



# EFFECTOS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN SOCIEDADES CAPITALISTAS; USO DE REDES SOCIALES.

## Inteligencia Artificial, Redes Sociales y Relación con los Stakeholders

CRISTINA PAREDES SERRANO<sup>1</sup>, EDUARDO GISMERA TIerno<sup>2</sup>, ANA ZAPATERO GONZÁLEZ<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidad Complutense Madrid, España

<sup>2</sup> Universidad Pontificia Comillas, España

---

### PALABRAS CLAVE

*Redes Sociales  
Derecho a la Intimidad  
Propia Imagen  
Empresas  
Inteligencia Artificial*

---

### RESUMEN

*El uso de redes sociales es objeto de estudio en los últimos años sin consenso conceptual, jurídico ni ético. Publicamos en Comred hace años el preámbulo que presenta ahora sus últimos avances. Se dijo que las empresas influyen en los comportamientos de sus empleados en redes sociales, mas la evolución de los cambios sociales en nuestro ordenamiento y la aparición de la Inteligencia Artificial aceleran la necesidad de un marco normativo al respecto. Dichos cambios anticúan la legislación del derecho a la intimidad y la propia imagen. El análisis cualitativo conforma la guía que sugiere legislar frente al derecho conculcado.*

---

Recibido: 02/ 02 / 2025  
Aceptado: 07/ 04 / 2025

## 1. Introducción

El presente trabajo de investigación surge de la irrupción de fenómenos exógenos a las relaciones entre las empresas y los trabajadores en tanto en cuanto no dependen de la voluntad de ninguna de las partes por vez primera en la historia de las denominadas relaciones laborales (Makridakis, 2017). Si existe un rasgo distintivo de los seres humanos es su voluntad, y no son otros sino humanos quienes también dirigen las empresas. Sin embargo, la denominada Inteligencia Artificial ha convertido en obsoleto nuestro anterior trabajo, centrado precisamente en la voluntad humana destinada a proteger su derecho a la intimidad y la propia imagen, bien se tratase de una persona física o jurídica.

Se pretende ahora, como consecuencia, analizar la hipotética y aún desconocida influencia de la Inteligencia Artificial tanto en la actividad en redes sociales de la empresa como en la de sus empleados, y de qué forma se podría vulnerar en ambos casos su derecho a la intimidad y/o la propia imagen. Escribíamos antaño;

Se trata además de analizar el grado de preocupación que recogen los modelos de gestión de personas y la literatura especializada respecto al uso particular de redes sociales en aras a paliar y prevenir en su caso una posible conculcación de derechos más o menos velada (Paredes et al., 2021).

Es si cabe más pertinente avanzar en el hilo conductor que emana del trabajo previo ya referido y de pronto obsoleto, en aras a fortalecerlo con la necesaria protección ante el novedoso ímpetu de la Inteligencia Artificial que nos aborda.

Convivimos aún con apriorismos que tratan denodadamente de conformar un modelo económico capaz de objetivar, planificar y caminar sujetos a variables pretendidamente predecibles. Fue la tecnología la herramienta básica para tratar de someter a la realidad de la mano de datos infalibles. Pues bien, es esa misma tecnología la que desorienta el futuro y lo convierte en desconocido por un lado, en impredecible por otro, y en asustadizo ante la amenaza de una Inteligencia Artificial inabarcable hasta para sus propios creadores. Ahora sí nos concierne lo anteriormente escrito;

Es además un desafío sin duda de carácter ético, que puede y debe contribuir a la mejora de la salud de la sociedad, todo ello con la intención de regresar el derecho a la propia imagen y la intimidad de las personas que son afectadas por situaciones de desgaste mental y que ocasionan sufrimiento (Paredes et al., 2021; Seligmann-Silva, 2014).

Parece cada día más evidente que la exposición de los trabajadores y empresas a las redes sociales, pudieren conculcar, tal vez tan solo poner en riesgo, mas en un riesgo cierto, su faz privada (Rikkie & Zuleta, 2020). Es esa vertiente privada la que nos concierne en aras a tratar de protegerla. Nuestra investigación trata de analizar si la Inteligencia Artificial puede afectar a la intervención de sujetos tanto públicos como privados en el ámbito de su actuación en redes sociales, y si no se pueden estar convirtiendo éstas en ámbitos de sometimiento inconsciente al albur de mensajes incontrolados a menos que la protección del derecho a su intimidad y a su propia imagen los proteja.

