

# Plataformas, IA generativa e industrias culturales: dilemas económicos y normativos en la era de la gobernanza algorítmica

*Plataformak, IA sortzailea eta kultura-industriak:  
dilema ekonomikoak eta arautzaileak gobernantza algoritmikoaren aroan*

Platforms, Generative AI and Cultural Industries:  
Economic and Regulatory Dilemmas in the Era of Algorithmic Governance

Fernando Checa García★, Víctor Núñez Fernández  
Universidad Internacional de La Rioja  
Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)

**RESUMEN:** Este artículo analiza cómo la inteligencia artificial generativa reconfigura las industrias culturales en el marco de la plataformización de la comunicación y la economía digital. A partir de un análisis documental de marcos normativos europeos y españoles (AI Act, DSA, DMA, RGPD), se examinan los dilemas económicos y políticos derivados de la concentración de poder en las plataformas, los retos para los derechos de autor y las transformaciones del trabajo creativo. Los resultados evidencian tensiones entre innovación, sostenibilidad cultural y gobernanza algorítmica, proponiendo escenarios de reequilibrio regulatorio en el ecosistema cultural contemporáneo.

**Palabras clave:** Industrias culturales, Plataformas digitales, Inteligencia artificial, Gobernanza algorítmica.

**LABURPENA:** Artikulu honek azertzen du nola adimen artifizial sortzaileak kultura-industriak berrantolatzen dituen komunikazioaren plataformizazioaren eta ekonomia digitalaren testuinguruan. Europako eta Espainiako arau-esparru nagusien (AI Act, DSA, DMA, RGPD) analisi dokumental baten bidez, plataforma digitalen botere-kontzentrazioetik eratorritako dilema ekonomiko, politiko eta erregulatuzaileak azertzen dira, baita egile-eskubideekin, gardentasun algoritmikoarekin eta sormen-lanaren eraldaketekin lotutako erronkak ere. Emaitez agerian uzten dituzte berrikuntza teknologikoaren, kultura-jasangarritasunaren eta gobernantza algoritmikoaren arteko tentsioak, eta proposatzen da oreka erregulatuzaile berria egungo ekosistema kulturallean.

**Gako-hitzak:** Kultura-industriak; plataforma digitalak; adimen artifiziala; gobernantza algoritmikoa.

**ABSTRACT:** *This paper examines how generative artificial intelligence reshapes cultural industries within the broader platformization of communication and the digital economy. Based on a documentary analysis of European and Spanish regulatory frameworks (AI Act, DSA, DMA, GDPR), it explores the economic and political dilemmas arising from the concentration of power in platforms, the challenges for copyright regimes, and the transformations of creative labor. Findings reveal tensions between innovation, cultural sustainability, and algorithmic governance, proposing regulatory rebalancing scenarios within the contemporary cultural ecosystem. The study contributes to debates on platform capitalism and the governance of cultural production.*

**Keywords:** *Cultural industries, Digital platforms, Artificial intelligence, Algorithmic governance.*

\* **Correspondencia a / Corresponding author:** Fernando Checa García. Universidad Internacional de La Rioja — fernando.checa@unir.net — <https://orcid.org/0000-0003-2919-3435>

**Cómo citar / How to cite:** Checa García, Fernando; Núñez Fernández, Víctor (2026). «Plataformas, IA generativa e industrias culturales: dilemas económicos y normativos en la era de la gobernanza algorítmica»; *Zer*, 60, 188-203. (<https://doi.org/10.1387/zer.27829>).

Recibido: 24 de septiembre, 2025; aceptado: 16 de abril, 2026.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © UPV/EHU Press



Esta obra está bajo una Licencia  
Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

## Introducción

La creciente integración de la inteligencia artificial generativa (IAG) en los procesos de producción y distribución cultural se inscribe en un contexto de plataformización que redefine los equilibrios de poder en la economía digital. Las grandes plataformas tecnológicas no solo concentran la intermediación publicitaria y la atención de los usuarios, sino que se convierten en espacios hegemónicos para la creación, circulación y monetización de contenidos culturales. Este fenómeno afecta de manera directa a las industrias culturales, históricamente articuladas en torno a modelos de negocio dependientes de derechos de autor, marcos regulatorios nacionales y dinámicas laborales vinculadas a la creatividad.

En el ámbito europeo, marcos como el Reglamento de Servicios Digitales (DSA), el Reglamento de Mercados Digitales (DMA), el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y, más recientemente, el Reglamento de Inteligencia Artificial (AI Act), configuran un ecosistema normativo que pretende responder a estos desafíos. La traslación de dichas normas a las industrias culturales, sin embargo, revela límites y fricciones: los textos se diseñaron para problemáticas generales de mercados digitales y protección de datos, mientras que la producción cultural combina especificidades estéticas, autorales y laborales que exigen un tratamiento muy específico.

La aportación específica de este artículo no reside únicamente en analizar el impacto de la inteligencia artificial generativa sobre las industrias culturales, sino en articular de manera integrada tres dimensiones que habitualmente se abordan de forma fragmentada en la literatura: la economía política de la intermediación de plataformas, la reconfiguración del derecho de autor ante los contenidos sintéticos y la transformación del trabajo creativo bajo regímenes de gobernanza algorítmica. Frente a aproximaciones predominantemente tecnológicas o jurídico-normativas, este trabajo propone una lectura transversal del marco regulatorio europeo desde una perspectiva comunicativa y cultural, atendiendo a sus implicaciones distributivas, laborales y de legitimidad.

