

XTRARED®
Ser Más en Internet



EJEMPLO REAL DENTRO DE LA GUÍA

GUÍA PRÁCTICA · EDICIÓN 2026

Protocolo práctico para el uso **responsable** de IA en redes sociales

Guía para pymes y empresas que crean y publican contenidos con inteligencia artificial: cuándo etiquetar, cuándo no, y cómo hacerlo con criterio.

Elaborado por XTRARED · Ser Más en Internet

DESCARGA GRATUITA



GUÍA PRÁCTICA · EDICIÓN 2026

Protocolo práctico para el uso responsable de IA en redes sociales

Guía para pymes y empresas que crean y publican contenidos con inteligencia artificial: cuándo etiquetar, cuándo no, y cómo hacerlo con criterio.

Elaborado por XTRARED · Ser Más en Internet

01 INTRODUCCIÓN

La IA ya está en tu contenido. La pregunta es cómo utilizarla bien.

Una imagen para Instagram. Un vídeo para TikTok. Una voz para una campaña. Un fondo generado artificialmente para presentar un producto que todavía no hemos fotografiado.

La inteligencia artificial se ha incorporado con bastante naturalidad al trabajo diario de muchas empresas. Sirve para buscar ideas, redactar, traducir, editar fotografías, generar vídeos, crear voces o producir recursos que hace poco exigían bastante más tiempo y presupuesto.

Y claro, con todas esas posibilidades aparece una pregunta que muchas empresas empiezan a hacerse: **¿Tengo que avisar de que este contenido está hecho con IA?**

La respuesta depende de qué haya hecho realmente la inteligencia artificial, de cómo pueda interpretar el contenido una persona y, en determinados casos, de la plataforma donde vayamos a publicarlo. Porque utilizar IA para corregir un texto no es lo mismo que publicar un vídeo en el que una persona parece decir algo que nunca dijo.

Esta guía de XTRARED está pensada precisamente para distinguir una cosa de la otra. Su propósito es ayudar a pymes, departamentos de marketing, responsables de comunicación y profesionales de redes sociales a utilizar la inteligencia artificial con criterio, transparencia y responsabilidad. **Sin convertir cada publicación en un expediente jurídico.**

ÍNDICE

- 01** Empieza por una sola pregunta
- 02** Utilizar IA no significa etiquetarlo todo
- 03** Cuándo debemos prestar especial atención
- 04** El semáforo de la IA para empresas
- 05** ¿Qué dice el AI Act europeo?
- 06** Transparencia: qué puede decir una empresa
- 07** Los iconos oficiales de la Comisión Europea
- 08** Los tres iconos que una empresa debería conocer
- 09** Página de referencia rápida
- 10** Dónde descargar los iconos oficiales
- 11** Cómo deben mostrarse
- 12** ¿Icono europeo o etiqueta de la plataforma?
- 13** Qué hacer en cada red social
- 14** Contenidos con los que conviene extremar la prudencia
- 15** Cuidado con testimonios y clientes generados mediante IA
- 16** Conserva la procedencia del contenido
- 17** El checklist de los 60 segundos
- 18** Cinco reglas que cualquier empresa puede adoptar
- 19** Plantilla gratuita de política interna

01 EL PUNTO DE PARTIDA

Empieza por una sola pregunta

Antes de publicar cualquier contenido en el que haya intervenido IA, pregúntate:

«¿La IA ha creado o modificado algo de forma que una persona pueda creer que está viendo o escuchando algo real?»

Si la respuesta es NO, probablemente estamos ante un uso asistencial de la inteligencia artificial. **Si la respuesta es SÍ**, conviene detenerse y comprobar si debemos identificar el contenido como generado o modificado mediante IA.

Dos ejemplos ayudan a verlo:

CASO A

Una empresa utiliza una herramienta de IA para preparar el primer borrador de una publicación de LinkedIn. Una persona del equipo revisa el texto, introduce cambios y lo publica.

La IA ha servido como herramienta de trabajo.

CASO B

Una inmobiliaria publica fotografías de una vivienda vacía en las que ha incorporado mediante IA muebles, decoración y acabados con apariencia completamente real.

Aquí la inteligencia artificial ha modificado aquello que el usuario interpreta visualmente como realidad. El segundo caso merece un tratamiento diferente.