Pocos dudan ya de que la tecnología evoluciona a tal velocidad que el ritmo del propio desarrollo normativo debería alcanzar tales desafíos que actualmente es casi inasumible por parte del legislador. Efectivamente, el ADN del poder legislativo se centra concretamente en ser capaz de generar herramientas jurídicas suficientemente útiles como para poder aterrizar medidas necesarias, justas, y efectivas en virtud de los cuales, queden salvaguardados nuestros derechos fundamentales, destacando el derecho a la intimidad y la propia imagen que originariamente quedaron contemplados en el artículo 18.1 de nuestra Carta Magna y posteriormente.

Cabe destacar además, que precisamente por el propio dinamismo que alcanzan las redes, además del esfuerzo incesante que lleva a cabo el poder legislativo no hemos de olvidar el papel tan relevante que cumple la jurisprudencia a través de la interpretación teleológica de muchos de los textos legales con el objetivo final de ser capaz de dar respuesta a los novedosos y atípicos conflictos generadores de problemas sin precedentes. Existe por tanto una incuestionable limitación del ritmo en el desarrollo de los textos legales por parte del legislador para ser capaz de adaptarse a la mencionada y vertiginosa

evolución tecnológica pudiendo quedar desprotegidos sin duda alguna, tanto a las empresas como a los trabajadoras en materia de derecho a la intimidad y a la propia imagen, junto con otros derechos que exceden de nuestra investigación. Por todo ello, tratar de paliarlos conforma el objetivo, ambicioso y a la vez posible, que se ha propuesto el presente trabajo de investigación, toda vez que sus investigadores se hallan preocupados por la inquietud de haberse visto contestados por una realidad social incuestionable y, desde luego, merecedora de protección (Trujillo Cabrera, 2024).

## 2. Diseño y Método

Una vez investigado el modo con el que enfrentan las organizaciones empresariales y los empleados su relación mutua en redes sociales en tanto en cuanto convergen la actividad profesional y la privada, así como sus soluciones de gestión y el abordaje posible de la mano de la legislación existente y de la jurisprudencia en relación al derecho a la intimidad y la propia imagen el objeto del presente trabajo es valorar de nuevo aquel estudio de la mano de la Inteligencia Artificial (Paredes et al., 2021). La contribución será como sigue:

- a) Un análisis del concepto de Inteligencia Artificial en relación a la actividad en redes sociales por lo que respecta a los trabajadores y a las organizaciones empresariales de la mano del análisis jurídico en aras a buscar la necesaria protección al derecho a la intimidad y la propia imagen de ambas partes.
- b) Un estudio de cómo ha cambiado la gestión de las redes sociales y su influencia de la mano de la Inteligencia Artificial para facilitar un modo de actuación ante comportamientos ajenos a la voluntad de los sujetos, en tanto en cuanto se han convertido en sujetos pasivos cuando hasta ahora eran activos.

Se presenta una investigación que emana del estudio de una realidad social incipiente como es la aparición de la Inteligencia Artificial en las relaciones humanas y se hace mediante el método de análisis documental. Se trata de estudiar desde el punto de vista de las ciencias sociales la posible inversión de la carga de la prueba en la relación entre empresas y trabajadores en el ámbito de las redes sociales de la mano de la Inteligencia Artificial. Se lleva a cabo desde el convencimiento de la complejidad inseparable del abordaje de cualquier extremo de las ciencias sociales, aún más acendrada en la situación de novedad y celeridad que afrontamos en el caso de la Inteligencia Artificial. Se ve por tanto influido por el análisis documental de una experiencia social incipiente y, a todas luces, merecedora de análisis urgente.

Regresamos a la pregunta constante de hasta qué punto puede un análisis documental aportar luz desde la ciencia en relación a facetas del comportamiento humano, de las relaciones humanas por ende, que entrañan una gran dificultad, una imposibilidad de cuantificación si se quiere (Galeano, 2018). Y se regresa como consecuencia a una respuesta positiva desde el derecho que posee la ciencia a estudiar cualquier aspecto y también el de las relaciones humanas. Una solución contraria supondría el abandono, la dejación de ámbitos de estudio que preocupan a la sociedad a la que se debe la ciencia, y supondría hacerlo desde el prisma, en absoluto ambicioso, de la imposibilidad de cuantificar los resultados obtenidos. Cosa distinta es que se deba adecuar el paradigma de estudio a los tiempos objeto de estudio, como ocurre en el caso que nos ocupa, en el que el campo de análisis e investigación se ha visto desbancado por nuevas circunstancias que compelen la citada adaptación. La medición por tanto será sustituida por la interpretación de los hechos a la luz de la ciencia. Es la hermenéutica una parte insoslayable de la ciencia y a ella encomendamos el presente trabajo.