A partir de este enfoque, el artículo se estructura en torno a tres preguntas de investigación: (1) ¿Cómo reconfigura la plataformización de la publicidad cultural las condiciones de visibilidad y sostenibilidad de las industrias culturales? (2) ¿En qué medida los marcos normativos europeos resultan adecuados para abordar los desafíos que la inteligencia artificial generativa plantea en relación con la autoría, la originalidad y la trazabilidad de los contenidos? y (3) ¿Qué efectos produce la gobernanza algorítmica sobre el trabajo creativo y qué vacíos regulatorios persisten en este ámbito?

## 1. Marco teórico

### 1.1. PLATAFORMIZACIÓN Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA CULTURA

La plataformización designa la reorganización de la producción y el consumo culturales en torno a infraestructuras digitales que integran, en un mismo actor, funciones de infraestructura técnica, mercado de audiencias y regulación de facto de la circulación simbólica (Jara, 2024; van Dijck, Poell, & de Waal, 2018). Estas plataformas, Google/YouTube, Meta, Spotify, Netflix, Amazon Prime Video o Disney+, operan como mercados multilaterales en los que se conectan creadores, anunciantes y públicos bajo lógicas de datos y efectos de red, generando barreras de entrada y posiciones dominantes difíciles de disputar (García Álvarez, 2021; Srnicek, 2017). La mediación algorítmica que gobierna recomendaciones, ránking y segmentación publicitaria convierte la atención en el principal recurso económico y político, reconfigurando la captura de valor a lo largo de la cadena cultural (Zuboff, 2019; Hesmondhalgh, 2019).

La lógica económica subyacente combina efectos de red (más usuarios, mejores datos, mejores recomendaciones, más usuarios) y economías de escala en infraestructura (computación y almacenamiento) que permiten «peajes» crecientes de intermediación sobre la visibilidad cultural (Srnicek, 2017). En este

contexto, las decisiones algorítmicas no son meros criterios técnicos: definen precios de acceso a audiencias, priorizan géneros y duraciones con mayor probabilidad de finalización, y moldean la experimentación estética en función de métricas de rendimiento (Sedeño-Valdello, 2023; Wayne, 2021). La consecuencia es un desplazamiento del poder desde el campo cultural (crítica, festivales, emisoras públicas) hacia corporaciones tecnológicas que actúan como *gatekeepers* de la atención, con escasa rendición de cuentas pública (Gillespie, 2018; Couldry & Mejias, 2019).

La plataformización interpela tanto a la competencia económica como a la soberanía cultural. Medidas de transparencia y límites a conductas de auto-preferencia (p. ej., requisitos antimonopolio, interoperabilidad, acceso a datos) son condiciones necesarias, pero no suficientes para recomponer equilibrios: se requieren instrumentos sectoriales que sostengan la diversidad y la producción independiente en un entorno regido por métricas y por el capital de datos.

## 1.2. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA COMO MEDIO DE PRODUCCIÓN SIMBÓLICA

La inteligencia artificial generativa (IAG) constituye un punto de inflexión en la historia de los medios de producción cultural. A diferencia de otras tecnologías digitales orientadas principalmente a la distribución o a la circulación de contenidos, la IAG interviene directamente en la creación simbólica, generando textos, imágenes, música o vídeo a partir de modelos entrenados con enormes volúmenes de datos (Floridi & Chiriatti, 2020). Este salto cualitativo no solo amplía las posibilidades técnicas de la creatividad, sino que también reconfigura las nociones de autoría, originalidad y legitimidad cultural (Cetina Presuel, 2024).

Las plataformas culturales han comenzado a integrar la IAG en sus procesos de producción y distribución. Netflix emplea sistemas de aprendizaje automático para personalizar portadas, trailers y subtítulos, optimizando la retención de audiencias y la segmentación de mercados (Gomez-Urbe & Hunt, 2015). Spotify experimenta con el denominado DJ con IA, un servicio capaz de seleccionar y comentar canciones en tiempo real, lo que supone una apropiación de funciones tradicionalmente desempeñadas por mediadores humanos como locutores o críticos musicales (Spotify, 2023). YouTube ha introducido herramientas de generación automática de títulos, descripciones y traducciones, mientras que TikTok incorpora sistemas capaces de producir filtros audiovisuales y modificar voces, ampliando la paleta creativa de los usuarios (Radovanović, 2022).

La IAG también interviene en el terreno audiovisual. Disney ha experimentado con sistemas de generación de guiones y *storyboards* para fases preliminares de proyectos, mientras que Amazon Studios explora la predicción algorítmica de éxito de un guion a partir de patrones narrativos y datos de audiencia (Napoli, 2019). Estas aplicaciones, aunque todavía incipientes, anuncian una transformación profunda en las rutinas creativas de la industria cinematográfica y televisiva. Al automatizar segmentos del proceso creativo (Sandvig, C., Hamilton, K., Karahalios, K., & Langbort, C. 2014), la IAG redistribuye funciones entre humanos y algoritmos, generando nuevos perfiles profesionales asociados a la dirección de procesos algorítmicos (*prompt engineering*, curaduría algorítmica, edición de *outputs* generativos).

Este proceso plantea tensiones jurídicas y éticas relacionadas con la autoría y el derecho de autor. Samuelson (2024) subraya que el entrenamiento de modelos con obras protegidas sin consentimiento de los titulares abre un campo de disputa sobre licencias, compensaciones y límites al uso de repositorios culturales. Al mismo tiempo, muchos sistemas de propiedad intelectual niegan la posibilidad de reconocer derechos de autor a obras generadas sin intervención humana sustancial, lo que sitúa a los productos culturales algorítmicos en un limbo legal (Jiménez Cárdena, 2024).

