

GOBIERNO DE PUERTO RICO

20^{ma}. Asamblea
Legislativa

3^{ra}. Sesión
Ordinaria

SENADO DE PUERTO RICO

P. del S. 1274

14 de mayo de 2026

Presentado por señora *Soto Aguilú*

Referido a

LEY

Para enmendar los Artículos 2, 3, 4 y 8 de la Ley Núm. 139 de 13 de julio de 2011, según enmendada, conocida como la “Ley del Derecho sobre la Propia Imagen”; añadir un nuevo Artículo 3-A a dicha Ley; a los fines de establecer requisitos específicos de consentimiento para el uso de imagen, voz, nombre, apariencia, atributos reconocibles, grabaciones, fotografías, material audiovisual, contenido promocional, representaciones digitales, avatares, imagen sintética, voz clonada o cualquier otra modalidad de identidad reconocible de una persona en relaciones laborales, educativas, contractuales, promocionales o de prestación de servicios; disponer que dicho consentimiento deberá ser escrito, específico, informado, separado del contrato principal y revocable prospectivamente, salvo transferencia válida conforme a derecho; regular el uso posterior a la terminación de una relación laboral, educativa, contractual o promocional; incluir expresamente el uso, alteración, recreación o simulación de imagen o voz mediante inteligencia artificial o tecnologías análogas; establecer remedios de cese, remoción, interdicto, preservación de evidencia digital, divulgación de usos realizados, daños y honorarios; aclarar las excepciones aplicables a expresión noticiosa, política, artística, académica, investigativa, crítica, comentario, sátira o parodia; y para otros fines relacionados.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Ley Núm. 139 de 13 de julio de 2011, según enmendada, conocida como la “Ley del Derecho sobre la Propia Imagen”, reconoció estatutariamente en Puerto Rico la

facultad de toda persona de controlar el uso comercial, mercantil o publicitario de su identidad. Al aprobarse dicha legislación, la Asamblea Legislativa atendió una zona jurídica que durante años había dependido principalmente del derecho constitucional a la intimidad, de la dignidad humana, de la responsabilidad civil extracontractual y de la jurisprudencia del Tribunal Supremo de Puerto Rico. La aprobación de esta ley, colocó en el centro de la protección jurídica el principio de que el nombre, la fotografía, el retrato, la voz, la firma, los atributos reconocibles y cualquier representación identificable de una persona no pueden ser apropiados por terceros para fines comerciales o publicitarios sin consentimiento.

Desde su aprobación, la Ley Núm. 139-2011 ha servido como una herramienta importante para proteger a personas naturales frente al uso no autorizado de su imagen. Sin embargo, la evolución tecnológica, la expansión de las redes sociales, el uso constante de contenido audiovisual en estrategias de mercadeo, la profesionalización de la publicidad digital, la normalización de campañas institucionales con empleados o estudiantes, y el desarrollo acelerado de sistemas de inteligencia artificial han creado escenarios que no fueron contemplados expresamente al momento de aprobarse dicha legislación.

En el entorno contemporáneo, la imagen de una persona no se limita a una fotografía impresa o a un anuncio tradicional. La identidad puede proyectarse mediante videos institucionales, campañas en redes sociales, grabaciones de voz, podcasts, anuncios digitales, cápsulas promocionales, plataformas educativas, páginas web, contenido patrocinado, campañas de reclutamiento, avatares, imágenes generadas artificialmente, voz clonada, recreaciones digitales, edición algorítmica, montajes, deepfakes, doblajes sintéticos y otras modalidades tecnológicas capaces de identificar a una persona ante un observador o escucha promedio. Estas nuevas formas de reproducción, manipulación y explotación comercial hacen necesario atemperar la Ley Núm. 139-2011 a la realidad actual.

El Tribunal Supremo de Puerto Rico atendió recientemente esta materia en *Friger Salgueiro v. Mech-Tech College, LLC*, 2026 TSPR 30. En dicho caso, el Alto Foro examinó

el alcance del derecho sobre la propia imagen en el contexto de una relación laboral. El caso surgió de una controversia en la que un trabajador había participado en la producción y utilización de material audiovisual promocional durante su relación de trabajo, pero posteriormente se cuestionó el uso continuado de su imagen luego de terminada dicha relación y luego de una solicitud de cese y desista. Nuestro ordenamiento reconoció expresamente que el derecho sobre la propia imagen tiene una vertiente de personalidad y una vertiente patrimonial o comercial, y que esta última no se pierde por el mero hecho de existir una relación laboral, contractual o de otra naturaleza.

