporta a los productores garantías a nivel contractual, laboral, financiero, etc. Para las agencias de concesión de licencias *delebs*, se trata de un mercado muy potente que genera millones de dólares en ingresos anuales. Con el fallecimiento de un *star system* se produce un proceso de mitificación de su persona (Morin, 1964; Gubern, 1981), alcanzando un valor comercial que se incrementa con el paso del tiempo. Cada año desde el 2001, Forbes viene elaborando una lista con las *dead celebrities* mejor pagadas del mundo, clasificadas por distintos ámbitos escénicos y profesionales (actores, compositores, científicos, arquitectos, escritores, modistos, modelos, deportistas, etc.), por lo que su imagen de marca se ha convertido en una ganancia multimillonaria. La gestión comercial de licencias en torno a las celebridades fallecidas genera beneficios continuos a terceros por una actividad comercial póstuma (Penfold-Mounce y Smith, 2020). En este sector destaca como una de las pioneras en la gestión mercantil de este

tipo de licencias la agencia CMG Worldwide, fundada a principios de los años ochenta y con sede en Beverly Hills (California). En cuanto a los servicios de ingeniería informática (*software, hardware, análisis científicos de datos, etc.*) que prestan multinacionales como IBM (International Business Machines Corporation), DataRobot, Microsoft, NVIDIA, CloudMinds, Google, OpenAI, SAS (Statistical Analysis System), también obtienen grandes beneficios económicos (Grand View Research, 2023). Aunque este sector no es propio del entramado de la industria cinematográfica-audiovisual, tiene grandes efectos indirectos de repercusión –es lo que se conoce como efecto *spillover*– porque dispone del potencial necesario para aumentar la productividad en otros sectores, con la dotación de sistemas y técnicas basadas en inteligencia artificial.

Ante este contexto y con el desarrollo vertiginoso de nuevas tecnologías de IA generativa, se vislumbra ya en el horizonte la necesidad de generar un nuevo ecosistema de industria cultural creativa de entretenimiento.

2. Metodología

La tendencia al fenómeno *dead celebrities* en la producción cinematográfica plantea una cuestión de fondo que ha sido el punto de arranque del estudio. ¿Qué motivo lleva a una productora de cine a elegir a un *star* difunto en vez de realizar un *casting* con actores y actrices reales para interpretar un personaje en una película? Una pregunta sencilla en su planteamiento, pero de una enorme complejidad, porque directamente plantea otra cuestión: ¿cómo puede afectar el uso de *delebs* al sector de la interpretación escénica en cine? Para abordar estas cuestiones se centra el objeto de estudio en la utilización de *star system* difuntas y la vivificación de su imagen por técnicas de IA, para sustituir a actores y actrices reales en la interpretación de personajes de una película, con una reflexión sobre las posibilidades y disfunciones que puede ocasionar a corto-medio plazo a nivel laboral-sindical y jurídico-ético.

Para llevar a cabo el estudio se realiza una revisión exploratoria de la literatura sobre el tema objeto de estudio. La revisión bibliográfica se ha realizado con una búsqueda de fuentes de consulta de distinta naturaleza (artículos científicos, monografías especializadas, legislación, informes, blogs de especialistas, etc.), en diferentes bases de datos bibliográficas (Academic Search, Dialnet, repositorios, Scopus, Web of Science, etc.) y a través de distintos buscadores (Google Académico, WorldWideScience, etc.). Para rastrear la información se aplicaron y se combinaron criterios de palabras claves, en español y en inglés (cine, inteligencia artificial, actores-actrices, derechos de imagen, *deepfake*, *star system*, *post-mortem*, *dead celebrities*, *delebs*, etc.). La documentación recopilada se ha catalogado temáticamente para ser analizada (cine y tecnologías/técnicas de IA, información laboral del gremio de la interpretación, material jurídico sobre derechos de imagen/voz de la persona, sobre legislación IA, licencias de *delebs*, etc.).