Decantados por el empleo de técnicas de investigación cualitativa, como corresponde a la interpretación de hechos objeto de las ciencias sociales, observaremos expresiones, conductas que serán interpretadas de forma subjetiva como no puede ser de otra manera, si bien trataremos de aportar herramientas hasta cierto punto objetivables. Como va escrito, por lo que hace a la epistemología, esta investigación se sitúa al abrazo de la hermenéutica que pretende analizar un mundo del todo complejo por ser social, por ser novedoso, y por ser irruptivo. Ha de ser el contexto social en el que se traten de

vislumbrar propuestas más allá de la abstracción que nos alejaría del objetivo que se pretende (Galeano, 2018).

Entiéndase por análisis documental la observación de cuanto ocurre en las redes sociales y en el análisis del fenómeno de la Inteligencia Artificial desde el punto de vista de su manifestación en el denominado entorno *online*. No se refiere este trabajo tanto a textos escritos, que también, como al estudio de las manifestaciones creadas por Inteligencia Artificial y su investigación como posible usurpadoras de la voluntad del sujeto, persona física o jurídica, a la que se refieren. Entre los distintos tipos de documentos que existen –iconos, sonidos, discursos, gráficos y escritos- nos referiremos a los escritos, así como a las imágenes en formato video. La imagen constituye una fuente de divulgación de conocimiento creciente en nuestra sociedad, poco ávida de lectura y sí en cambio de la contemplación de información mediante imágenes.

Como consecuencia, este trabajo se centra en el estudio de imágenes y textos escritos en una amplia muestra de soportes de entre los considerados redes sociales, y no en uno solo. Las situaciones se comparan en tantas fuentes como ha sido posible.

### 3. Trabajo de campo y análisis de datos

Es un hecho cierto que la mayoría de la población es usuaria habitual de redes sociales. La asociación sobre comunicación, publicidad y marketing más grande del mundo, presente en medio centenar de países. De ellos, más de la mitad son además trabajadores que comienzan a escuchar que nace un nuevo fenómeno denominado Inteligencia Artificial. Hasta ahora, los citados empleados podían publicar comentarios negativos para con sus empresas de forma voluntaria. Ahora, además, en sus redes pueden aparecer comentarios negativos sin que hayan sido ellos los creadores. Exactamente igual que en sentido inverso, por supuesto.

Debemos atender por tanto a una nueva dimensión del derecho laboral como garante que ha de preservar los derechos de trabajadores y empresarios, del mal uso por indebido, no permitido, ilícito o abusivo de las redes sociales por parte de sus trabajadores y/o de las empresas, pero ahora tal vez de forma no voluntaria (Presno Linera, 2023). Clasificaremos de nuevo, como antaño, los riesgos que afrontamos desde tres puntos de vista;

- a) Aquellos que refieren a un uso negligente o ilícito de las redes sociales personales que han sido capaces de dañar la imagen de la empresa.
- b) Los riesgos que provienen de una vigilancia de los contenidos que se publican, cuando los mecanismos utilizados no han sido suficientes por parte de la empresa.
- c) Y por último, los problemas que devienen los riesgos asociados al uso indebido, no permitido o abusivo de las redes sociales corporativas con fines personales.

En primer lugar, y con respecto a los riesgos asociados al uso negligente o ilícito de las redes sociales personales con potencial resultado adverso hacia la empresa, nos encontramos con dos principios constitucionales, de un lado, el artículo 20.1 de la Constitución Española que reconoce el derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción con limitaciones, precisamente en virtud de la regulación contenida en el apartado 4. del señalado artículo, que expresamente señala que estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en el mencionado Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen.

De otro, el art. 18.1 de la CE, en virtud del cual se garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, a su vez, con limitaciones a través del apartado 4 señalando que la ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos.

Parece obvio, que la regulación constitucional no es otra que conceder un derecho a la libertad de pensamiento y de expresión a todos los ciudadanos (art. 20 CE), y por extensión obviamente a los usuarios de las redes sociales que terminará exactamente donde comienza el derecho a la dignidad y al honor (art. 18 CE), no pudiéndose amparar insultos, descalificativos o cualquier manifestación tendente a generar un desprestigio a personas tanto físicas como jurídicas. (Núñez, 2020).

Por todo ello, cualquier expresión ofensiva publicada por los trabajadores en redes sociales que atente consciente o inconscientemente contra la buena fe contractual que la empresa depositó en el trabajador, deberá ser valorado por la empresa de una forma subjetiva y trascendiendo a la realidad objetiva del propio comentario, observándose si las opiniones o expresiones publicadas por el

trabajador pudieran ser realmente ofensivas, antes de tratar de imponer una sanción disciplinaria, porque conforme a nuestra línea jurisprudencial mayoritaria, sólo serán susceptibles de ser sancionables aquellas expresiones que revistan la suficiente gravedad y culpabilidad por ser difamatorias y atentatorias contra la dignidad o la reputación de la empresa o sus empleados. En este sentido nos encontramos con las siguientes sentencias destacadas, *TSJ Cataluña 30-1-2017*, *TSJ Castilla La Mancha 8-4-2016*, *TSJ Andalucía, de 30-01-2013*, *TSJ de Madrid, de 23-01-2012*, *TSJ de Andalucía 10-11-2011*.