02 USO COTIDIANO

Utilizar IA no significa etiquetarlo todo

Que una herramienta de inteligencia artificial haya participado en el proceso creativo no significa automáticamente que la publicación deba identificarse como contenido generado mediante IA.

Hay muchos usos cotidianos que forman parte del trabajo de producción:

- Buscar ideas
- Preparar borradores
- Mejorar un copy
- Resumir información
- Traducir textos
- Corregir ortografía
- Crear subtítulos
- Preparar un guión
- Generar propuestas de títulos
- Reducir ruido de un audio
- Pequeñas correcciones de color, iluminación o nitidez
- Mejorar técnicamente una imagen sin alterar sustancialmente lo que representa

La pregunta vuelve a ser la misma: ¿qué termina percibiendo el usuario? Si la IA nos ayuda a trabajar, pero no fabrica una realidad susceptible de confundirse con algo auténtico, normalmente estamos ante un uso asistencial.

EJEMPLO DE CASO REAL



VERDE · USO ASISTENCIAL

HortoSelecta — fotografía real de la recolección en invernadero. Documenta un proceso auténtico, sin generación ni sustitución de elementos: publicación normal.



VERDE · USO ASISTENCIAL

José Olivares Hostelería & Eventos — fotografía de producto con retoque técnico habitual (recorte, iluminación, nitidez). El producto mostrado es real: no requiere etiqueta.

03 LA LÍNEA ROJA

Cuándo debemos prestar especial atención

El escenario cambia cuando la IA interviene directamente sobre aquello que una persona puede interpretar como real.

Por ejemplo:

- Una persona real parece decir o hacer algo que nunca ocurrió
- Se utiliza una voz clonada o sintética susceptible de confundirse con la de una persona
- Se modifica sustancialmente la apariencia de alguien
- Se genera una persona fotorrealista que nunca ha existido
- Se crea una fotografía de un lugar o acontecimiento que parece auténtica, pero representa algo que nunca sucedió
- Se modifica una fotografía real hasta cambiar sustancialmente aquello que muestra
- Se genera un vídeo o audio sintético que podría confundirse con una grabación auténtica

¿Qué es un deepfake?

Un deepfake es una imagen, audio o vídeo generado o manipulado mediante IA que representa personas, objetos, lugares, entidades o acontecimientos existentes de una manera que puede parecer auténtica o veraz cuando realmente no lo es.

Ojo: contenido generado con IA y deepfake no son sinónimos. Una ilustración fantástica creada con inteligencia artificial es contenido generado mediante IA — difícilmente alguien pensará que está viendo una fotografía de un acontecimiento real. Un vídeo fotorrealista de una persona conocida pronunciando unas declaraciones que nunca realizó plantea una situación muy distinta.

04 HERRAMIENTA CLAVE

El semáforo de la IA para empresas

Verde • IA como asistente

La inteligencia artificial ayuda al profesional, pero no inventa una realidad ante el usuario.

Ejemplos: borradores, ideas, traducciones, correcciones, guiones, subtítulos, resúmenes o pequeñas mejoras técnicas.

Qué hacer: publicación normal, salvo que exista alguna obligación específica aplicable al caso.

Amarillo • IA creativa

El contenido ha sido creado mediante IA, pero su naturaleza artificial, artística o ficticia resulta clara.

Ejemplos: ilustraciones, fondos creativos, composiciones gráficas, imágenes conceptuales o escenarios evidentemente imaginarios.

Qué hacer: revisar el contexto y las reglas de la plataforma. Conservar, cuando sea posible, los metadatos o credenciales que informen sobre el origen del archivo. Si existe una posibilidad razonable de que alguien interprete la pieza como real, pasa al nivel naranja.

Naranja • IA que parece real

La IA ha creado o modificado contenido con apariencia realista.

Ejemplos: personas sintéticas fotorrealistas, escenas inexistentes que parecen fotografías, recreaciones realistas, voces generadas mediante IA o modificaciones relevantes de fotografías auténticas.

Qué hacer: comprobar si existe obligación de divulgación, utilizar la etiqueta nativa de la plataforma cuando corresponda y añadir una explicación textual si resulta necesaria.

Rojo • IA que altera personas o hechos reales

Estamos ante el escenario más delicado.