Tras el análisis realizado y con el material documental seleccionado se propone el objetivo general (OG) del estudio:

OG: Presentar con visión panorámica el fenómeno *dead celebrities* en el ámbito de la interpretación cinematográfica, identificando los principales valores y contravalores para el gremio, para la industria del cine y en sectores vinculantes (agencias de licencias *delebs*, sector de servicios informáticos), referenciando cuestiones jurídico-éticas sobre su utilización.

Tomando en consideración este OG se proponen los siguientes objetivos específicos (OE):

OE1: Identificar las ventajas que le brinda a las productoras de cine recurrir a la figura

vivificada de una *star system* difunta en una producción.

OE2: Analizar las disfunciones que le depara al sector de la interpretación escénica en cine trabajar con personajes interpretados por *delebs* o el ser sustituido laboralmente por estos.

OE3: Exponer las posibilidades que genera el fenómeno en sectores externos vinculantes como son las agencias de licencias *delebs* y los servicios de ingeniería informática.

OE4: Abordar en el marco jurídico las cuestiones legales sobre derechos de la persona (de imagen, de voz, *post mortem*), con una reflexión ética sobre el fenómeno.

En el estudio se ha optado metodológicamente por un enfoque histórico-exploratorio de carácter analítico-cualitativo (Sierra, 1983, p. 34), para obtener un primer conocimiento del fenómeno. Una visión panorámica a la Historia del Cine, en perspectiva diacrónica y sincrónica, evidencia que la tendencia a sustituir a actores y actrices en pleno rodaje de una película es una práctica bastante común en la producción, el matiz está en cuanto a los procedimientos, técnicas y tecnologías utilizadas a tal efecto en cada momento.

Según Ruiz (1976, p. 454) la investigación de carácter histórico debe fundamentarse en una búsqueda de lo que acontece y su interpretación. Es decir, una visión histórica nos permite comprender la evolución del hecho acaecido, porque con el paso de los años la técnica cinematográfica y las nuevas tecnologías surgidas han contribuido a realizar cambios sustanciales en la esencia y estética de la imagen. Por su parte, el enfoque exploratorio nos permite observar cómo se manifiesta en la actualidad la tendencia al recurso del fenómeno *dead celebrities* en la imagen cinematográfica. Hoy con la tecnología IA y técnicas como el *deepfake* se puede vivificar a *stars* fallecidas para ser utilizadas en la interpretación de personajes, sustituyendo a actores reales.

También una visión analítica cualitativa (Abreu, 2014, pp. 196-197) nos permite explicar el significado del fenómeno y sus consecuencias. El estudio ha permitido identificar las posibilidades que ofrece a los estudios de cine y las disfunciones que ocasiona al sector de la interpretación, para poder predecir acciones ante la aplicación de nuevas técnicas de IA que puedan surgir en un futuro. Con ello, se puede establecer parámetros ante su extrapolación a otros ámbitos de las industrias creativas audiovisuales (*delebs* en videoclips, spots, cine publicitario, video creación, programas televisivos, etc.).

3. Resultados

3.1. Interpretación cinematográfica con *stars* difuntas

La tecnología IA empezó a utilizarse en la interpretación con la creación de personajes digitales que, con gran realismo, interactuaban con actores humanos (Serantes, 2023), pero su desarrollo ha permitido revivir a *star system* fallecidas (Heredia y Vialás, 2021), reproduciendo con exactitud su imagen, movimientos corporales, expresiones, gestos y voz. La tendencia de revivir a un *dead celebrity* en una producción deriva en una serie de consecuencias a tener en consideración y los resultados del estudio lo ponen de manifiesto.