La decisión en Friger Salgueiro es particularmente importante porque aclara que los derechos comerciales sobre la propia imagen solo se transmiten mediante acuerdo escrito o sucesión intestada. En ausencia de una transferencia escrita válida, una persona puede haber consentido determinado uso de su imagen durante una relación laboral o contractual, pero conserva la titularidad de sus derechos comerciales y puede retirar el consentimiento para usos posteriores. En adición, se sostuvo que la titularidad o control sobre el material audiovisual, incluyendo argumentos vinculados a obra hecha por encargo, no equivale necesariamente a una transferencia del derecho sobre la propia imagen de la persona que aparece o es identificable en dicho material.

La controversia resuelta por el Supremo revela la necesidad de adoptar reglas legislativas más claras para los contextos en que existe una relación desigual o estructurada entre las partes, como ocurre en el empleo, la educación, la prestación de servicios profesionales, la contratación independiente, la producción de material audiovisual, el voluntariado institucional, la participación en campañas promocionales o la prestación de servicios vinculados a publicidad o mercadeo. En estos escenarios, puede existir presión implícita, ambigüedad contractual o confusión entre la autorización para aparecer en determinado contenido y la cesión permanente del derecho a explotar comercialmente la imagen de una persona.

Esta Ley parte de una premisa sencilla: el consentimiento para usar la imagen de una persona con fines comerciales, publicitarios, institucionales, promocionales,

mercantiles o de reclutamiento debe ser claro, escrito, específico, informado y separado del contrato principal. No debe presumirse por el mero hecho de que la persona sea empleada, estudiante, contratista, participante, voluntaria, modelo, instructora, portavoz, creadora, productora o prestadora de servicios. Tampoco debe presumirse por el hecho de que la persona haya participado en una grabación, fotografía, entrevista, actividad institucional, video corporativo, clase, promoción, campaña de admisión o producción audiovisual.

La medida también atiende el uso posterior a la terminación de la relación laboral, educativa, contractual o promocional. Una vez culmina la relación que dio origen al contenido, la entidad que interese continuar utilizando la imagen, voz, nombre, apariencia o identidad reconocible de la persona deberá contar con una autorización escrita vigente que expresamente permita dicho uso posterior. De lo contrario, el uso continuado puede constituir una explotación no autorizada de la imagen, particularmente cuando se mantiene en páginas web, redes sociales, campañas de admisión, anuncios institucionales, material comercial o plataformas digitales bajo control de la entidad.

Asimismo, esta Ley incorpora expresamente el uso de inteligencia artificial y tecnologías análogas. El desarrollo de herramientas capaces de crear imágenes sintéticas, simular voces, alterar rostros, recrear expresiones, generar avatares o manipular la apariencia de una persona exige una protección clara. La apropiación comercial de la imagen no requiere necesariamente una fotografía real si el resultado permite identificar a la persona o explotar su identidad reconocible. Por tanto, el uso de inteligencia artificial para recrear, alterar, clonar, simular o generar la imagen, voz, apariencia o identidad de una persona debe quedar sujeto a los mismos principios de consentimiento y responsabilidad establecidos en la Ley Núm. 139-2011.

La Asamblea Legislativa reconoce, a su vez, que esta protección debe coexistir con la libertad de expresión, la libertad de prensa, la expresión política, el comentario, la crítica, la sátira, la parodia, la academia, la investigación y los usos de interés público legítimo. Por ello, esta Ley no altera la protección que ya concede el Artículo 8 de la Ley

Núm. 139-2011 a expresiones no comerciales o de interés público legítimo. Lo que sí aclara es que dichas excepciones no pueden utilizarse como cubierta para campañas comerciales, institucionales, publicitarias, promocionales o de reclutamiento que exploten la identidad de una persona sin autorización.

Por todo lo anterior, esta Asamblea Legislativa entiende necesario enmendar la Ley Núm. 139-2011 para establecer reglas claras sobre consentimiento, revocación, uso post-terminación, inteligencia artificial, remoción de contenido y remedios en contextos laborales, educativos, contractuales y promocionales. Esta medida fortalece la dignidad humana, protege la identidad personal, promueve certeza jurídica para patronos, instituciones educativas y contratantes, y actualiza el ordenamiento jurídico de Puerto Rico ante las nuevas realidades tecnológicas y comerciales

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

1 Sección 1. — Se enmienda el Artículo 2 de la Ley Núm. 139 de 13 de julio de 2011,
2 según enmendada, conocida como la “Ley del Derecho sobre la Propia Imagen”, para que
3 lea como sigue:

Artículo 2. — Definiciones

5 a) Agente autorizado — aquel que está autorizado directamente para consentir a
6 nombre de una persona la utilización de su imagen, bajo un contrato de agencia o
7 representación.