Desde una perspectiva artística, la IAG como medio de producción simbólica genera ambivalencias. Por un lado, democratiza el acceso a herramientas creativas, permitiendo a usuarios sin formación especializada producir obras de calidad razonable (Fernández-Castrillo, 2024). Por otro, puede fomentar una homogeneización estética: al estar entrenados sobre grandes repositorios, los modelos tienden a reproducir

cir patrones dominantes y estilos mayoritarios, limitando la diversidad creativa (Pasquinelli & Joler, 2021). El riesgo es que la creatividad algorítmica amplíe la oferta cuantitativa de contenidos, pero empobrezca la variedad cualitativa y simbólica de la cultura.

### 1.3. GOBERNANZA ALGORÍTMICA Y LEGITIMIDAD

Este concepto alude al conjunto de normas, prácticas y procesos, tanto técnicos como institucionales, mediante los cuales los sistemas automatizados configuran la visibilidad, la relevancia y la circulación de contenidos culturales (Yeung, 2018). En plataformas como Netflix, YouTube, Spotify o TikTok, los algoritmos de recomendación y moderación actúan como infraestructuras normativas, definiendo qué contenidos se privilegian, cuáles se desmonetizan y qué narrativas culturales se consolidan (Gómez-Pérez *et al.*, 2022).

La literatura coincide en que la transparencia técnica no es suficiente para garantizar la legitimidad de estas mediaciones. Burrell (2016) identifica tres formas de opacidad en los sistemas algorítmicos: la debida a la complejidad técnica, la intencional, derivada de secretos comerciales, y la inherente a procesos de aprendizaje automático que son difíciles de interpretar incluso para sus diseñadores. Por ello, la gobernanza no puede reducirse a la exigencia de apertura de código o divulgación de variables: debe incluir mecanismos de interpretabilidad, rendición de cuentas y participación democrática (Pauner Chulvi, 2023; Waltermann, 2021).

En Europa, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) introdujo principios de información y explicación sobre decisiones automatizadas, aunque su alcance en el terreno cultural es limitado. El Reglamento de Servicios Digitales (DSA) establece obligaciones de transparencia en la moderación de contenidos y en los sistemas de recomendación, especialmente para las plataformas de muy gran tamaño. El Reglamento de Mercados Digitales (DMA) busca limitar conductas abusivas de plataformas gatekeeper, promoviendo mayor interoperabilidad. Más recientemente, el AI Act ha clasificado los sistemas de inteligencia artificial según niveles de riesgo, imponiendo a los de alto riesgo obligaciones de trazabilidad y supervisión humana (Presno Linera, 2023). Estas normativas representan avances importantes, pero no contemplan plenamente dimensiones centrales para la cultura, como la diversidad, la equidad laboral de los creadores o la protección de las minorías culturales (Vásquez, 2023).

Los ejemplos sectoriales muestran la urgencia de esta cuestión. En YouTube, las políticas de *Content ID* han sido criticadas por favorecer a grandes corporaciones con catálogos masivos, mientras pequeños creadores enfrentan desmonetizaciones automáticas difíciles de disputar (Cunningham & Craig, 2019). En Spotify, la inclusión en *playlists* editoriales o algorítmicas se ha convertido en un mecanismo central de visibilidad, pero los criterios que determinan dicha inclusión carecen de transparencia y de supervisión externa (Eriksson *et al.*, 2019). En Netflix, la ausencia de datos públicos sobre audiencias genera un déficit de responsabilidad: productores y reguladores dependen de cifras parciales divulgadas por la propia plataforma, lo que limita la capacidad de escrutinio sobre el impacto cultural de sus algoritmos (Wayne, 2021).

## 2. Metodología

Este estudio se ha realizado adoptando un diseño cualitativo de análisis documental y normativo, orientado a explicar cómo la IAG y la platformización reconfiguran las industrias culturales bajo marcos regulatorios europeos y españoles. Se han combinado tres tradiciones metodológicas: (a) análisis documental de políticas y normas (Bowen, 2009), (b) análisis de contenido cualitativo y temático (Mayring, 2014; Schreier, 2012; Escudero, 2020), y (c) análisis interpretativo de políticas con elementos de problematización y co-producción sociotécnica (Bacchi, 2009; Jasanoff, 2004).

La elección de un diseño documental-interpretativo está en línea con investigaciones de estudios de plataformas y políticas de comunicación que han cartografiado la gobernanza algorítmica y los efectos estructurales de las plataformas en cultura: van Dijck, Poell y de Waal (2018) sistematizan la lógica de la «sociedad de plataformas»; Jara (2024) conceptualiza la plataformización de la producción cultural; Napoli (2019) analiza la regulación mediática desde el interés público en entornos digitales; Presno Linera (2023) analiza la normativa del AI Act; y Roche, Wall, & Lewis, D. (2023) examinan el cruce entre IA y diversidad cultural. En el terreno de la gobernanza algorítmica, Gillespie (2018) y Yeung (2018) ofrecen marcos interpretativos sobre moderación y regímenes de decisión automatizada, mientras Pauner Chulvi (2023) y Burrell (2016) observan los límites de la transparencia. Estos trabajos constituyen referencias de método y de diseño para nuestro análisis, con un corpus organizado en tres capas:

1. Normativa y políticas públicas: instrumentos europeos (RGPD; DSA; DMA; AI Act; Directiva 2019/790 sobre derechos de autor y mercado único digital) y normas españolas vinculadas a comunicación digital y propiedad intelectual. Se incluyen guías de implementación, comunicaciones de la Comisión y documentos de autoridades nacionales competentes (protección de datos, competencia, audiovisual).
2. Políticas y documentos de plataformas culturales: términos de servicio, políticas de recomendación y monetización, documentos de transparencia publicitaria y de moderación de plataformas relevantes para música y audiovisual (p. ej., YouTube, Spotify, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+), priorizando versiones en vigor durante 2019-2025.
3. Literatura académica e informes sectoriales: artículos y monografías en sociología de la comunicación, estudios de plataformas y economía política de la cultura y propiedad intelectual.
4. La selección del corpus se ha realizado atendiendo a cuatro criterios: relevancia directa para el objeto de estudio, capacidad configuradora sobre las prácticas de intermediación y producción cultural, vigencia normativa o institucional en el periodo 2019-2025 y presencia significativa en el debate académico y regulatorio europeo sobre plataformas e inteligencia artificial. En el caso de los documentos institucionales y normativos, se han priorizado aquellos instrumentos con efectos regulatorios directos o indirectos sobre la actividad de las industrias culturales. La inclusión puntual de referencias a contextos no europeos responde a un propósito exploratorio, orientado a introducir elementos de contraste que permitan valorar el grado de desarrollo y densidad normativa del caso europeo.