La primera de ellas se centra en las ventajas que obtiene la propia industria del cine en los procesos de producción de una película. En concreto, en el sector de la interpretación escénica, que es el que atañe a este estudio, utilizar a un *deleb* aporta a los productores garantías, tanto a nivel contractual (se está ante la figura de un trabajador muerto, no existe persona física) como laboral (por su condición de decesado, no puede generar problemas sindicales a nivel

personal), financiero (no se destina presupuesto en la financiación de la producción para el pago de nóminas, seguros laborales, etc.), promocional (como se trata de una *star system* que existió, que tiene su bio filmografía y es conocida ya para el espectador, se dispone de un *background* de la persona), etc. Ahora bien, su uso también presenta disfunciones para los profesionales de la interpretación escénica en cine.

En conexión con lo expuesto anteriormente, se detecta una segunda evidencia, y es que la utilización de la IA genera conflictos directos con el sector de la interpretación (Willis, 2023), que manifiestan sus recelos ante el fenómeno de revivificar a una *dead celebrity* para ser utilizada en una producción. La preocupación desde los distintos organismos de actores (Screen Actors Guild–American Federation of Television and Radio Artists, Sindicato de Actores, Unión de Actores y Actrices, etc.) reside en la situación en que queda profesionalmente su gremio con la incorporación de la IA en los rodajes. Temen un deterioro de sus condiciones laborales que se traduce en la pérdida de puestos de trabajo al prescindir de actores reales, en la reducción del salario al trabajar menos horas, una menor cotización laboral, un menoscabo de su identidad como *star* y un descenso del caché, una disminución de ingresos por la cesión de derechos de emisión de imagen/voz, la inseguridad ante una contratación de compra-venta de imagen/voz para ser reutilizada a posteriori en otras producciones sin recibir compensación económica alguna, un descrédito como persona al verse abocados a que sus gestos corporales, faciales, bucales sean modificados y/o manipulados visual-sonoramente para adaptarlos a otros *stars* vivos y/o muertos, o el ser sustituidos en el rodaje por *delebs*, etc.

La tercera está vinculada directamente con el comercio de licencias existente en torno a las *dead celebrities*. Las agencias especializadas en licencias de *delebs* que gestionan su uso en este nicho de mercado obtienen grandes beneficios comerciales. En la actualidad, un *star system* fallecido hace décadas continúa siendo rentable a la industria del entretenimiento, del ocio, de la publicidad, etc. (Penfold-Mounce y Smith, 2020). Se trata del valor que adquiere esa actriz/actor tras su muerte, al crearse un aura de mitificación de su persona (Morin, 1964; Gubern, 1981). Para una agencia de gestión de licencias es un valor mercantil imperecedero, al mantenerse una carrera profesional activa *post mortem* por tiempo indefinido. Esto implica que agencias de licencias y compañías cinematográficas obtengan beneficios económicos a costa de una *deleb* que trabajó toda su vida para alcanzar el estatus de celebridad y que, décadas después de su muerte, aún continúa generando ganancias a terceros.

Relacionada con la anterior, en el estudio se evidencia una cuarta consecuencia que tiene que ver con la confiabilidad que ofrece una *star* difunta a una producción. Cuando se retoma por IA su figura para una interpretación, se está retomando todo su *background* personal y escénico. Se está ante un *star system* ya concebido, instaurado en el mundo de los Olimpos, mediáticamente conocido, lo que facilita al departamento de comunicación la estrategia de campaña de promoción de la película, utilizando la imagen y el aura de su persona, ya reconocible al espectador y a sus *fans*.

Y, finalmente, se apunta una quinta consideración para tener en cuenta. Se trata de los servicios de ingeniería informática (*software, hardware, ciencia de datos, etc.*) que dotan a la industria del entretenimiento de infraestructuras de producción virtual basadas en IA (como cámaras virtuales, cámaras de simulación, tarjetas gráficas, etc.) que ya se están usando en el ámbito de la interpretación, tanto en el proceso de selección en un *casting* (para la búsqueda de actores dobles) como en los rodajes para el replicado de personas (utilizando la imagen y la voz de los actores).