8 b) Daños — todos los daños pecuniarios, incluyendo pero sin limitarse a, el dinero
9 dejado de devengar si hubiera concedido una licencia sobre su imagen, así como las
10 ganancias del infractor derivadas exclusivamente del uso no autorizado de la imagen del
11 propietario.

c) Imagen — nombre, fotografía, retrato, voz, firma, atributo o cualquier representación de una persona que sirva para identificar a esa persona, ante un observador o escucha promedio, mediante cualquier procedimiento o técnica de reproducción. *El término incluirá, sin limitarse a ello, la apariencia física, imagen corporal, rasgos faciales, gestos, movimientos, expresiones, grabaciones de voz, grabaciones audiovisuales, material fotográfico, contenido digital, contenido publicado o difundido en redes sociales, avatares, representaciones digitales, imagen sintética, voz clonada, recreaciones, simulaciones, alteraciones o reproducciones generadas total o parcialmente mediante inteligencia artificial, aprendizaje automático, tecnología algorítmica o cualquier tecnología análoga, siempre que permitan identificar razonablemente a una persona ante un observador o escucha promedio.*

d) Negligencia crasa — ausencia total de cuidado o el ejercicio de un grado tan pequeño de cuidado, que origina una presunción de indiferencia hacia las consecuencias, implicando una total despreocupación.

e) Parodia — imitación burlesca que utiliza algunos elementos que, por lo menos en parte, comente o se burle directamente de la persona, alterando su imagen.

f) Persona — persona natural, viva o muerta, independientemente del uso que se le haya dado a su imagen para propósitos comerciales. Incluye aquella entidad jurídica a quien una persona haya otorgado una licencia o haya transferido su derecho a la propia imagen.

g) Persona accesoria — persona que no se presenta en el plano principal de una comunicación, sino como parte de un grupo o figura de trasfondo.

h) Propósito comercial — el uso de la imagen de una persona en conexión con el anuncio, la oferta de venta o la venta de un producto, mercancía, bien o servicio en el mercado. *También incluirá el uso de la imagen de una persona para promover, posicionar, mercadear, distinguir, respaldar, endosar, aumentar el valor comercial, generar tráfico digital, captar matrícula, reclutar clientes, atraer participantes, promocionar servicios, promover una marca, fortalecer identidad institucional o inducir al público a contratar, comprar, matricularse, suscribirse, consumir o participar en una actividad comercial, educativa, profesional o institucional ofrecida en el mercado.*

i) Propósitos publicitarios — el uso de la imagen de una persona al difundir o informar al público sobre un bien o servicio en el mercado a través de los medios de comunicación, incluyendo el uso en los anuncios institucionales. *El término incluirá el uso en medios impresos, radio, televisión, plataformas digitales, páginas electrónicas, redes sociales, aplicaciones móviles, contenido patrocinado, anuncios pagados, campañas de admisión, campañas de reclutamiento, materiales promocionales, videos institucionales, cápsulas informativas con finalidad promocional, catálogos, folletos, vallas, comunicaciones comerciales, eventos promocionales y cualquier otro medio presente o futuro utilizado para promover bienes, servicios, marcas, programas, cursos, instituciones, productos, actividades o entidades.*

j) Sátira — expresión cuyo objeto es censurar o poner en ridículo a alguien o algo, utilizando la imagen sin alteración o transformación.

k) Consentimiento escrito, específico e informado — *autorización escrita, firmada física o electrónicamente por la persona titular del derecho sobre la propia imagen, o por su agente autorizado, que describa de manera clara la imagen, voz, nombre, atributo, grabación,*

representación o identidad autorizada; el propósito del uso; los medios o plataformas autorizadas; la duración; el territorio; la existencia o inexistencia de compensación; la autorización o prohibición de edición, montaje, alteración digital, sublicencia, cesión a terceros o uso mediante inteligencia artificial; y el procedimiento para revocar prospectivamente dicha autorización cuando proceda.

l) Contrato principal – contrato de empleo, contrato de servicios profesionales, contrato de contratista independiente, contrato de matrícula, contrato educativo, contrato de participación, contrato de voluntariado, contrato de producción, reglamento institucional, manual de empleado, manual de estudiante, política interna, relevo general, formulario de inscripción, acuerdo de participación o cualquier otro documento cuyo objeto principal no sea la autorización específica para el uso comercial, publicitario, mercantil, institucional, promocional o de reclutamiento de la imagen de una persona.

