

DMA | **ARTIFICIAL**
Intelligence

Clase Magistral I

Agosto 2025

Gabriela Szlak

**Managing Partner en Lerman & Szlak-
IT, Data Privacy y AI**

**TIPS LEGALES PARA CASOS
PRÁCTICOS DE USO DE IA PARA
GENERAR CONTENIDOS EN
PUBLICIDAD Y MARKETING.**

IA PARA CREAR CONTENIDOS

- ✓ **ENTRENAMIENTO DEL MODELO DE IA:**
CHEQUEAR SI EL PROVEEDOR DE IA GENERATIVA ELEGIDA CONTÓ CON LICENCIAS PARA ENTRENAR AL MODELO
- ✓ **INDEMNIDADES A FAVOR DEL USUARIO DEL MODELO DE IA:**
CONSIDERAR SI SE OFRECEN INDEMNIDADES PARA MI EMPRESA Y EL ALCANCE
- ✓ **LICENCIAS DE USO PARA EL OUTPUT QUE GENERARÉ CON EL MODELO DE IA:**
REVISAR TYC/LICENCIAS DE USO PARA ASEGURARNOS DE CONTAR CON LICENCIA COMERCIAL Y CON EL ALCANCE GEOGRÁFICO Y TEMPORAL REQUERIDO

IA PARA EDITAR O MEJORAR CONTENIDOS EXISTENTES



SOBRE LOS CONTENIDOS ORIGINALES

CHEQUEAR QUE CONTAMOS PROPIEDAD O LICENCIA AMPLIA SOBRE LOS CONTENIDOS A MODIFICAR QUE PERMITAN CREAR OBRAS DERIVADAS Y DIFUNDIRLAS. REGISTRAR MATERIALES PROPIOS PREVIO AL USO EN UNA IA.



SOBRE LAS PERSONAS REALES

SI LOS CONTENIDOS INCLUYEN PERSONAS REALES, AUN SI NO SON CONOCIDAS O FAMOSAS, SE DEBE CONTAR CON AUTORIZACIÓN DE USO DE IMAGEN PARA ESOS FINES

OTRAS RECOMENDACIONES GENERALES



TRANSPARENCIA Y AWARENESS

AUN SI NO LO EXIGE LA LICENCIA DE USO - INCORPORAR LEYENDAS LEGALES A LOS CONTENIDOS CREADOS O EDITADOS CON IA.

MINIMIZA EXPOSICION A RECLAMOS DE CONSUMIDOR/LEALTAD COMERCIAL



REVISIÓN HUMANA

DEL CONTENIDO GENERADO/OUTPUT PARA EVITAR USAR MATERIALES CONFUNDIBLES O SIMILARES A CONTENIDOS CON PROPIEDAD INTELECTUAL O INDUSTRIAL DE TERCEROS CONOCIDOS POR EL PUBLICO GENERAL

**TIPS LEGALES PARA CASOS
PRÁCTICOS EN EL USO DE AGENTES
DE IA PARA ATENCIÓN AL PÚBLICO
(VENTAS O POST VENTAS)**

RECOMENDACIONES GENERALES PARA AGENTES DE IA



TRANSPARENCIA Y AWARENESS:

INCORPORAR LEYENDAS LEGALES A LOS AGENTES DE IA U OTROS DISCLAIMERS EJ: recomendación de hacer revisión humana de resultados en productos con IA.

MINIMIZA EXPOSICIÓN A RECLAMOS DE PRIVACY, CONSUMO Y L. COMERCIAL.



CONFIDENCIALIDAD. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES. SEGURIDAD:

CHEQUEAR LICENCIAS PARA VERIFICAR USO DE DATOS QUE HACE EL MODELO. VERIFICAR ROBUSTEZ..

NEGOCIAR CONTRATOS CUANDO SE PUEDE. INFORMAR EN LAS PP (ACTUALIZARLAS), OBTENER CONSENTIMIENTO, PERMITIR EJERCICIO DE DERECHOS A USUARIOS



EVITAR SESGOS Y DISCRIMINACIÓN - REVISIÓN HUMANA. TRATO DIGNO (1097 CCCN Y 8 bis LDC):

PARAMETRIZAR EL AGENTE PARA EVITAR RESPUESTAS AGRESIVAS O TRATAMIENTOS SESGADOS O DISCRIMINATORIOS. PROTEGER LA REPUTACIÓN Y EVITAR SANCIONES. NEGOCIAR INDEMNIDADES O SEGUROS CUANDO ES VIABLE.



PUBLICIDAD ENGAÑOSA O COMPARATIVA:

EN ALUCINACIONES, INEXACTITUDES, EXAGERACIONES U OCULTAMIENTOS. EVITAR ERRORES MASIVOS EN PRECIOS. (caso similar ["Air Canada"](#)).EVITAR COMPARACIONES ENTRE COMPETIDORES

PRINCIPIOS PARA EL USO ETICO Y RESPONSABLE DE LA IA (UNESCO, OCDE, ETC)

- **Transparencia y Explicabilidad**
- **Supervisión y Decisión Humanas**
- **Equidad y No Discriminación (evitar sesgos/bias/explotación de vulnerabilidades)**
- **Confiabilidad, Seguridad y Protección DDHH**
- **Sostenibilidad**
- **Responsabilidad y Accountability**
- **Awareness (sensibilización) y Educación**
- **Derecho a la Intimidad y la Privacidad**

----Normativa aplicable (privacidad consumidor, IP, Responsabilidad civil y penal, etc)

DMA

Data & Marketing Association Argentina

DMA | **DIGITAL**
Marketing

DMA | **RELACIONES**
Institucionales

DMA | **DATA**
Analytics

DMA | Email &
AUTOMATION
MARKETING

DMA | **ARTIFICIAL**
Intelligence

¡Gracias!