3.2. Una nueva legislación sobre IA

Recientemente, en la Unión Europea se ha aprobado una Ley sobre Inteligencia Artificial (Parlamento Europeo, 13 de marzo de 2024; Consejo de la UE, 21 de mayo de 2024), que se aplicará progresivamente hasta 2026, cuando entre definitivamente en vigor. Se apuesta por un marco normativo global, con una perspectiva y alcance que va más allá de la innovación tecnológica, de la creación de contenidos por IA (Franganillo, 2023), fomentando el uso social responsable y ético (OdiseIA, 2023), contemplando cuestiones de derechos básicos de la persona; es decir, una ley que sea integradora con la sociedad y con la industria.

En el caso del cine, se espera una aplicación efectiva en aspectos cruciales presentes en los distintos ámbitos de la industria (guion, dirección, interpretación, producción, realización, dirección de fotografía e iluminación, dirección artística, diseño de vestuario, banda sonora, etc.), a nivel creativo (de contenidos literarios, de imágenes, de diseños, estéticas, composición musical, etc.) y a nivel jurídico (derechos sindicales de los trabajadores, derechos de propiedad intelectual, de autor, de imagen, de voz, etc.).

Y en este marco jurídico es necesario referenciar la consideración a los derechos de imagen de una persona fallecida cuando esta puede ser utilizada comercialmente en una interpretación cinematográfica vivificada con tecnologías IA. Todos los países tienen su legislación al respecto, con diferencias entre ellos, en función de circunstancia a considerar con relación a su uso *post mortem*. Pero sería necesario un replanteamiento general en este sentido que contemplase estos derechos (de la persona, de la intimidad, de su legado y memoria, de las libertades fundamentales, etc.) para que tuviesen un reconocimiento de alcance internacional, pues la jurisprudencia al respecto es muy diversa. En un estudio de Juan Ares-Pérez (2021, p. 33), basándose en la investigación previa de Erik Kahn y Pou Lee (2016) sobre la legislación y jurisprudencia en derecho *post mortem*, hace una panorámica general del marco normativo en EE. UU. En el país de la Meca del Cine de Hollywood, menciona que no se dispone de una ley general que englobe las distintas legislaciones de los Estados miembros sobre los derechos de imagen que amparen la memoria y legado de un *deleb*. A modo orientativo indica las peculiaridades sobre la situación en algunos Estados al reconocimiento de este derecho (algunos tienen en cuenta el lugar del fallecimiento, otros solo lo reconocen si la persona está empadronada, y otros, sin embargo, admiten también a los residentes) o sobre la exigencia en algunos Estados de que la imagen de un *deleb* tuviese valor comercial antes de su fallecimiento.

Posteriormente, aparece un nuevo estudio más específico de Sharon Klein y Jenna Cohn (2022), donde se contemplan más Estados y se referencia información más precisa y comparativa entre ellos (2022, pp. 9-10). Por ejemplo, el periodo de protección después de la muerte es muy dispar según el Estado norteamericano de que se trate: la durabilidad ronda entre los cien años de Indiana hasta tan solo diez en Tennessee. O bien el alcance de la protección, desde la más básica en el Estado de Arizona y Georgia (contemplan solo el nombre y/o imitación) hasta derechos más amplios en Estados como Pennsylvania, Dakota o Ohio (los cuales estipulan nombre, voz, firma, fotografía, imagen, semejanza, distintivo de apariencia, gesto o manierismo).

En una visión general al contexto europeo, concretamente en la Comunidad Europea, el derecho a la propia imagen de un personaje público se vincula al derecho a la intimidad, según contempla el Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales (1950). Tal y como menciona Ares-Pérez (2021, pp. 36-37), aunque se detectan algunas diferencias entre países, se contempla en ellos el derecho a la personalidad. Luego hay matizaciones en cuanto al alcance de la protección, su durabilidad, etc. Por ejemplo, en Alemania, el periodo de la protección es muy reducido (solo diez años), mientras que su alcance es muy amplio (nombre, imagen, firma, voz, etc.); en cambio, en Francia, el derecho a

la imagen está relacionado directamente con las libertades fundamentales del individuo.