m) Relación laboral, educativa, contractual o promocional – cualquier relación de empleo, prestación de servicios, contratación independiente, matrícula, inscripción, estudio, práctica, internado, voluntariado, participación institucional, producción de contenido, representación promocional, colaboración, auspicio, endoso, campaña publicitaria, campaña institucional, campaña de reclutamiento, actividad educativa, actividad comercial o cualquier relación análoga en la que una persona pueda ser fotografiada, grabada, filmada, representada, recreada, identificada o incluida en contenido utilizado por otra persona natural o jurídica.

n) Inteligencia artificial o tecnología análoga – sistema automatizado, algorítmico, generativo, predictivo, de aprendizaje automático o de procesamiento digital que permita crear, alterar, modificar, simular, clonar, recrear, sustituir, combinar, manipular, proyectar o reproducir

1 *la imagen, voz, apariencia, gestos, movimientos, expresiones o identidad reconocible de una*
2 *persona.*

3 *o) Uso post-terminación – uso de la imagen de una persona con fines comerciales,*
4 *mercantiles, publicitarios, institucionales, promocionales o de reclutamiento luego de concluida,*
5 *extinguida, cancelada, vencida, resuelta o terminada la relación laboral, educativa, contractual,*
6 *promocional o de prestación de servicios que dio origen a la creación, grabación, fotografía, captura,*
7 *producción, autorización inicial o publicación del contenido.*

8 Sección 2. Se enmienda el Artículo 3 de la Ley Núm. 139 de 13 de julio de 2011,
9 según enmendada, conocida como la “Ley del Derecho sobre la Propia Imagen”, para que
10 lea como sigue:

11 Artículo 3. – Causa de Acción

12 Cualquier persona natural o jurídica que utilice la imagen de otra persona con
13 fines o propósitos comerciales, mercantiles o publicitarios, sin el consentimiento previo
14 de ésta, de la persona que posea una licencia sobre tal imagen, de los herederos en caso
15 de haber fallecido o del agente autorizado de uno de éstos, responderá por los daños
16 causados.

17 *Para propósitos de este Artículo, el consentimiento requerido deberá ser escrito, específico*
18 *e informado cuando el uso de la imagen se realice en el contexto de una relación laboral, educativa,*
19 *contractual, promocional, institucional, de prestación de servicios, de producción de contenido, de*
20 *publicidad o de reclutamiento. Dicho consentimiento no se presumirá por la mera existencia de*
21 *una relación laboral, educativa, contractual o de otra naturaleza, ni por la participación de la*

1 *persona en una grabación, fotografía, video, entrevista, actividad, campaña, publicación, clase,*
2 *curso, evento, producción, material promocional o contenido digital.*

3 *El consentimiento para un uso determinado de la imagen no constituirá, por sí solo, una*
4 *transferencia, cesión, licencia perpetua, autorización post-terminación, autorización para*
5 *sublicenciar, ni autorización para crear, alterar, manipular, recrear o simular la imagen, voz,*
6 *apariencia o identidad de una persona mediante inteligencia artificial o tecnología análoga, salvo*
7 *que así surja de manera expresa, clara e inequívoca de un acuerdo escrito.*

8 *La titularidad, propiedad, posesión, control, autoría, licencia o derecho de explotación sobre*
9 *una fotografía, video, grabación, anuncio, pieza audiovisual, publicación, obra, campaña, archivo*
10 *digital, material institucional o contenido promocional no se interpretará, por sí sola, como*
11 *transferencia o renuncia del derecho sobre la propia imagen de la persona identificable en dicho*
12 *contenido.*

13 *El consentimiento podrá ser revocado prospectivamente por la persona titular del derecho*
14 *sobre la propia imagen mediante notificación escrita, salvo que exista una transferencia escrita*
15 *válida, licencia vigente o autorización contractual expresa que disponga una duración específica,*
16 *una compensación determinada y los usos autorizados conforme a esta Ley. La revocación*
17 *prospectiva no afectará usos válidamente realizados antes de recibida la notificación, pero obligará*
18 *al cese de usos futuros no autorizados conforme a las disposiciones de esta Ley.*

19 *En el evento de no obtenerse el consentimiento requerido en esta Ley, la persona*
20 *afectada podrá presentar una acción para detener la utilización de dicha imagen y para*
21 *recobrar los daños causados, incluyendo regalías dejadas de devengar o cualquier*
22 *pérdida económica resultante de la violación del derecho aquí establecido.*