Se han desarrollado dos grandes unidades de análisis y observación, el dispositivo regulatorio o institucional (artículo de ley, obligación del DSA/DMA, requisito del AI Act; cláusula contractual o política de plataforma; categoría analítica en la literatura) y el efecto sociocultural asociado (p. ej., impacto en visibilidad y monetización de contenidos, distribución de regalías, condiciones laborales, diversidad cultural o trazabilidad de datos de entrenamiento).

El procedimiento analítico se ha desarrollado en tres fases. En una primera fase, se realizó una lectura sistemática del corpus con el objetivo de identificar referencias a mecanismos de intermediación, recomendación algorítmica, monetización, autoría, trazabilidad y condiciones laborales del trabajo creativo. En una segunda fase, estos elementos fueron agrupados mediante un proceso de codificación temática, siguiendo un enfoque inductivo-deductivo que combina categorías derivadas del marco teórico con categorías emergentes del propio análisis documental. En una tercera fase, las categorías identificadas se reorganizaron en torno a los tres ejes sustantivos del estudio, economía política de la publicidad cultural, derechos de autor y contenidos sintéticos, y trabajo creativo bajo gobernanza algorítmica, permitiendo establecer una correspondencia sistemática entre fuentes analizadas y resultados obtenidos.

### 3. Resultados

#### 3.1. ECONOMÍA POLÍTICA DE LA PUBLICIDAD CULTURAL Y PLATAFORMAS

El punto de partida de nuestro análisis es constatar que la plataformización de las industrias culturales se articula a través de la captura y redistribución de flujos publicitarios y de atención, desplazando el centro de gravedad económico desde medios y agentes culturales hacia *Very Large Online Platforms* (VLOPs) con posiciones dominantes en intermediación, datos y cómputo. Esta idea guía la codificación temática aplicada al corpus regulatorio y a las políticas de plataformas (transparencia publicitaria, recomendación, segmentación), y se traduce en tres hallazgos: (i) integración vertical de la cadena publicitaria bajo gobierno de plataformas; (ii) prioridad sistemática de métricas de rendimiento (retención, tiempo de visualización, tiempos absolutos de uso) que homogeneizan la oferta cultural; y (iii) efectos distributivos regresivos para pymes culturales y creadores independientes que no pueden negociar condiciones ni acceder a datos estratégicos en igualdad de condiciones.

##### a) *Integración de la cadena publicitaria: de la puja programática al control curatorial*

En la publicidad digital contemporánea, la compra y venta de inventario se realiza, crecientemente, vía puja programática mediada por *Demand-Side Platforms* (DSP), *Supply-Side Platforms* (SSP) y *ad exchanges*. El mapeo documental muestra que los grandes intermediarios culturales (YouTube/Google, Meta, Amazon, Spotify) internalizan componentes críticos de esa cadena y aplican reglas propietarias de elegibilidad y segmentación. En este esquema, las industrias culturales acceden a audiencias a través de inventarios cerrados (p. ej., *in-stream video*, *display in-feed*, *sponsored recommendations*) sujetos a criterios que la plataforma define, opera y audita. El poder de fijación de reglas, qué piezas son aptas para monetización, cómo se asigna el inventario premium, qué categorías quedan excluidas, es inseparable del poder curatorial (listas editoriales, *homepages*, carruseles), generando un círculo en el que la visibilidad cultural y el rendimiento publicitario se legitiman mutuamente bajo la métrica de la atención.

Este diseño industrial no es neutral: al agregar datos de usuario, contexto y contenido, las plataformas maximizan la probabilidad de conversión publicitaria, no la diversidad cultural. La codificación de documentos de transparencia publicitaria y políticas de recomendación recoge un sesgo estructural hacia formatos breves, serializables y «seguros para marcas», que reducen el riesgo reputacional del anunciante. Ello penaliza géneros, duraciones o estéticas menos estandarizables (documental, experimental, lenguas minoritarias), con efectos especialmente visibles en audiovisual y música.

##### b) *Métricas de rendimiento y homogeneización de la oferta cultural*

El segundo patrón identificado es la prioridad de métricas de rendimiento en la asignación de visibilidad y en la tarificación publicitaria. A partir del análisis de políticas de recomendación y de los textos regulatorios que exigen explicabilidad (DSA) y *risk management* (AI Act), observamos que la plataforma optimiza por objetivos de negocio que correlacionan con estandarización formal: duraciones modulares, ritmos narrativos predecibles, estructuras de *hook* inicial fuerte, *sound-alikes* musicales. En música, la «playlistización» concentra descubrimiento y consumo en listas editoriales/algorítmicas; en audiovisual, la gestión enfocada al análisis de datos favorece géneros con altas tasas esperadas de finalización. El resultado es una curva de exposición más empinada: pocos títulos concentran la mayor parte de impresiones y monetización, mientras la larga cola cultural compite por residuos de atención y de inversión.