Especial importancia merece, una vez que se ha valorado positivamente la suficiente gravedad y culpabilidad de la conducta del trabajador, la parte probatoria en el sentido de que sobre la empresa recaerá la carga de la prueba,

debiendo obtener la correspondiente evidencia electrónica del comentario en cuestión, de modo que quede probado no sólo la realidad del mismo sino la autoría del trabajador, en este sentido *TSJ Galicia 28-1-16*, *TSJ Madrid 10-6-15*.

En segundo lugar, los riesgos asociados a un control empresarial que podríamos denominar deficiente, irregular o ilícito del uso laboral de las redes corporativas. Para asegurar que el control empresarial sea legítimo y no conlleve vulneración de derechos fundamentales como la intimidad o el secreto de las comunicaciones de los empleados, se hace necesaria la elaboración y comunicación fehaciente a todos los empleados de políticas corporativas sobre el uso de medios tecnológicos, incluyéndose expresamente el uso de las redes sociales corporativas, para que las mismas sean aceptadas y aprehendidas por parte de todos los destinatarios de las mismas, porque en caso contrario, se podría llegar a declarar la nulidad de cuantas actuaciones lleve a cabo la empresa para la obtención de pruebas que acrediten un determinado incumplimiento laboral. En este sentido, nuestra jurisprudencia exige que o bien los medios sean de uso común con canales abiertos de comunicación, o bien deba existir una comunicación previa y expresa de las concretas reglas de uso de los medios informáticos puestos a disposición del trabajador, mediante prohibiciones parciales o totales de su uso privado o ajenos a fines profesionales. (Llamas Pombo, 2010)

Precisamente en base a dicha exigencia, el Tribunal Supremo en *SSTS 6-10-2011* y *26-9-2007*, marca los límites legales al ejercicio de las facultades de dirección y control empresarial sobre el uso realizado por parte de los empleados de los medios tecnológicos propiedad de la empresa puestos a su disposición, creando la figura jurisprudencial de la “expectativa razonable de intimidad” del empleado que nacer precisamente de la falta de comunicación de unas concretas reglas de uso por parte del empresario al empleado, evitando que este genere esta expectativa de privacidad sobre la utilización de estos medios y más concretamente de las redes sociales creadas y puestas a su disposición.

En tercer y último lugar, los riesgos asociados al uso indebido, no permitido o abusivo de las redes sociales corporativas con fines personales. por parte de los empleados de las redes sociales que son propiedad de la empresa a través de la creación de perfiles corporativos, cabe pensar que ante todo los riesgos se van a centrar en los evidentes perjuicios económicos para la empresa como consecuencia de la disminución del rendimiento o productividad de los empleados precisamente por hacer un uso privado de los medios tecnológicos durante la jornada laboral o “presentismo”, más cabe decir, que si bien lo primero es cierto, no es menos cierto, que dicha praxis también pudiera conllevar importantes daños, en muchas de las ocasiones irreparables en la reputación digital de la empresa como consecuencia de actuaciones negligentes en redes sociales o en internet, por lo que nuestra jurisprudencia ha venido a considerar que toda vez que la empresa ha dado traslado a la prohibición del uso privado, el despido es susceptible de ser calificado como procedente precisamente por el incumplimiento laboral derivado de un uso abusivo por el acceso a redes sociales durante el horario de trabajo, en este sentido resaltamos *TSJ de La Rioja 23-05-11* y *TSJ de Cataluña 3-02-11*.