1 *La persona afectada también podrá solicitar el retiro, remoción, discontinuación,*
2 *desindexación razonable, cese de publicación, cese de pauta publicitaria, cese de campaña, cese de*
3 *distribución, preservación de evidencia digital, divulgación de los usos realizados y cualquier otra*
4 *medida provisional, cautelar o permanente necesaria para impedir la continuación o repetición del*
5 *uso no autorizado de su imagen.*

6 Sección 3. — Se añade un nuevo Artículo 3-A a la Ley Núm. 139 de 13 de julio de
7 2011, según enmendada, conocida como la “Ley del Derecho sobre la Propia Imagen”,
8 para que lea como sigue:

9 *Artículo 3-A. — Uso de imagen en relaciones laborales, educativas, contractuales,*
10 *institucionales, promocionales o de prestación de servicios.*

11 *Toda persona natural o jurídica, incluyendo patronos, instituciones educativas,*
12 *contratantes, agencias de publicidad, productores, entidades comerciales, entidades sin fines de*
13 *lucro, entidades gubernamentales, instituciones postsecundarias, academias, corporaciones,*
14 *asociaciones, organizaciones, plataformas digitales o cualquier persona que utilice la imagen de*
15 *otra persona con fines comerciales, mercantiles, publicitarios, institucionales, promocionales o de*
16 *reclutamiento en el contexto de una relación laboral, educativa, contractual, institucional,*
17 *promocional o de prestación de servicios, deberá obtener consentimiento escrito, específico e*
18 *informado de la persona titular del derecho sobre la propia imagen.*

19 *El consentimiento requerido por este Artículo deberá constar en un documento separado*
20 *del contrato principal, salvo que la cláusula de autorización aparezca en una sección independiente,*
21 *destacada, específica, separada de otras condiciones generales, firmada o aceptada de forma*

1 particular por la persona titular del derecho sobre la propia imagen, y redactada en lenguaje claro
2 y comprensible.

3 El consentimiento deberá especificar, como mínimo:

4 (a) la imagen, voz, nombre, apariencia, atributo, grabación, fotografía, video,
5 representación digital o identidad reconocible cuyo uso se autoriza;

6 (b) el propósito específico del uso;

7 (c) si el uso será comercial, mercantil, publicitario, institucional, promocional, educativo,
8 informativo, de reclutamiento o una combinación de estos;

9 (d) los medios, plataformas o canales autorizados, incluyendo expresamente redes sociales,
10 páginas electrónicas, plataformas de video, medios impresos, radio, televisión, aplicaciones
11 móviles, anuncios pagados o contenido patrocinado, cuando aplique;

12 (e) el territorio o ámbito geográfico del uso autorizado;

13 (f) la duración de la autorización;

14 (g) si el uso continuará o no luego de terminada la relación laboral, educativa, contractual,
15 institucional, promocional o de prestación de servicios;

16 (h) si se autoriza edición, montaje, recorte, adaptación, alteración digital, doblaje,
17 traducción, subtitulaje, combinación con otros contenidos, uso de filtros, manipulación
18 algorítmica o modificación de la imagen o voz;

19 (i) si se autoriza la creación, alteración, recreación, simulación, clonación o generación de
20 la imagen, voz, apariencia, gestos, movimientos, expresiones o identidad reconocible mediante
21 inteligencia artificial o tecnología análoga;

(j) si se autoriza cesión, sublicencia, transferencia, publicación o uso por terceros, afiliadas, subsidiarias, agencias de publicidad, contratistas, plataformas, distribuidores o entidades relacionadas;

(k) si la autorización es gratuita o compensada y, de ser compensada, la naturaleza de la compensación;

(l) el procedimiento para revocar prospectivamente la autorización, cuando proceda; y

(m) la persona, oficina, dirección física o electrónica a la cual deberá dirigirse una solicitud de revocación, cese, remoción o aclaración sobre el uso de la imagen.

Ningún patrono, institución educativa, contratante, entidad comercial, entidad gubernamental o persona jurídica podrá condicionar la contratación, permanencia en el empleo, matrícula, prestación de servicios, participación en un programa, concesión de beneficios, evaluación académica, evaluación profesional, renovación contractual o participación en una actividad a que la persona renuncie de forma general, indefinida o irrevocable a sus derechos sobre la propia imagen, salvo que dicha autorización sea indispensable para la naturaleza específica del servicio contratado, participación acordada o actividad promocional expresamente pactada.