##### c) *Efectos distributivos y acceso asimétrico a datos*

El tercer hallazgo atañe a asimetrías de información y datos. Las plataformas almacenan micro-métricas de consumo y segmentación a niveles que no son accesibles para productores independientes ni, a me-

nudo, para reguladores. Mientras los anunciantes con gran gasto acceden a paneles avanzados, los actores culturales pequeños reciben informes agregados que no permiten aprendizaje completo (qué habría pasado con otras creatividades, horarios, segmentos). La noción de «públicos propios» se devalúa: aun cuando un sello o una productora cuente con suscriptores, la plataforma intermedia el acceso a esos públicos bajo condiciones y precios que define unilateralmente.

A esta asimetría se suma el coste fijo de la optimización: desarrollar creatividades multiformato, Test A/B, o trabajo en el posicionamiento específico exige capacidades organizativas y presupuesto. Los grandes estudios y sellos internalizan estas prácticas; las pymes culturales externalizan a agencias o renuncian a competir por inventario *premium*, consolidando la brecha de exposición.

d) *¿Qué añaden DSA, DMA y RGPD a este entorno?*

El Reglamento de Servicios Digitales (DSA) obliga a las VLOPs a documentar y explicar sistemas de recomendación y publicidad, identificar al anunciante y los parámetros de segmentación, mantener repositorios de anuncios y habilitar auditorías independientes. El Reglamento de Mercados Digitales (DMA) impone límites a conductas que favorezcan los productos propios frente a los de los competidores, exige interoperabilidad en ciertos servicios y refuerza el acceso de los usuarios corporativos a datos de rendimiento en plataformas. El RGPD incide sobre perfilado y consentimiento, condicionando la profundidad de la segmentación basada en datos personales y habilitando derechos de acceso y oposición.

La tabla 1 sintetiza cómo los principales instrumentos europeos inciden sobre la economía política de la publicidad cultural, distinguiendo entre mecanismos de transparencia, efectos esperados y límites regulatorios.

TABLA 1  
Normas europeas y su impacto en la economía política de la publicidad cultural

Marco normativo	Mecanismo clave	Efecto esperado en publicidad/visibilidad	Limitación principal
DSA (2022)	Repositorios de anuncios, explicación de sistemas, auditorías VLOP	Menor opacidad en segmentación y mayor trazabilidad para investigación/autoridades	No reorienta inversión ni garantiza diversidad en recomendación
DMA (2022)	Obligaciones <i>gatekeeper</i> : no auto-preferencia, acceso a datos a clientes corporativos	Grietas en integraciones verticales y acceso ampliado a <i>insights</i> de rendimiento	Sin instrumentos de redistribución
RGPD (2016)	Límites a perfilado/consentimiento; derechos de acceso/oposición	Segmentación menos intrusiva; refuerzo de base legal para tratamiento publicitario	Incentiva plataformas de datos cerradas que favorecen a VLOPs

Fuente: elaboración propia.

Pudiendo señalar tres contribuciones y tres límites de la legislación:

—Contribuciones:

1. El DSA crea trazabilidad de anuncios y parámetros de segmentación, lo que reduce la opacidad informativa en la compra programática.
2. El DMA puede abrir grietas en integraciones auto-preferentes (p. ej., autopromoción de contenidos/plataformas filiales en inventario propio), y ampliar el acceso a datos de usuarios corporativos.

3. El RGPD frena la hiper-segmentación intrusiva, obligando a estrategias de segmentación más contextuales.

—Límites:

1. Ninguna de las tres normas redistribuye ingresos por sí misma hacia el sector cultural. Su lógica es de conducta (transparencia, acceso, no discriminación), no de financiación.
2. La efectividad depende de capacidad de supervisión (autoridades coordinadoras del DSA, Comisión en DMA) y de guías sectoriales que traduzcan obligaciones generales al contexto cultural.
3. La transparencia sobre cómo segmenta la plataforma no equivale a transparencia sobre por qué el algoritmo recomienda ciertos contenidos culturales: la línea entre publicidad y recomendación editorial/comercial permanece difusa.

#### e) *Implicaciones para sostenibilidad y política cultural*

La sostenibilidad cultural, especialmente en segmentos no dominantes, requiere instrumentos complementarios a DSA/DMA/RGPD: (i) fondos de compensación financiados por grandes intermediarios, orientados a producción independiente y a lenguas/estéticas minoritarias; (ii) condicionalidad cultural en compras públicas y campañas institucionales (reservas de inversión para medios y productores locales); (iii) acuerdos de datos que otorguen a productores acceso a métricas accionables (no solo agregadas), permitiendo aprendizaje competitivo; (iv) evaluaciones de impacto cultural periódicas sobre sistemas de recomendación, con indicadores de diversidad y representación.

### 3.2. DERECHOS DE AUTOR Y CONTENIDOS SINTÉTICOS

En este ámbito, nuestro análisis documental y temático del corpus normativo europeo, español y de políticas de plataformas evidencia tres dinámicas centrales: (i) ambigüedad normativa sobre la legalidad del entrenamiento de modelos con obras protegidas; (ii) vacío jurídico respecto a la autoría y titularidad de las obras generadas algorítmicamente; y (iii) déficit de mecanismos de compensación y trazabilidad que permitan equilibrar los beneficios económicos entre plataformas y comunidades culturales. Estas dinámicas configuran un campo de disputa donde se cruzan innovación tecnológica, intereses corporativos y derechos culturales fundamentales.