Ejemplos: clonación de voz, face swap, una persona real diciendo algo que nunca dijo, manipulación de acontecimientos reales o situaciones sintéticas que puedan afectar a la reputación de terceros.

Qué hacer: no publicar automáticamente. La pieza debería revisarse antes de salir y, cuando corresponda, analizar consentimiento, derechos de imagen, propiedad intelectual, reputación, publicidad, protección de datos y demás normativa aplicable. Una etiqueta de IA aporta transparencia, pero no convierte automáticamente en lícito cualquier contenido.

05 MARCO NORMATIVO

¿Qué dice el AI Act europeo?

Desde el 2 de agosto de 2026 resultan aplicables determinadas obligaciones de transparencia del artículo 50 del Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial, conocido como AI Act.

Para las empresas que utilizan IA generativa, uno de los puntos especialmente relevantes afecta a determinados contenidos generados o manipulados artificialmente. Entre ellos encontramos los **deepfakes**.

Cuando una empresa utiliza IA para generar o manipular imágenes, audio o vídeo que se asemejan a personas, objetos, lugares, entidades o acontecimientos existentes y podrían parecer auténticos, pueden entrar en juego obligaciones de transparencia.

También existen reglas específicas para determinados textos generados o manipulados mediante IA que se publican con la finalidad de informar al público sobre asuntos de interés público.

Un matiz relevante

La norma contempla una excepción para determinados textos cuando han pasado por revisión humana o control editorial y una persona física o jurídica asume la responsabilidad editorial de su publicación.

Por eso, haber utilizado IA durante la elaboración de un contenido no implica automáticamente tener que etiquetarlo. Importa qué se ha generado o modificado, cómo se presenta y en qué contexto se publica.

06 CÓMO COMUNICARLO

Transparencia: qué puede decir una empresa

| *Cuando sea necesario informar, el mensaje debería entenderse a la primera.*

Imagen generada

«Imagen generada mediante inteligencia artificial.»

Fotografía modificada

«Imagen original modificada parcialmente mediante IA.»

Recreación

«Esta imagen es una recreación generada mediante IA y no corresponde a una fotografía de un hecho real.»

Voz sintética

«La voz utilizada en este vídeo ha sido generada mediante inteligencia artificial.»

Modificación parcial

«Fotografía original. Fondo recreado mediante IA.»

Ser transparente funciona mejor cuando explicamos qué hemos hecho. Esconder «#IA» entre veinte hashtags o utilizar expresiones ambiguas dificilmente ayuda a una persona a comprender qué está viendo.

07 IDENTIDAD VISUAL COMÚN

Los iconos oficiales de la Comisión Europea

Además de las herramientas de divulgación que ofrecen Instagram, TikTok, YouTube y otras plataformas, las empresas cuentan con otra referencia interesante: la Comisión Europea ha publicado iconos oficiales para identificar contenidos generados o modificados mediante inteligencia artificial. Su finalidad es facilitar una señal visual común que permita reconocer la intervención de IA.

«Los iconos son de uso voluntario. Las obligaciones de transparencia que resulten aplicables, no.»

Una empresa puede decidir utilizar estos iconos como herramienta adicional de transparencia, pero su incorporación no constituye por sí misma una obligación general. Tampoco funcionan como un «sello de cumplimiento». Colocar el icono correspondiente no garantiza automáticamente que una publicación cumpla el AI Act ni otras obligaciones relacionadas con derechos de imagen, propiedad intelectual, protección de datos, publicidad o derechos de los consumidores.

08 REFERENCIA VISUAL

Los tres iconos que una empresa debería conocer

1 • IA — Icono básico

Es la referencia genérica. Puede utilizarse cuando la inteligencia artificial ha intervenido en la creación del contenido y queremos informar de ello o acompañar el símbolo con una explicación más concreta.

Ejemplo: «La voz utilizada en este vídeo ha sido generada mediante IA» o «Fotografía original. Fondo recreado mediante IA.»

2 • Totalmente generado por IA

Identifica contenidos sujetos a divulgación que han sido generados íntegramente mediante inteligencia artificial.

Ejemplo: un vídeo fotorrealista completamente sintético en el que personajes, escenario, imágenes y audio han sido generados artificialmente. El usuario debe entender que no corresponde a una grabación auténtica.