El uso de la imagen durante la vigencia de una relación laboral, educativa, contractual, institucional, promocional o de prestación de servicios no autorizará automáticamente el uso post-terminación. Para continuar utilizando la imagen luego de terminada la relación, deberá existir autorización escrita vigente que disponga expresamente el uso post-terminación, su duración, sus medios, su propósito y cualquier compensación aplicable.

Cuando la autorización no disponga una duración específica, se presumirá revocable prospectivamente mediante notificación escrita. Recibida la notificación de revocación, la persona

1 *natural o jurídica que controle el contenido deberá cesar el uso futuro no autorizado y realizar*
2 *gestiones razonables para remover el contenido bajo su control directo dentro de un término no*
3 *mayor de treinta (30) días calendario, salvo que un tribunal disponga un término distinto por justa*
4 *causa.*

5 *La obligación de remoción establecida en este Artículo aplicará al contenido bajo control*
6 *directo de la persona natural o jurídica que utilizó la imagen, incluyendo páginas electrónicas,*
7 *redes sociales oficiales, campañas activas, anuncios pagados, materiales promocionales vigentes,*
8 *catálogos digitales, publicaciones controladas y plataformas administradas por dicha persona. Esta*
9 *obligación no impondrá responsabilidad automática por copias, capturas, redistribuciones,*
10 *republicaciones o usos realizados por terceros independientes que no estén bajo su control, sin*
11 *perjuicio de las gestiones razonables que el tribunal pueda ordenar en cada caso.*

12 *El uso de inteligencia artificial o tecnología análoga para crear, alterar, recrear, simular,*
13 *clonar, sustituir, combinar o generar la imagen, voz, apariencia, gestos, movimientos, expresiones*
14 *o identidad reconocible de una persona requerirá autorización expresa y específica. Una*
15 *autorización general para el uso de imagen, fotografía, video o voz no se interpretará como*
16 *autorización para crear o utilizar imagen sintética, voz clonada, avatar, deepfake, recreación*
17 *digital, simulación algorítmica o cualquier modalidad análoga, salvo que así se disponga*
18 *expresamente por escrito.*

19 *La persona natural o jurídica que utilice la imagen de otra persona bajo una autorización*
20 *escrita deberá conservar copia del consentimiento por el término de duración autorizado y por un*
21 *periodo adicional de un (1) año luego de cesar el uso de la imagen. En caso de reclamación judicial,*

1 *deberá producir copia del consentimiento y de los usos realizados, sujeto a cualquier orden*
2 *protectora o limitación de confidencialidad que el tribunal estime procedente.*

3 *Nada de lo dispuesto en este Artículo se interpretará como una limitación a la libertad de*
4 *expresión, libertad de prensa, expresión política, crítica, comentario, sátira, parodia, investigación,*
5 *enseñanza, uso académico, uso noticioso, uso artístico protegido o cualquier otro uso exceptuado*
6 *por esta Ley, siempre que dicho uso no constituya una explotación comercial, publicitaria,*
7 *institucional, promocional o de reclutamiento encubierta de la imagen protegida.*

8 Sección 4. - Se enmienda el Artículo 4 de la Ley Núm. 139 de 13 de julio de 2011,
9 según enmendada, conocida como la “Ley del Derecho sobre la Propia Imagen”, para que
10 lea como sigue:

11 Artículo 4. — Remedios

12 El propietario del derecho a la propia imagen que encuentre que el mismo ha sido
13 violentado tendrá disponible el remedio de interdicto, así como una acción en daños y
14 perjuicios. El Tribunal fijará la cuantía de los daños tomando como base los siguientes
15 elementos: el beneficio bruto que hubiera obtenido la parte infractora mediante el uso de
16 la imagen en cuestión; el importe de la ganancia que la persona perjudicada hubiere
17 dejado de percibir como resultado de la actuación de la parte demandada; el valor del
18 menoscabo que la actuación del demandado le hubiera ocasionado al demandante; y
19 cualquier otro factor que a juicio del tribunal cuantifique adecuadamente los daños.