En nuestro país, uno de los derechos fundamentales lo contempla la Constitución Española (1978), en su artículo 18, que dice “Se garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen”. Ahora bien, el derecho de imagen de la persona se extingue una vez esta fenece, tal y como recoge el Código Civil (1889) en su artículo 32 “La personalidad civil se extingue por la muerte de las personas.” Sin embargo, se mantiene el derecho a la protección de la memoria de esa persona figura jurídica que se denomina protección de la personalidad pretérita (Gutiérrez, 2016) y se contempla en el artículo 4 y 5 de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen (BOE, 1982, núm. 115): “El ejercicio de las acciones de protección civil del honor, la intimidad o la imagen de una persona fallecida corresponde a quien ésta haya designado a tal efecto en su testamento. La designación puede recaer en una persona jurídica”.

También el mismo articulado de la Ley reconoce que si no hay descendientes de la persona fallecida, la protección recae en el Estado: “A falta de todos ellos, el ejercicio de las acciones de protección corresponderá al Ministerio Fiscal”. La duración de la protección de la personalidad pretérita del fallecido se establece en ochenta años después del fallecimiento, tanto para el Ministerio Fiscal como para las personas jurídicas, para proteger la memoria del difunto. Pero una vez expira el derecho, el uso de la imagen del *deleb* pasa a dominio público. Ahora bien, la Ley también regula las distintas intromisiones ilegítimas en caso de un uso indebido y que se vulneren los derechos de imagen personales.

Si nos ceñimos al caso del derecho a la protección de la voz de una persona fallecida (Maza, 2024), esta se enmarca en los derechos de autor, derechos de imagen o protección de datos, que se circunscribe a la Ley de Propiedad Intelectual (Ley 22/1987, de 11 de noviembre; Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril), dado que es considerado un rasgo intrínseco de la persona y, por lo tanto, forma parte de los derechos de la personalidad. En España, en concreto, su duración es la vida del autor y ochenta años después de su fallecimiento, en caso de fenecer antes del 7 de diciembre de 1987. Ahora bien, si es posterior la muerte a esa fecha, entonces es la vida de la persona y setenta años más. Tras este periodo pasa a ser de dominio público.

4. Discusión

El tema de fondo que plantea esta contribución es abrir en la sociedad el debate sobre el uso comercial de la imagen de una persona fallecida y lo que implica su utilización a diferentes niveles social, profesional y jurídico. Aunque se está asistiendo a un avance exponencial en el desarrollo de nuevas tecnologías en IA generativa, todavía no se conoce el alcance de las posibilidades que ofertará y de las disfunciones que ocasionará. Por eso, en esta fase actual del estudio, las limitaciones sobre la inserción de *stars* difuntas en la imagen cinematográfica vienen marcadas por el desconocimiento de las potencialidades y de las desventajas que originará. Sin embargo, sí se ha puesto sobre la agenda las disfunciones que está ocasionando en el sector de la interpretación, en el ámbito escénico del cine y que, paralelamente, son efectos que se empiezan a manifestar también en otros sectores de la industria, por lo que se precisa su atención. Por eso, el debate debe permanecer abierto porque cada avance en el campo de la aplicación de nuevas técnicas de IA que vayan surgiendo, supone también una revisión, análisis y discusión en torno a cuestiones de economía-productividad, de investigación-tecnología, socio-jurídicas, laboral-sindical y ético-moral.