3 • Parcialmente modificado por IA

Se utiliza cuando partimos de contenido humano preexistente y una parte ha sido modificada mediante IA de manera que entra en los supuestos correspondientes de divulgación.

Ejemplo: una fotografía auténtica en la que se sustituye mediante IA el rostro de una persona, o una localización real modificada hasta representar una situación que nunca existió de esa manera.

09 PARA IMPRIMIR Y PEGAR EN EL ESTUDIO

Página de referencia rápida

IA • Básico

Qué indica: intervención de inteligencia artificial.

Ejemplo: voz generada mediante IA dentro de un vídeo producido y editado por personas.

Totalmente generado por IA

Qué indica: contenido sujeto a divulgación generado íntegramente mediante IA.

Ejemplo: vídeo fotorrealista completamente sintético.

Parcialmente modificado por IA

Qué indica: contenido humano preexistente modificado parcialmente mediante IA en los supuestos correspondientes.

Ejemplo: modificación mediante IA del rostro de una persona en una fotografía auténtica.

Recuerda

Uso de los iconos: voluntario. Cumplimiento de las obligaciones de transparencia aplicables: obligatorio.

10 FUENTE OFICIAL

Dónde descargar los iconos oficiales

La Comisión Europea facilita gratuitamente los archivos originales en PNG y SVG. Existen distintas variantes visuales para facilitar su utilización sobre fondos claros y oscuros.

Recomendación XTRARED

Descarga siempre los archivos desde la fuente oficial de la Comisión Europea.
No los redibujes. No los recrees. No descargues una copia encontrada en Google.
Tampoco utilices una herramienta de IA para crear «un icono parecido».

Enlace recomendado para la versión digital: página oficial «EU Icons for labelling AI-generated content» de la Comisión Europea:
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content>

11 BUENAS PRÁCTICAS

Cómo deben mostrarse

Si decides utilizar los iconos europeos, hay una regla bastante lógica: deben poder verse.

- Colócalos de manera claramente perceptible
- Evita que otros elementos gráficos los oculten
- Utiliza un tamaño que permita reconocerlos
- Procura que sean visibles desde el primer contacto del usuario con el contenido
- Cuando corresponda, intégralos de manera que la información permanezca al compartir el contenido
- Acompáñalos de una explicación cuando el símbolo por sí solo no permita comprender qué ha hecho la IA
- Utiliza lenguaje sencillo
- Incorpora, cuando sea técnicamente posible, información accesible o texto alternativo

Un icono diminuto escondido durante medio segundo al final de un vídeo cumple bastante mal su función.

12 DOS HERRAMIENTAS, UNA LÓGICA

¿Icono europeo o etiqueta de Instagram, TikTok o YouTube?

Pueden convivir. El icono europeo no sustituye automáticamente las herramientas que ofrece cada plataforma.

Imaginemos que una empresa publica en Instagram un vídeo fotorrealista completamente generado mediante IA. Puede ser necesario utilizar la herramienta de divulgación correspondiente de la plataforma. Y la empresa puede decidir, además, incorporar voluntariamente el icono europeo para reforzar la transparencia — incluso puede añadir una explicación: «Vídeo completamente generado mediante inteligencia artificial.»

- 1** Comprueba las obligaciones aplicables
- 2** Utiliza la herramienta o etiqueta de la plataforma cuando corresponda
- 3** Valora incorporar voluntariamente el icono europeo
- 4** Añade una explicación textual cuando ayude a comprender qué ha hecho la IA

13 POR PLATAFORMA

Qué hacer en cada red social

Instagram, Facebook y Threads

Revisa las herramientas de divulgación que Meta pone a disposición para determinados contenidos creados o modificados mediante IA. Evita eliminar deliberadamente señales de procedencia del archivo. Cuando una pieza sintética pueda confundirse con una situación auténtica, valora añadir una explicación textual además de las herramientas disponibles en la plataforma.

TikTok

Contempla el etiquetado de determinados contenidos generados mediante IA, especialmente cuando representan personas o situaciones con apariencia realista. Revisa la opción de contenido generado mediante IA antes de publicar cuando corresponda. Ojo: poder etiquetar un contenido no significa que cualquier contenido sintético esté permitido.