20 *Además, en casos que involucren uso no autorizado de imagen, voz, grabación,*
21 *representación digital, imagen sintética, voz clonada, avatar, recreación, simulación, alteración*
22 *mediante inteligencia artificial o uso post-terminación en relaciones laborales, educativas,*

1 *contractuales, institucionales, promocionales o de prestación de servicios, el tribunal podrá*
2 *considerar como factores adicionales: la duración del uso no autorizado; el alcance de la difusión;*
3 *el número de plataformas utilizadas; la naturaleza comercial, institucional, promocional o de*
4 *reclutamiento del uso; la existencia de una solicitud previa de cese, remoción o revocación; el grado*
5 *de control que tenía la parte demandada sobre el contenido; la intencionalidad o negligencia crasa;*
6 *la persistencia del uso luego de notificación escrita; y el beneficio reputacional, comercial,*
7 *institucional o digital obtenido por la parte infractora.*

8 El tribunal, en su discreción, podrá fijar la cuantía de los daños en una cantidad
9 que no exceda tres (3) veces la ganancia del demandado y/o la pérdida del demandante
10 cuando determine que la violación fue intencional o de mala fe.

11 En la alternativa, el demandante podrá optar por solicitarle al tribunal, daños
12 estatutarios. Los daños estatutarios podrán fijarse en una cuantía no menor de \$750 ni
13 mayor de \$20,000 por violación, según el tribunal lo considere justo. En un caso en el cual
14 el tribunal determine que la violación fue intencional o debido a una negligencia crasa, el
15 tribunal, en su discreción, podrá aumentar la cuantía de daños estatutarios a una suma
16 no mayor de \$100,000 por violación. Cada violación bajo estos daños estatutarios será
17 equivalente al acto de la utilización ilegal de la imagen del reclamante en un trabajo,
18 independiente del número de copias que se hagan del trabajo en cuestión en un momento
19 dado.

20 *Cuando la violación consista en el uso post-terminación de la imagen en una campaña,*
21 *publicación, anuncio, plataforma digital, red social, video institucional, material promocional,*
22 *contenido de reclutamiento, imagen sintética, voz clonada, avatar, recreación digital o pieza*

1 *generada o alterada mediante inteligencia artificial, el tribunal podrá considerar cada campaña,*
2 *pieza, publicación, anuncio, video, grabación, plataforma, comunicación comercial o uso digital*
3 *independiente como una violación separada, cuando las circunstancias así lo justifiquen y siempre*
4 *que ello no constituya una duplicación irrazonable de daños por el mismo acto.*

5 Además, si el caso se resuelve a favor del titular del derecho, el tribunal siempre
6 fijará la cuantía de las costas, honorarios y gastos del pleito a favor de éste.

7 Cuándo el tribunal determine que el demandado desconocía y no tenía razón para
8 saber o creer que sus actos constituían una violación a los derechos del demandante, el
9 tribunal, en su discreción, podrá reducir la cuantía de daños.

10 *El tribunal podrá ordenar, además de cualquier otro remedio disponible:*

11 *(a) el cese inmediato del uso no autorizado de la imagen;*

12 *(b) la remoción de contenido bajo control directo de la parte infractora;*

13 *(c) la suspensión o retiro de campañas publicitarias, institucionales, promocionales o de*
14 *reclutamiento;*

15 *(d) la discontinuación de anuncios pagados, publicaciones patrocinadas o comunicaciones*
16 *comerciales;*

17 *(e) la eliminación o sustitución razonable de material digital, audiovisual, impreso o*
18 *promocional;*

19 *(f) la prohibición de crear, utilizar, difundir o comercializar imagen sintética, voz clonada,*
20 *avatar, deepfake, recreación digital o representación generada o alterada mediante inteligencia*
21 *artificial sin autorización expresa;*

(g) la preservación de evidencia digital, incluyendo publicaciones, métricas, archivos fuente, pautas, contratos de publicidad, registros de difusión, capturas de pantalla, anuncios pagados, registros de plataformas y cualquier otra evidencia pertinente;

(h) la divulgación razonable de los usos realizados, incluyendo plataformas, fechas, campañas, medios, terceros contratados y duración del uso, sujeto a órdenes protectoras cuando proceda;

(i) la notificación a terceros bajo control contractual de la parte infractora para que cesen el uso no autorizado; y

(j) cualquier remedio provisional, cautelar, correctivo o permanente que resulte necesario para proteger el derecho sobre la propia imagen.

Los remedios provistos por este Artículo son en adición a los remedios provistos por cualquier otro estatuto estatal o federal aplicable.

Sección 5. Se enmienda el Artículo 8 de la Ley Núm. 139 de 13 de julio de 2011, según enmendada, conocida como la “Ley del Derecho sobre la Propia Imagen”, para que lea como sigue:

Artículo 8. — Excepciones

Esta Ley no aplicará bajo las siguientes circunstancias:

(a) Cuando se utilice la imagen de una persona en cualquier medio como parte de un reportaje noticioso, expresión política, transmisión de evento deportivo o artístico, o una presentación que tenga un interés público legítimo, y en donde no sea utilizada con propósitos comerciales o publicitarios.