5. Conclusiones

Una mirada en perspectiva diacrónica y sincrónica a la Historia del Cine pone en evidencia la existencia de numerosas producciones donde por circunstancias diversas acontecidas en pleno rodaje (sea por enfermedades, accidentes, fallecimientos, suspensión de contratos, etc.) actores y actrices eran sustituidos para mantener la figura del personaje y continuar con la producción. Los métodos y técnicas utilizados para sustituir en la interpretación a *stars* en la imagen cinematográfica han ido variando según las épocas y las tecnologías disponibles, desde el recurso más básico basado en la imitación (con actores dobles, especialistas) hasta técnicas de maquillaje (caracterización manual, látex, etc.). Con el avance tecnológico electrónico se pudo recurrir a imágenes pregrabadas que se modificaban en postproducción. Con la llegada de la tecnología digital se pudo optar por hacerlo con efectos especiales informáticos (*morphing*). El desarrollo de tecnologías de animación (2D, 3D, CGI) permite la creación de personajes hiperrealistas. Y la llegada de la tecnología IA generativa posibilita desde el tratamiento de la voz original del *star* (*voice morphing*) hasta reavivar su imagen, con sus rasgos y gestos característicos (*deepfake*).

En el sector de la interpretación, la implantación en la industria del cine de la tendencia a vivificar *dead celebrities*, reporta grandes valores, pero también contravalores. Por un lado, genera posibilidades a los grandes estudios de cine que se miden en activos económicos y en beneficios; por ejemplo, al ser el *star* un decesado, no existe posibilidad de realizarle un contrato laboral y no se destina presupuesto en la financiación de la producción para pagar un salario por su interpretación; tampoco provoca ningún problema sindical; y, además, como se trata de un *star* ya creado, tiene un *background* y es conocido mediáticamente por el espectador. Al mismo tiempo, recurrir al uso de un *star* difunto aporta grandes ganancias a las agencias de licencias de *delebs* pues, se trata de un potente comercio que genera ingresos continuos por el valor añadido que se obtiene por la mitificación del artista tras su fallecimiento. Pero, también hay grandes efectos económicos indirectos en empresas que abastecen a la industria del cine con tecnológicas de IA generativa, como son los servicios de ingeniería informática de multinacionales como IBM, DataRobot, Microsoft, Google, SAS, etc.

Y, por el otro lado, están las disfunciones que origina en el sector de los artistas el incorporar a la plantilla *dead celebrities* para la interpretación de personajes. Esto genera intranquilidad, pues temen que conlleve a una situación de menoscabo de la profesión (baja cotización del caché, pérdida de identidad como *star*, contratación de compra-venta de imagen y voz para reutilizarla en otras producciones sin compensación económica, etc.) y un deterioro de las condiciones laborales (reducción de puestos al prescindir de actores reales, recorte del salario, inseguridad en la contratación, despidos exprés, pérdida de ingresos por cesión de derechos de emisión de su imagen, etc.).

En cuanto a una celebridad fallecida que es utilizada comercialmente, su uso está regulado, amparada jurídicamente -con distintas legislaciones según los países- por los derechos de imagen de la persona que protegen la memoria y su legado, ante el caso de producirse intromisiones o usos indebidos. Pero, en este contexto de aplicación de tecnologías y herramientas de IA generativa en la vivificación de *stars* difuntas para la interpretación de personajes en el cine (extensible a la industria creativa de entretenimiento audiovisual), es necesario plantearse que la Ley de Inteligencia Artificial regule y ejecute con eficacia, se revise con asiduidad y se actualice para hacer frente a las lagunas que puedan surgir. Una ley global, integradora y dinámica con la sociedad.

Esta aportación contribuye a un conocimiento inicial y deja abiertas potenciales vías de investigación sobre los usos y efectos de la IA en el cine y en el audiovisual, en los campos tanto de creación de contenidos como en el ámbito técnico de la realización. Una investigación de cara a generar un nuevo ecosistema de industria cultural creativa de entretenimiento, con

una perspectiva de sinergia integradora ante el desarrollo vertiginoso de la IA generativa.