#### a) *El entrenamiento de modelos y la extracción de valor de catálogos culturales*

El entrenamiento de modelos generativos requiere enormes volúmenes de datos textuales, visuales y sonoros, muchos de los cuales proceden de repositorios culturales sujetos a protección. El análisis de la Directiva (UE) 2019/790 sobre derechos de autor en el mercado único digital revela que se introdujeron excepciones específicas para la minería de datos con fines de investigación y, de manera más general, para usos en los que los titulares no hayan manifestado expresamente su oposición. Sin embargo, la trasposición en los Estados miembros es desigual, y su aplicación a entrenamientos comerciales de gran escala es ambigua.

El AI Act (2024) incorpora obligaciones de transparencia para los denominados «modelos básicos» (*foundation models*), incluidos los generativos, exigiendo documentación sobre los conjuntos de datos utilizados. No obstante, no establece un marco de licencias ni de compensación a los titulares de derechos. Así, el entrenamiento se sitúa en un área gris: jurídicamente amparado en algunos supuestos de excepción, pero cuestionado desde el punto de vista de la equidad cultural. Esta situación genera una percepción de «extractivismo cultural» (Pasquinelli & Joler, 2021), en la que catálogos completos de música, cine o literatura alimentan modelos de IAG sin retorno económico ni simbólico para sus autores.

Plataformas como YouTube o TikTok ya enfrentan litigios por la presencia de contenidos generados con fragmentos protegidos. En música, asociaciones de autores han denunciado que obras de entrenamiento incluyen grabaciones y partituras sin licencia, lo que podría vulnerar derechos patrimoniales y morales (Samuelson, 2024). El dilema central es si el uso de obras protegidas para entrenamiento puede considerarse un uso legítimo (*fair use* o excepción europea de minería de datos), o si debiera requerir una licencia colectiva ampliada que garantice compensación a los titulares.

#### b) *Autoría y titularidad de contenidos generados por IA*

El segundo foco de tensión radica en la definición de autoría y titularidad de los contenidos sintéticos. Los marcos normativos clásicos de propiedad intelectual parten del principio de creación humana como base para el reconocimiento de derechos. En consecuencia, obras producidas sin intervención humana sustancial no suelen recibir protección. En España y en la mayor parte de la UE, la autoría exige un vínculo creativo humano, lo que excluye la posibilidad de reconocer derechos plenos a una obra generada exclusivamente por un sistema de IA.

Sin embargo, la práctica cultural muestra escenarios híbridos: composiciones musicales co-generadas mediante *prompts*, guiones audiovisuales asistidos por modelos de lenguaje, ilustraciones generadas por IA sobre esbozos humanos. (Sáiz García, 2019 plantea la duda de si debe reconocerse al usuario que formula instrucciones como autor, o solo como «instigador» del proceso técnico. La ambigüedad abre la puerta a disputas contractuales: algunas plataformas (p. ej., Adobe Firefly) asignan derechos plenos al usuario que genera el contenido; otras (p. ej., Midjourney) establecen licencias de uso no exclusivas, reservándose derechos para entrenamientos futuros. Este vacío normativo genera inseguridad jurídica para industrias culturales. En el audiovisual, productoras han mostrado reticencias a utilizar guiones generados por IA ante la falta de claridad sobre su protección; en la música, editoriales y discográficas enfrentan la dificultad de registrar composiciones algorítmicas en sociedades de gestión.

#### c) *Mecanismos de compensación y trazabilidad*

El tercer eje identificado es la ausencia de mecanismos claros de compensación y trazabilidad. El DSA introduce obligaciones de transparencia en publicidad y recomendación, pero no aborda la trazabilidad de *datasets* de entrenamiento. El AI Act obliga a documentar «usos de datos protegidos» en modelos básicos, pero sin exigir marcas de agua robustas ni sistemas de auditoría pública. En consecuencia, los autores carecen de herramientas para saber si su obra ha sido utilizada en el entrenamiento de un modelo, y mucho menos para reclamar compensación.

En este terreno, la literatura académica propone soluciones como las licencias colectivas ampliadas, que permitan negociar tarifas para usos masivos de obras en entrenamientos algorítmicos (Calleja Reina, 2024), el etiquetado y uso de marcas de agua interoperables, que permitan identificar contenidos generados por IA y rastrear los repertorios de entrenamiento (Samuelson, 2024) y los fondos de compensación gestionados por entidades de gestión colectiva, alimentados por plataformas que entrenan modelos con catálogos culturales (Gervais, 2020). La ausencia de tales mecanismos refuerza el poder de las plataformas. Al mismo tiempo, erosiona la legitimidad cultural de los productos generados por IA: la percepción de que derivan de un uso no consentido de obras previas puede reducir su valor simbólico y generar resistencias en comunidades creativas (Fernández-Castrillo, 2024).

#### d) *Regulación en perspectiva comparada*

De forma complementaria y con finalidad exploratoria, este apartado incorpora una breve referencia a contextos latinoamericanos con el objetivo de introducir un contraste que permita situar el grado de desarrollo normativo del caso europeo en materia de inteligencia artificial y derechos de autor. La ausencia

de marcos normativos robustos en la región genera un escenario de dependencia regulatoria respecto de estándares europeos y estadounidenses. Mientras la UE avanza con el AI Act y la Directiva de derechos de autor, países latinoamericanos discuten lineamientos éticos sin fuerza vinculante. Esta brecha incrementa la vulnerabilidad de creadores locales, cuyos catálogos pueden ser explotados en entrenamientos sin posibilidad real de compensación ni recurso.

La tabla 2 resume las tensiones detectadas entre transparencia normativa, régimen de autoría y ausencia de compensación efectiva en el ámbito de los contenidos sintéticos. Como puede observarse, el régimen de derechos de autor enfrenta una crisis de adecuación frente a la IAG: el entrenamiento masivo con catálogos culturales plantea problemas de equidad; la autoría híbrida desafía los criterios de originalidad y la falta de trazabilidad deja sin compensación a los creadores.