(b) Cuando se utilice la imagen de una persona como parte de una sátira o parodia, en donde el propósito principal del uso de la imagen no sea uno comercial o publicitario.

(c) Cuando se utilice la imagen con propósitos de crítica o comentario, académicos o investigativos, siempre que dicha utilización no constituya una explotación encubierta de la imagen protegida.

(d) Cuando se utilice la imagen de una persona accesoria.

Las excepciones reconocidas en este Artículo no aplicarán cuando el uso de la imagen, voz, nombre, apariencia, atributo, representación digital, imagen sintética, voz clonada, avatar o identidad reconocible de una persona se utilice como parte de una campaña comercial, mercantil, publicitaria, institucional, promocional o de reclutamiento, aunque el contenido incluya elementos informativos, educativos, artísticos, noticiosos, testimoniales o institucionales.

Tampoco se considerará uso exceptuado aquel que, bajo apariencia de material informativo, académico, investigativo, artístico, institucional, testimonial, noticioso, satírico, paródico, crítico o de comentario, tenga como propósito principal anunciar, vender, ofrecer, promover, mercadear, reclutar, captar matrícula, endosar, posicionar una marca, atraer clientes, generar ingresos, aumentar tráfico digital comercial o promover bienes o servicios en el mercado mediante la explotación reconocible de la imagen de una persona sin el consentimiento requerido por esta Ley.

Nada de lo dispuesto en este Artículo limitará la publicación, discusión, crítica, comentario, investigación, enseñanza, análisis periodístico, expresión política, reportaje noticioso, sátira, parodia, obra artística o expresión protegida constitucionalmente, siempre que el uso de la imagen no constituya una apropiación comercial, publicitaria, institucional, promocional o de reclutamiento no autorizada.

1 Sección 6.- Aplicabilidad.

2 Esta Ley aplicará a todo uso de imagen realizado con posterioridad a su vigencia.

3 En cuanto a contenido creado, grabado, fotografiado, producido o publicado antes de la
4 vigencia de esta Ley, sus disposiciones aplicarán a todo uso nuevo, continuado,
5 renovado, reactivado, republicado, pautado, promovido, distribuido o mantenido con
6 fines comerciales, mercantiles, publicitarios, institucionales, promocionales o de
7 reclutamiento luego de la vigencia de esta Ley, sujeto a los derechos adquiridos, licencias
8 válidas, transferencias escritas, contratos vigentes y defensas reconocidas por el
9 ordenamiento jurídico.

10 Nada de lo dispuesto en esta Sección se interpretará como una delegación de
11 autoridad para limitar, ampliar o alterar por reglamento los derechos, remedios o
12 excepciones reconocidos en la Ley Núm. 139-2011, según enmendada.

13 Sección 7.- Cláusula de interpretación.

14 Esta Ley se interpretará de manera compatible con el derecho constitucional a la
15 intimidad, la dignidad humana, la libertad de expresión, la libertad de prensa, el debido
16 proceso de ley, la libertad contractual y la protección de la identidad personal frente a
17 usos comerciales, mercantiles, publicitarios, institucionales, promocionales o de
18 reclutamiento no autorizados.

19 Nada de lo dispuesto en esta Ley se interpretará como una limitación a derechos
20 de autor, derechos morales de autor, secretos comerciales, marcas, contratos válidos,
21 licencias, derechos laborales, remedios civiles, remedios administrativos o cualquier otra
22 protección reconocida por leyes estatales o federales, salvo en la medida en que resulte

1 incompatible con el derecho de una persona a controlar el uso no autorizado de su propia
2 imagen conforme a esta Ley.

3 Sección 8.- Separabilidad.

4 Si cualquier cláusula, párrafo, subpárrafo, artículo, sección, inciso, subinciso o
5 parte de esta Ley fuere declarada inconstitucional o nula por un tribunal competente, la
6 sentencia dictada a tal efecto no afectará, perjudicará ni invalidará las restantes
7 disposiciones de esta Ley. El efecto de dicha sentencia quedará limitado a la cláusula,
8 párrafo, subpárrafo, artículo, sección, inciso, subinciso o parte declarada inconstitucional
9 o nula.

10 Sección 9.- Vigencia.

11 Esta Ley comenzará a regir inmediatamente después de su aprobación.