YouTube

Exige informar en determinados supuestos cuando se utiliza IA para generar o alterar significativamente contenido realista: hacer que una persona parezca decir algo que nunca dijo, modificar imágenes de acontecimientos o lugares reales, o generar escenas realistas que nunca ocurrieron. YouTube Studio dispone de herramientas específicas para esta divulgación.

LinkedIn

Utiliza Content Credentials, basadas en el estándar C2PA, para proporcionar información sobre el origen y las modificaciones de determinadas imágenes y vídeos. Cuando el archivo incorpore estas credenciales, procura conservarlas.

X

Ante contenido sintético o manipulado susceptible de confundirse con acontecimientos reales, revisa las políticas vigentes de la plataforma y proporciona contexto suficiente. Si afecta a personas reales, acontecimientos de actualidad o cuestiones especialmente sensibles, merece una revisión previa.

Pinterest

Puede identificar determinados contenidos generados o modificados mediante IA utilizando metadatos y sus propios sistemas. Conservar la información de procedencia de los archivos es una buena práctica.

14 ZONA SENSIBLE

Contenidos con los que conviene extremar la prudencia

Presta especial atención cuando la IA intervenga en contenidos relacionados con:

- Personas reales
- Menores
- Figuras públicas
- Política y elecciones
- Guerras, conflictos o emergencias
- Acontecimientos de actualidad
- Salud
- Seguridad
- Servicios financieros
- Testimonios
- Reseñas
- Supuestos clientes generados artificialmente
- Voces o rostros de terceros
- Marcas y propiedad intelectual
- Situaciones que afecten a la reputación de una persona o empresa

Aquí la pregunta deja de ser únicamente «¿tengo que poner una etiqueta?». Puede haber otras obligaciones y derechos afectados.

EJEMPLO DE CASO REAL A REVISAR



HORTOSELECTA
el sabor que nace en la tierra

LOS PALACIOS Y VFCA.
COOPERATIVA

NARANJA · REQUIERE REVISIÓN

Los Palacios y Vfca. Cooperativa / HortoSelecta — publicación estacional que combina la actividad real de la empresa con las camisetas y los nombres de jugadores de la selección española.

15 CASO DELICADO

Cuidado con testimonios y clientes generados mediante IA

| Imagina este anuncio:

«Llevo tres meses utilizando este producto y los resultados han sido increíbles.»

Una empresa genera una persona fotorrealista mediante IA y publica un vídeo en el que afirma esa frase. El problema no se resuelve simplemente colocando debajo: «Persona generada mediante IA.» El usuario podría interpretar que está ante la experiencia auténtica de una clienta.

Por eso las empresas deberían evitar utilizar testimonios, reseñas, opiniones o supuestas experiencias sintéticas de una manera que pueda hacer creer que proceden de clientes reales.

CONTRASTE: TESTIMONIO REAL



VERDE · EXPERIENCIA AUTÉNTICA

una mesa de un evento real, con proveedores y montaje reales, es el tipo de material que sí sostiene un testimonio o una reseña: no hay nada que fabricar ni que aclarar. Es la referencia frente a la que conviene comparar cualquier «cliente» o «reseña» generada artificialmente.

16 METADATOS

Conserva la procedencia del contenido

| *La transparencia empieza antes de publicar.*

Tecnologías como Content Credentials y C2PA permiten incorporar información sobre el origen de determinados contenidos y las modificaciones realizadas. Una buena política interna debería evitar eliminar deliberadamente estos datos.

Siempre que las herramientas utilizadas permitan conservar credenciales de procedencia, merece la pena mantenerlas durante el proceso de creación, edición y publicación.



NARANJA · REQUIERE REVISIÓN

HortoSelecta — archivo sin generación ni modificación sustancial: conviene conservar los metadatos de origen tal cual.



NARANJA · REQUIERE REVISIÓNL

José Olivares Hostelería & Eventos — imagen de evento real con retoque de color habitual; se mantiene la procedencia del archivo durante la edición.