Tras el análisis de los tres riesgos fundamentales, la conjugación del uso tradicional que ejercían tanto los *stakeholder* de las empresas como las propias sociedades impacta ante todo en el segundo de los riesgos que ya quedaron contemplados y examinados en nuestro trabajo anterior. Efectivamente la existencia de la Inteligencia Artificial impacta sobre cómo se han modificado los mecanismos de control de las sociedades en aras de anticiparse o frenar los impactos reputacionales negativos precisamente por la interacción de la IA. Para protegerse de los riesgos que supone el uso de la Inteligencia Artificial (IA) por parte de sus empleados, una empresa puede adoptar varias estrategias y medidas de seguridad. Estas incluyen:

1. Políticas y formación: Establecer políticas claras sobre el uso adecuado de la IA en el lugar de trabajo. Ofrecer formación y sensibilización a los empleados sobre los riesgos potenciales de la IA, incluyendo sesgos, privacidad y seguridad de los datos.
2. Seguridad de los datos: Implementar medidas de seguridad robustas para proteger los datos utilizados y generados por sistemas de IA. Esto incluye la encriptación de datos, la gestión segura de accesos y la supervisión de la integridad de los datos.
3. Revisión y monitoreo: Revisar regularmente el uso de la IA dentro de la empresa para asegurar que se adhiere a las políticas establecidas y a las normativas aplicables. El monitoreo continuo puede ayudar a identificar y mitigar rápidamente cualquier uso indebido o comportamiento anómalo.
4. Evaluación de impacto de la IA: Realizar evaluaciones de impacto que consideren las implicaciones éticas, legales y sociales del uso de la IA. Esto puede ayudar a identificar riesgos potenciales y desarrollar estrategias para mitigarlos antes de que se conviertan en problemas.
5. Gobernanza y responsabilidad: Establecer un marco de gobernanza de la IA que defina claramente las responsabilidades y los procedimientos para la toma de decisiones en torno al uso de la IA. Esto puede incluir la creación de un comité de ética de la IA que supervise y guíe el uso responsable de la tecnología.
6. Transparencia y explicabilidad: Fomentar el uso de sistemas de IA que sean transparentes y cuyas decisiones puedan ser explicadas. Esto es crucial para mantener la confianza de los stakeholders y para poder auditar y corregir sistemas en caso de que se detecten errores o sesgos.
7. Colaboración con expertos: Trabajar con expertos en ética de la IA, seguridad informática y protección de datos para asegurar que las prácticas de la empresa se mantienen al día con los últimos desarrollos y estándares en estas áreas.
8. Cumplimiento legal: Asegurarse de que el uso de la IA cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables, incluyendo las relacionadas con la privacidad de datos (como el GDPR en Europa), derechos de autor, y no discriminación.

Implementar estas estrategias puede ayudar a las empresas a minimizar los riesgos asociados con el uso de la IA por parte de sus empleados y aprovechar al máximo los beneficios que esta tecnología puede ofrecer.

Las organizaciones empresariales se muestran preocupadas por el perjuicio que las nuevas tecnologías y la Inteligencia Artificial puedan causar a su imagen pública. Es por eso que venimos estudiando los posibles perjuicios que, hoy más que nunca, deben ser protegidos. El uso incorrecto de las redes sociales, como va dicho, no deviene únicamente de la mejor o peor voluntad de los trabajadores o de terceras personas, sino también del buen o mal hacer de máquinas que crean contenidos con instrucciones previas, sí, pero con un potencial inaudito en la creación incontrolable, e incontrolada de mensajes. Es el citado daño reputacional la mayor de las preocupaciones de las empresas debido a la creciente dificultad para controlarlo. Ya nos encontrábamos en el trabajo anterior con resultados hoy más que asentados, cuyo origen se situaba en Global Risk Landscape y elaborado por BDO, que es una de las principales firmas globales de servicios profesionales que apuntaban como el daño reputacional constituía la mayor de las preocupaciones para las empresas. Actualmente dicha inquietud es aún mayor si el acento se pone en la tecnología, ámbito en el que encontramos, además, hoy, la Inteligencia Artificial como baluarte de la capacidad para hacer el bien, o para ocasionar daños difíciles de enmendar y desde luego protegibles.

La capacidad infinita de la Inteligencia Artificial para utilizar información sobre datos de importancia para terceros, más allá de la legítima libertad de expresión de la que carecen las máquinas como parece obvio, sugiere la creación de métodos de detección, siquiera capaces de prevenir con antelación en aras a crear sistemas de detección e incluso preventivos en aras a preservar el buen nombre tanto de empresas como de trabajadores (Makridakis, 2017).

Esto es, además, así porque las fronteras para la difusión de contenidos no conocen de límites ni geográficos, ni de área de conocimiento.

La misión de los profesionales encargados de gestionar y dinamizar las redes sociales de las empresas, que ya tenían un papel clave en la detección de malas prácticas, cobra un papel más importante si cabe para manejar posibles abusos de la mano de la Inteligencia Artificial. Eso era así desde el punto de vista del desvelo de posibles conductas nocivas para su propuesta de denuncia y/o

sanción, pero ahora también desde el punto de vista de la multiplicación del riesgo de daño reputacional producido por máquinas creadoras de contenidos mediante Inteligencia Artificial.