6. Referencias

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Amorós, A. (1997). A pervivencia dos Olimpos de Hollywood na publicidade. *Andaina. Revista Galega de Pensamento Feminista* 18, 38-42.
- Amorós, A. y Martínez, S. (2000). *O cine na publicidade. Modalidades e técnicas na creación publicitaria*. Tórculo.
- Ares-Pérez, J. (2021). *Do universo cinematográfico á estratexia publicitaria. Análise da resurrección do star system na publicidade: o caso de Diet Coke e Cruzcampo* (Trabajo Fin de Grado). Universidade de Vigo, Vigo.
- Bou, N. y Pérez, X. (2021). Female archetypes and the star system in Spanish film history. *L'Atalante. Revista de estudos cinematográficos*, 32, 7-16. <https://www.revistaatalante.com/index.php/atalante/article/view/946/663>
- Código Civil (1889). Real Decreto de 24 de julio de 1889. *Gaceta de Madrid*, núm. 206, de 25 de julio de 1889, pp. 249 a 259. Actualmente Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1889/BOE-A-1889-4763-consolidado.pdf>
- Constitución Española (1978). Boletín Oficial del Estado, núm. 311, de 29 de diciembre de 1978. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1978/BOE-A-1978-31229-consolidado.pdf>
- Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales (1950). Instrumento de Ratificación del Convenio en España. Boletín Oficial del Estado, núm. 243, de 10 de octubre de 1979, pp. 23564 a 23570. <https://www.boe.es/boe/dias/1979/10/10/pdfs/A23564-23570.pdf>
- Dyer, R. (1979). *The Stars*. British Film Institute.
- Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *methaodos. revista de ciencias sociales*, 11(2), m231102a10. <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>
- Getino, O. (1988). El cine y las nuevas tecnologías audiovisuales. *Contratexto*, 3(003), 93-119. <https://doi.org/10.26439/contratexto1988.n003.1906>
- Girona, R. (Ed.) (2012). *Cinema, publicitat i turisme*. Documenta Universitaria.
- Granados Espeleta, J. (12 de febrero de 2024). Influencia de la IA en el cine: ¿una revolución del séptimo arte? *Universidad Central de Botogá*. <https://acortar.link/5HVMb6>
- Grand View Research (Diciembre 2023). AI In Media & Entertainment Market To Reach \$99.48 Billion By 2030. <https://lc.cx/XXLD1w>
- Gubern, R. (1981). El cine y sus mitos. *Revista de Occidente*, 7-8, 119-131.

- Gubern, R. (2000). *El Eros electrónico*. Taurus.
- Gutiérrez Santiago, P. (2016). La llamada “personalidad pretérita”: datos personales de las personas fallecidas y protección post mortem de los derechos al honor, intimidad y propia imagen. *Revista de Actualidad Jurídica Iberoamericana*, 5(1), 201-238. <https://revista-aji.com/articulos/2016/num5/201-238.pdf>
- Heredia, S. y Vialás, L. (19 de diciembre de 2021). 7 actores fallecidos que fueron resucitados en pantalla. *Sensacine*. <https://www.sensacine.com/noticias/cine/noticia-18590468/>
- Kahn, E. y Lee, P. (2016). “Delebs” and Postmortem Right of Publicity. *American Bar Association*. <https://lc.cx/WztGLH>
- Klein, S. L. y Cohn, J. M. (2022). The Post-Mortem Right of Publicity: Definingit, Valuingit, Defendingit and Planningforit. *Estate Planning Journal*, 49(1), 3-16. <https://acortar.link/t6uaNU>
- La Ferla, J. (2005). Cine (y) digital. Aproximaciones, convergencias y tensiones. *Arkadin*, 1, 56-60. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/18505>
- Ley 22/1987, de 11 de noviembre, de Propiedad Intelectual. Boletín Oficial del Estado, núm. 275, de 17 de noviembre de 1987, pp. 34163 a 34176. <https://www.boe.es/eli/es/1/1987/11/11/22/dof/spa/pdf>
- Ley sobre Inteligencia Artificial de la UE. Parlamento Europeo, de 13 de marzo de 2024; Consejo de la UE, de 21 de mayo de 2024. <https://artificialintelligenceact.eu/es/ai-act-explorer/>
- Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Boletín Oficial del Estado, núm. 115, de 14 de mayo de 1982, pp. 12546 a 12548. <https://www.boe.es/eli/es/lo/1982/05/05/1/dof/spa/pdf>
- McDonald, P. (2000). *The Star System: Hollywood's Production of Popular Identities*. Wallflower.
- Maza, P. (13 de marzo de 2024). Protección de la voz y derechos de una persona fallecida. Propiedad Intelectual. *Pablo Maza Abogado*. <https://acortar.link/LzADqO>
- Mollá Furió, D. (2012). La publicidad con personajes públicos: beneficios e inconvenientes. En R. Girona (Ed.), *Cinema, publicitat i turisme* (pp. 175-190). Documenta Universitaria.
- Morin, E. (1964). *Las estrellas de cine*. Eudeba.
- OdiseIA (Observatorio del Impacto Social y Ético de la Inteligencia Artificial) (2023). *El uso responsable de la inteligencia artificial en el sector industria*. <https://www.odiseia.org/>
- Penfold-Mounce, R. y Smith, R. (2020). Resisting the grave. Value and the productive celebrity dead. En M. H. Jacobsen (Ed.), *The Age of Spectacular Death* (p. 16). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429351556>
- Perales Bazo, F. (Coord.) (2007). *Cine y Publicidad*. Fragua.

- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. Boletín Oficial del Estado, núm. 97, de 22 de abril de 1996, pp. 14369 a 14396. <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/1996/04/12/1/dof/spa/pdf>
- Riego Cue, Á. (2005). Cine e inteligencia artificial. *Ars medica. Revista de humanidades*, 4(1), 145-158. <https://acortar.link/PJbqYM>
- Ruiz Berrio, J. (1976). El método histórico en la investigación histórica de la educación. *Revista Española de Pedagogía*, 34(134), 449-475. <https://www.revistadepedagogia.org/rep/vol34/iss134/1>
- Sánchez-Biosca, V. y Benet, V. (1994). Las estrellas: un mito en la era de la razón. *Archivos de la Filmoteca*, 18, 5-10. <http://hdl.handle.net/10550/30458>
- Sánchez Oliveira, E. (2002). Cine y nuevas tecnologías. En R. Utrera Macías (Ed.), *Cine, arte y artilugios en el panorama español* (pp. 225-245). Padilla.
- Serantes, A. (2023). El impacto de la Inteligencia Artificial en la Industria del Cine. *Numinis: Revista de Filosofía*, Época I, Año 2, (CS11). <https://www.numinisrevista.com/2023/09/el-impacto-de-la-inteligencia.html>
- Sierra Bravo, R. (1983). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Paraninfo.
- Shingler, M. (2012). *Star studies: a critical guide*. British Film Institute.
- Vidal-Mestre, M., Freire-Sánchez, A. y López-González, J. (2023). La representación en el cine español de la IA asociada a la robótica: Eva y Autómata. *Arte, Individuo y Sociedad*, 35(4), 1475-1490. <https://doi.org/10.5209/aris.88845>
- Willis, H. (7 de agosto de 2023). What are Hollywood actors and writers afraid of? A cinema scholar explains how AI is upending the movie and TV business. *The Conversation*. <https://acortar.link/21Afnk>
- Zamora Manzano, J. L. y Ortega González, T. Y. (2024). Ética, Derecho y Tecnología: explorando la representación de la Inteligencia Artificial en el Cine. *Revista General de Derecho, Literatura y Cinematografía*, 1. <http://hdl.handle.net/10553/129169>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos: El texto se enmarca en las líneas de investigación del Grupo CS2 (UVIGO) como IP y como miembro de la Cátedra UNESCO Educación Transformadora: Ciencia, Comunicación y Sociedad.

Conflicto de intereses: la autora declara que no existe conflicto de intereses.

AUTORA:

Anna Amorós-Pons

Universidade de Vigo.

Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad, desde 1998. Licenciada y Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

amoros@uvigo.gal

Índice H: 6.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-2233-0102>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=hIPE7bIAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Anna-Amoros-Pons>