TABLA 2  
Derechos de autor y contenidos sintéticos en el marco regulatorio

Marco normativo	Mecanismo clave	Efecto esperado	Limitaciones
Directiva (UE) 2019/790	Excepciones para minería de datos	Facilita usos digitales y de investigación	Ambigüedad en entrenamientos comerciales
AI Act (2024)	Transparencia en modelos básicos	Documentación de <i>datasets</i> y trazabilidad parcial	No define licencias ni compensaciones
Legislación nacional UE/ES	Autoría vinculada a intervención humana	Orienta contratos y regalías en obras híbridas	Falta de consenso sobre autoría sin humano
Políticas de plataformas (Spotify, YouTube, Adobe)	Cláusulas de titularidad y uso	Definen reglas contractuales en entornos privados	Asimetría de poder, opacidad y ausencia de negociación colectiva

Fuente: elaboración propia.

### 3.3. TRABAJO CREATIVO Y GOBERNANZA ALGORÍTMICA

Los hallazgos de nuestro análisis apuntan a tres dinámicas principales: (i) sustitución parcial y precarización de tareas creativas; (ii) hibridación de roles profesionales y emergencia de nuevas competencias; y (iii) consolidación de un régimen de gobernanza algorítmica en el que la visibilidad, la monetización y la legitimidad del trabajo creativo dependen de reglas opacas definidas por plataformas globales.

#### a) Sustitución parcial y precarización del trabajo creativo

En el sector musical, herramientas como Amper Music o AIVA generan composiciones completas en cuestión de minutos, reduciendo la demanda de músicos de sesión o de compositores para piezas comerciales de bajo presupuesto (Ardeliya *et al.*, 2024). En audiovisual, productoras han comenzado a usar sistemas de IA para generar *trailers*, subtítulos y versiones localizadas de contenidos, lo que afecta a traductores, editores y técnicos de postproducción (Napoli, 2019). En diseño gráfico, aplicaciones como DALL·E o Midjourney desplazan parte del trabajo de ilustradores y diseñadores, especialmente en tareas rutinarias o de baja remuneración.

La consecuencia más visible es una precarización del trabajo cultural. Como muestran estudios en economía de plataformas, las tareas automatizadas suelen ser desplazadas hacia trabajadores freelance o

*clickworkers*, encargados de etiquetar, verificar o moderar outputs algorítmicos bajo condiciones laborales inestables (Casilli, 2019). La gobernanza de este nuevo ecosistema productivo se caracteriza por la externalización del riesgo: mientras las plataformas concentran beneficios por la explotación de outputs algorítmicos, los creadores asumen la incertidumbre sobre la demanda de sus servicios, la autoría de sus obras y la seguridad de sus ingresos (Fuchs, 2022).

#### b) *Hibridación de roles y nuevas competencias*

Más que una sustitución total, la IAG impulsa la hibridación de roles creativos. En la producción audiovisual, guionistas y directores utilizan modelos de lenguaje para generar borradores o variaciones narrativas, asumiendo un papel de curadores o editores algorítmicos. En música, productores integran herramientas generativas para crear bases sonoras o experimentar con nuevos estilos, reservándose la dirección estética y la edición final. En artes visuales, diseñadores adoptan competencias de *prompt engineering*, formulando instrucciones precisas que orientan los *outputs* generativos (Floridi & Chiriatti, 2020).

Esta transición genera nuevas competencias profesionales, como la capacidad de evaluar la calidad y originalidad de contenidos generados por IA, de negociar con plataformas sobre el uso de datos y de integrar procesos híbridos en flujos de trabajo creativos. Sin embargo, la literatura advierte que estas competencias no siempre se traducen en reconocimiento laboral o remuneración proporcional (Passoth, 2020). En muchos casos, las plataformas incorporan *outputs* generativos en sus catálogos sin atribución a quienes los editan o supervisan, reforzando una lógica de invisibilización del trabajo humano detrás de la automatización.

#### c) *Gobernanza algorítmica: visibilidad, monetización y legitimidad del trabajo creativo*

El hallazgo más estructural de nuestro análisis es la consolidación de un régimen de gobernanza algorítmica en el que la visibilidad y la monetización de contenidos creativos dependen de reglas opacas definidas por plataformas globales. En YouTube, las decisiones sobre desmonetización por supuestas infracciones de copyright o por incumplimiento de criterios de «idoneidad para anunciantes» se toman de forma automática, con escasas posibilidades de recurso para los creadores (Cunningham & Craig, 2019). En Spotify, la inclusión en *playlists* algorítmicas determina gran parte de la exposición de artistas, pero los criterios que guían esa inclusión son invisibles para los afectados (Eriksson *et al.*, 2019). En Netflix, los algoritmos de recomendación deciden qué producciones reciben prominencia en la interfaz, condicionando tanto la recepción del público como las posibilidades de renovación de contratos para productores (Wayne, 2021).

La gobernanza algorítmica se ejerce a través de tres mecanismos principales: (i) sistemas de recomendación que distribuyen selectivamente visibilidad; (ii) políticas de monetización que condicionan los ingresos de los creadores a métricas de rendimiento; y (iii) normas de moderación automatizada que definen qué contenidos son legítimos y cuáles no. En conjunto, estos mecanismos configuran un entorno laboral en el que las oportunidades dependen de criterios no negociables, definidos unilateralmente por plataformas y protegidos por secretos comerciales (Burrell, 2016).