Es cada día menos superflua la responsabilidad de unos y otros en la gestión de redes sociales, mas cuando parecía que la sociedad se concienca al respecto, la Inteligencia Artificial ha dificultado sobremanera el proceso al confundir al ser humano como sujeto de derechos y obligaciones, con un nuevo ente difícil de describir y capaz de conculcar unos y otros. Asimismo, y lo que aún podría ser más grave, los citados comportamientos podrían influir directamente en el nivel de percepción y confianza, y por tanto credibilidad de la propia reputación de la marca de la empresa y del trabajador como sujeto pretendidamente responsable.

Nos adentramos, si es que no lo hayamos estado desde el comienzo, en el ámbito de la ética y la responsabilidad social corporativa. La vulnerabilidad creciente de los comportamientos de unos y otros habrá de sustentarse desde el punto de vista jurídico como se propondrá más adelante, pero, entretanto, es la ética, la moral si se quiere, el único asidero perceptible. El comportamiento de personas físicas y jurídicas en redes sociales es más exigible cada día que pasa, debido a que su incidencia es creciente y a que, además, ha de conjugarse con posibles comportamientos nocivos de parte de la Inteligencia Artificial. Distinguir unos de otros cobra una importancia mayúscula debido a que se dará sin duda el caso de tener que dirimir entre daños automáticos y virales sin una vuelta atrás, con gran impacto reputacional y que, sin embargo, nos hayan sido ocasionados por el ser humano.

Pero además de la ética que nos sostiene, es al ámbito jurídico el que, a la postre, habrá de garantizar la defensa del derecho a la intimidad y la propia imagen tanto de empresas como, ahora también, de los trabajadores. Habrá además de repensar hasta donde llega la libertad de expresión de las personas físicas y también, novedad histórica, de máquinas que captan conceptos e ideas y las transforman en mensajes que nacen de algoritmos cambiantes y desde luego, desde la impunidad que debe abolirse. Hemos de protegernos más que nunca y con la mayor celeridad de formas de conculcar la dignidad de empresas y trabajadores, como ya fue dicho, tales como

El insulto, la humillación, la ofensa, la mentira, la calumnia, la injuria hasta llegar a los delitos por ejemplo, por odio. Ni que decir tiene, cuando todos esos efectos nocivos se producen de manera inmensurable con daños incalculables en espacio y tiempo al ser divulgados dichos actos ilícitos precisamente a través de internet o de las redes sociales con su instantánea viralidad, pudiendo llegar a causar daños incalculables a futuro e incluso en muchos de ellos, irreparables en relación a su reputación de marca. (Paredes et al., 2021).

Parece hasta aquí obvio que la Inteligencia Artificial agrava los daños ante conductas infractoras por la dificultad de su persecución y en tanto en cuanto la titularidad del emisor es esencial y, sin embargo, se nos asoma velada. Es urgente valorar el nuevo fenómeno de forma integral y con carácter previo al establecimiento de sanciones que ha de pensar el legislador en un nuevo marco jurídico desde los puntos de vista ya descritos en el presente trabajo de investigación. Además, y a modo de prevención, los protocolos empresariales para favorecer el uso correcto de las redes sociales deben reescribirse con objeto de facilitar el establecimiento de normal a modo de argollas en las que fijar las actitudes de los trabajadores y de aportarles la seguridad que demandan al respecto. Junto a ello, se convierten también en imprescindibles los protocolos destinados a favorecer el funcionamiento adecuado de los canales corporativos online. La implementación óptima de dichos protocolos de actuación en el libre ejercicio de libertad de expresión de los trabajadores en sus propias cuentas sociales deben incorporar la consideración del papel que juega la Inteligencia Artificial entre ellos.

Es acuciante como consecuencia el fomento de la existencia de códigos éticos, códigos de conducta y códigos internos de usos de las redes sociales refrendados por protocolos de actuación que sean capaces de distinguir la actuación humana de la de los programas denominados Inteligencia Artificial y que, de un modo u otro, tendrán influencia tanto en el ámbito laboral como en el particular (Etzioni & Etzioni, 2017). Solo así, y a la espera del legislador, podremos garantizar que somos capaces de distinguir la libertad de expresión de trabajadores y empresas con los límites que se venían estableciendo, de aquella otra pretendida libertad que, por provenir de máquinas programadas al efecto, pareciera que podrían estar exoneradas que una responsabilidad que sin duda les corresponde.