17 ANTES DE PULSAR PUBLICAR

El checklist de los 60 segundos

- | | |
|--|---|
| ☐ ¿Hemos utilizado IA en la pieza final? | ☐ ¿La plataforma dispone de una herramienta específica para declararlo? |
| ☐ ¿La IA simplemente nos ha ayudado o ha generado algo que verá el usuario? | ☐ ¿La hemos utilizado cuando corresponde? |
| ☐ ¿Ese elemento parece real? | ☐ ¿Podemos usar voluntariamente algún icono oficial europeo? |
| ☐ ¿Aparece una persona real? | ☐ ¿Sería conveniente añadir una explicación textual? |
| ☐ ¿Parece decir o hacer algo que nunca ocurrió? | ☐ ¿Conservamos los metadatos o credenciales de procedencia? |
| ☐ ¿Hemos generado o clonado una voz? | ☐ ¿Tenemos los derechos y consentimientos necesarios? |
| ☐ ¿Hemos modificado una fotografía, lugar o acontecimiento real? | ☐ ¿Existe algún riesgo reputacional? |
| ☐ ¿Alguien podría interpretar la pieza como algo auténtico? | ☐ ¿Estamos utilizando una persona sintética como si fuera un cliente real? |

Si alguna respuesta genera dudas, todavía no pulses Publicar.

18 PARA EL EQUIPO

Cinco reglas que cualquier empresa puede adoptar

1

Una persona revisa antes de publicar

Especialmente cuando la IA genera información o representaciones realistas.

2

Identificamos el contenido sintético cuando corresponde

La transparencia forma parte de la publicación.

3

Cuidamos especialmente rostros, voces e identidades reales

El hecho de poder generar algo técnicamente no significa que debamos publicarlo.

4

Conservamos la procedencia

Evitamos eliminar deliberadamente metadatos o credenciales que permitan conocer el origen del contenido.

5

Si hay dudas, escalamos

Marketing, comunicación, dirección o asesoría jurídica pueden realizar una segunda revisión dependiendo del riesgo.

19 DESCARGABLE

Plantilla gratuita de política interna

Política de uso responsable de IA en contenidos

Nuestra empresa puede utilizar herramientas de inteligencia artificial como apoyo en sus procesos de comunicación, marketing y creación de contenidos.

Todo contenido destinado a publicación será revisado por una persona cuando la IA haya intervenido de manera relevante en el resultado.

Los contenidos sintéticos o modificados mediante IA que puedan confundirse razonablemente con personas, lugares, acontecimientos, imágenes, vídeos o audios auténticos serán identificados de acuerdo con la normativa aplicable y las herramientas de transparencia disponibles en cada plataforma.

La empresa podrá utilizar voluntariamente los iconos oficiales desarrollados por la Comisión Europea para identificar contenidos generados o modificados mediante inteligencia artificial cuando considere que contribuyen a informar de manera más clara al usuario.

La utilización de estos iconos no sustituirá las obligaciones de transparencia que resulten aplicables ni las herramientas de divulgación exigidas por las plataformas.

Prestaremos especial atención al uso de la imagen, voz e identidad de personas reales, así como a testimonios, asuntos de interés público y contenidos susceptibles de afectar a derechos de terceros.

Siempre que sea técnicamente posible, conservaremos los metadatos y credenciales de procedencia de los archivos.

Cuando existan dudas sobre transparencia, consentimiento, derechos, reputación o posible engaño, el contenido será revisado antes de su publicación.

ANTES DE PUBLICAR, RECUERDA TRES PREGUNTAS

¿Qué ha hecho la IA?

¿Qué va a creer la persona que vea esta publicación?

¿Hemos sido suficientemente transparentes?

Tres preguntas que pueden ahorrar bastantes problemas. La inteligencia artificial seguirá cambiando. Las plataformas también. **El criterio humano sigue siendo imprescindible.**

Sobre esta guía

Edición: agosto de 2026 · Elaborada por XTRARED.

Esta guía tiene carácter informativo y práctico. No constituye asesoramiento jurídico ni sustituye el análisis profesional de las circunstancias concretas de cada empresa. Las políticas de las plataformas y la normativa pueden modificarse: antes de adoptar decisiones sobre casos sensibles, consulta las fuentes oficiales vigentes.

La tecnología cambia. El criterio sigue siendo humano.

Fuentes oficiales: Comisión Europea (AI Act, art. 50 y directrices de transparencia; EU Icons for labelling AI-generated content) · Meta · TikTok · YouTube Help · LinkedIn (Content Credentials / C2PA) · Pinterest · X.