## 4. Resultados y Conclusiones

Es complejo, y sin embargo perentorio, que lo jurídico actúe en protección de empresas y trabajadores quienes, por vez primera, se dan la mano ante la diatriba de poder recibir el impacto de contenidos maliciosos provenientes de la Inteligencia Emocional. Es claro que no todo cuanto creen las máquinas ha de ser pernicioso, pero no lo es menos que podría serlo y que, en tal caso, la desprotección actual es absoluta. Esto es así por los efectos adversos que con carácter inmediato podrían producirse tanto en la imagen del trabajador como en la imagen de marca y hasta del propio puesto de trabajo de quien hace, antes, mal uso de su presencia online y de quien puede recibirlo; ahora. Debe en todo caso protegerse la percepción de confianza en las personas y en la marca y crear mecanismos de identificación del origen que los contenidos que se difunden con el objeto principal de que tanto personas físicas como jurídicas sientas que su honor, su intimidad, y su propia imagen quedan protegidos. Concluyamos por partes:

1.- Parece inevitable el avance tecnológico que nos asola. Los puestos de trabajo serán otros y distintos, los medios de comunicación ya están cambiando, la creación de contenido ha pasado de ser una forma de arte a parecerse más a la producción de churros... Es esto lo que motiva el necesario establecimiento de una regulación jurídica que, sin conculcar derechos individuales ni de las empresas, sea capaz al mismo tiempo de proteger a ambas partes de cualquier relación de comunicación. La llegada de una nueva tecnología y la pretendida objetivación de cuanto se publica, ha de contar con la necesaria protección ante la manipulación de empresas e individuos en el marco de sus relaciones (Sánchez Meca, 2010).

2.- Los límites a la libertad de expresión pueden y deben ser repensados con carácter de urgencia. Es urgente que el mundo de lo jurídico dirima entre la libertad de expresión y sus límites. Hasta ahora dichos límites dependían de la voluntad humana y de aquellos humanos al mando de las organizaciones empresariales. Ahora dichos límites se muestran tanto más difusos cuanto más desconocido es el emisor y su origen. Cobra mayor trascendencia un análisis intenso y sin embargo ágil sobre las actitudes que, pretendiendo una mayor libertad, generan una desconfianza que ha de ser protegida en loor a la disciplina de épocas anteriores (Han, 2014).

3.- La relación entre los modelos organizativos y la misión de las personas individuales en su seno ha de revisarse del mismo modo. La restricción de la libertad del sujeto que la habita ya no es suficiente una vez conocida la Inteligencia Artificial. Pudiera sin embargo establecerse un sistema de recompensa que premie la detección de informaciones que no tienen un origen humano para poder analizarlas y, en su caso, abolirlas. La llegada de las redes sociales conformó en su día un nuevo tapete para las relaciones humanas, siempre cambiante y siempre veloz. Esto provocó la necesaria revisión de códigos éticos y de conducta que, ya hoy, han de volverse a pensar para introducir protocolos que tengan en cuenta los nuevos hábitos de consumo de información con los que nos asalta la Inteligencia Artificial.

4.- La necesidad de antaño de establecer un modelo global de gestión y protección de empresas y personas a nivel mundial cobra más sentido si cabe tras la llegada de la Inteligencia Artificial, en tanto en cuanto ambas partes deben ser por vez primera protegidas por igual y ante supuestos similares. La utilización poco ética y/o ilegal de datos de trascendencia para terceros, así como la difusión no autorizada de información en redes sociales aconseja la creación de ámbitos de protección que puedan ser eficaces tanto para las empresas como para los trabajadores.

5.- Si bien pudiera parecer una suerte de oxímoron, la llegada de la Inteligencia Artificial hace más necesario que nunca un talento y unas capacidades en los trabajadores que puedan ayudar a las empresas a preservar el derecho mutuo a la intimidad y la propia imagen. La participación avizor de unos y otros en redes sociales contribuirá a la detección de malas prácticas de forma que puedan ser informadas y abolidas a la mayor celeridad posible. Para que esto se produzca, debe darse la cooperación voluntaria entre los individuos y, por tanto, en su participación responsable en el mundo online. Y, por ende, se requiere de la necesaria cooperación de las organizaciones empresariales que han de proveer a sus trabajadores de los medios adecuados y actuales para facilitar una misión que ha de ser comprometida con la propia imagen y la reputación de ambas partes.

6.- El referido talento de las personas en las organizaciones se hace más necesario ante la llegada de la Inteligencia Artificial. La capacidad para la emoción del ser humano, su creatividad e imaginación, constituyen el baluarte máspreciado, el único capaz de hacer que unas empresas se distinguan de otras como clave de bóveda para el éxito y la rentabilidad. Ya fue escrito que "esto es aún hoy así, incluso

aunque autores que se consideran pioneros como Ray Kurzweil consideren que las máquinas podrán hacer incluso lo más humano de forma más perfecta que el hombre (2005)” (Paredes et al., 2021) Mas los pocos años transcurridos desde dicha información corroboran con fortuna el poco acierto con el que la realidad demuestra que la humanidad continúa siendo la clave del desarrollo de las empresas y de su futuro. Claro que las máquinas pueden y deben contribuir a la mejora del bienestar global, pero desde la guarda de derechos inalienables como el de la intimidad y la propia imagen motivo del presente trabajo de investigación.

7.- Es necesario un ejercicio de moderación jurídica y sancionadora. Como se ha dicho, la jurisprudencia dominante avala como sancionables únicamente las conductas y/o expresiones realmente graves y culpables por su voluntad de lesionar y difamar de forma que agredan la reputación y/o la dignidad de la empresa o del resto de empleados. No cualquier expresión será considerada como ofensiva. En punto de encuentro entre la sanción inmediata y la libertad mal entendida se halla en la afirmación de que no se trata de que cualquier método valga para conservar el buen nombre, sino que simplemente se justifica el uso de la sanción por cualquiera de sus formas aunque implique un sufrimiento siempre que se lleve a cabo para preservar un bien común superior (Chabod, 1984).

Podemos en este punto concluir que es necesaria una regulación jurídica de carácter global que proteja el cumplimiento normativo laboral sin conculcar por ello derechos elementales de las personas, sino encauzándolos para evitar lesiones a las corporaciones que habitan. En definitiva, se propone en este trabajo que el legislador se vuelva cada vez más consciente del papel que representa inevitablemente la IA para poder de este modo ser capaces de anticiparse, evitándose así, los riesgos asociados al posible uso lesivo de las redes sociales, incluso si éstas son personales. Pero también, y al mismo tiempo, deben evitarse los riesgos que puede ocasionar un mal uso del control corporativo sobre la vida de sus trabajadores. Por último, tal vez como eje transversal de los dos anteriores, debe protegerse el uso abusivo de las redes sociales corporativas con fines personales, y/o el uso de información conocida por razón de la presencia de la persona individual en el seno de una organización empresarial.

## Referencias

- BDO, (2019). *El daño a la reputación y al valor de la marca representa la mayor preocupación para las empresas*, (Ed. Lefebvre) <https://elderecho.com/dano-la-reputacion-al-valor-la-marca-representa-la-mayor-preocupacion-las-empresas-segun-bdo>
- Chabod, F. (1984). *Escritos sobre Maquiavelo*. Ciudad de Méjico, Méjico: Fondo de Cultura Económica.
- Etzoioni, A., & Etzioni, O. (March de 2017). Incorporating Ethics into Artificial Intelligence. *The Journal of Ethics*, 21(1), 403-418.
- Galeano, M. E. (2018). *Estrategias de investigación social cualitativa*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial FCSH.
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. (Herder, Ed.) Barcelona, Barcelona, España: Pensamiento Herder.
- Kurweil, R. (2005). *The Singularity is near*. Penguin Books.
- Llamas Pombo, E., "Prevención y reparación. Las dos caras del Derecho de Daños", en *Rev. Responsabilidad Civil y seguro*, 2010.
- Makridakis, S. (17 de March de 2017). The forthcoming Artificial Intelligence (AI) revolution: Its impact on society and firms. *Futures*, 90(Jun 2017), 46-60.
- Núñez. I, (2020). *¿Me pueden despedir por criticar a mi empresa en redes?*, <https://es.andersen.com/es/blog/me-pueden-despedir-por-criticar-a-mi-empresa-en-mis-redes-sociales.html>
- Paredes, C., Gismera, E., & Labrador, J. (2021). Relaciones profesionales, redes sociales, derecho a la libertad de expresión, a la intimidad y a la propia imagen. *Comred Lisboa*.
- Presno Linera, M. Á. (2023). *Derechos Fundamentales e Inteligencia Artificial*. Madrid, España: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales.
- Rikkie, F. J., & Zuleta, L. (3 de March de 2020). Private Governance of Freedom of Expression on Social Media Platforms: EU content regulation through the lens of human rights standards. *Nordicom Review*, 41(1).
- Sánchez Meca, D. (2010). Com-Padecer Sim-Patizar: Hacia una filosofía de la Hospitalidad. En M. González García, *Filosofía y Dolor* (págs. 471-489). Madrid, España: Tecnos.
- Seligmann-Silva, E. (2014). *Trabajo y Desgaste Mental. El derecho a ser dueño de sí mismo*. Sao Paulo, Brasil: Octaedro.
- Trujillo Cabrera, C. (Enero de 2024). El derecho a la propia imagen (y a la voz) frente a la inteligencia artificial. *Indret*.