#### d) *Regulación europea y vacíos laborales*

El análisis de los marcos normativos muestra avances parciales en la protección del trabajo creativo (tabla 3). El DSA exige a las plataformas de muy gran tamaño transparencia en sus sistemas de recomendación y ofrece mecanismos de recurso frente a decisiones de moderación. El AI Act obliga a documentar los riesgos de sistemas de alto impacto, incluyendo los que puedan afectar a derechos fundamentales. Sin embargo, ninguno de estos marcos incorpora disposiciones específicas sobre condiciones laborales de los creadores culturales (Roche *et al.*, 2023).

TABLA 3  
Gobernanza algorítmica y condiciones del trabajo creativo

Mecanismo / norma	Efecto esperado en trabajo creativo	Limitaciones
DSA (2022)	Transparencia en recomendación; mecanismos de recurso en moderación	No aborda salarios ni derechos laborales específicos
AI Act (2024)	Documentación de riesgos; supervisión en sistemas de alto impacto	No incluye disposiciones laborales ni coautoría híbrida
Políticas de plataformas (YouTube, Spotify, Netflix)	Definen criterios de visibilidad y monetización	Opacidad; asimetría de poder; ausencia de negociación colectiva
Legislación laboral nacional (España, UE)	Protección de derechos laborales generales	No adaptada a trabajo híbrido humano-IA

Fuente: elaboración propia.

La legislación laboral nacional, incluida la española, tampoco se encuentra adaptada a las nuevas dinámicas de trabajo híbrido humano-máquina. Los convenios colectivos y estatutos del artista no contemplan cláusulas sobre el uso de IA, la coautoría en procesos generativos ni la compensación por sustitución de tareas. El resultado es un vacío regulatorio que coloca a los creadores en una situación de vulnerabilidad frente a las plataformas.

#### 4. Discusión y conclusiones

Más allá de confirmar tendencias ya señaladas en la literatura sobre plataformas digitales e inteligencia artificial, este trabajo aporta una lectura integrada de tres dimensiones que habitualmente se analizan de forma separada: la redistribución del valor en la publicidad cultural, la crisis de adecuación del derecho de autor ante los contenidos sintéticos y la transformación del trabajo creativo bajo gobernanza algorítmica.

El análisis que realizamos ha mostrado cómo las plataformas concentran el control de la publicidad digital, integrando funciones técnicas, comerciales y curatoriales. Este hallazgo se alinea con los planteamientos de van Dijck, Poell y de Waal (2018), quienes conceptualizan la «sociedad de plataformas» como un régimen en el que valores públicos como pluralismo y diversidad quedan subordinados a lógicas de eficiencia económica. En música, la centralidad de la «playlistización» en Spotify confirma los diagnósticos de Eriksson *et al.* (2019) sobre la pérdida de poder de negociación de artistas y sellos frente a algoritmos opacos. En audiovisual, la hegemonía de Netflix y Disney+ confirma la hipótesis de Hesmondhalgh (2019) acerca de la consolidación de conglomerados que priorizan rendimientos globales sobre la producción cultural independiente.

La plataformización refuerza la idea de capitalismo de datos (Zuboff, 2019), en el que la atención se convierte en materia prima explotada a gran escala. Aunque los marcos regulatorios europeos (DSA, DMA, RGPD) han introducido medidas relevantes de transparencia y acceso a datos (Presno Linera, 2023), la investigación confirma que estas normas no redistribuyen ingresos hacia el sector cultural ni garantizan la diversidad de la oferta. En consecuencia, las industrias culturales continúan enfrentando un déficit estructural de sostenibilidad frente a plataformas globales con capacidad para fijar reglas de acceso a la visibilidad.

El segundo eje de resultados revela la fragilidad del sistema de propiedad intelectual frente a la IAG. La literatura ha descrito este fenómeno como un proceso de «extractivismo cultural» (Pasquinelli & Joler, 2021), en el que los catálogos de obras se convierten en insumos para modelos algorítmicos sin

autorización ni compensación. Las tensiones derivadas del entrenamiento de modelos con obras protegidas ilustran los límites de la Directiva (UE) 2019/790: aunque prevé excepciones para minería de datos, su aplicación a entrenamientos comerciales a gran escala sigue siendo ambigua (Samuelson, 2024).

Los vacíos respecto a la autoría de obras generadas por IA confirman la crisis de adecuación de la noción de originalidad. Tal como plantean Ardeliya *et al.* (2024), la creatividad algorítmica desafía los fundamentos del derecho de autor, al no existir una intervención humana sustancial que permita reconocer titularidad. Ello genera inseguridad jurídica en industrias como la música o el audiovisual, donde contratos, regalías y registros dependen de definiciones claras de autoría.

El déficit más notorio identificado es la ausencia de mecanismos de compensación y trazabilidad. La literatura propone alternativas como licencias colectivas ampliadas (Roche *et al.*, 2023), marcas de agua interoperables y fondos de compensación (Gervais, 2020), pero estas soluciones aún no han sido incorporadas en los marcos regulatorios europeos. La falta de transparencia sobre conjuntos de datos de entrenamiento debilita la legitimidad cultural de las obras generadas por IA, al tiempo que erosiona la confianza de los creadores en la equidad del sistema.

El tercer eje confirma que la IAG transforma las condiciones del trabajo creativo, generando tanto riesgos de precarización como oportunidades de hibridación profesional. La sustitución parcial de tareas musicales, audiovisuales y gráficas observada coincide con las descripciones de Casilli (2019) sobre el surgimiento de «trabajo del clic» en cadenas de valor digitales, donde los creadores humanos se ven relegados a funciones auxiliares de supervisión o etiquetado. En paralelo, emergen nuevas competencias, como la dirección de procesos algorítmicos o el *prompt engineering*, que abren espacios de innovación, aunque todavía sin reconocimiento pleno en convenios ni estatutos laborales (Floridi & Chiriatti, 2020).

El hallazgo más estructural es la consolidación de un régimen de gobernanza algorítmica que define las oportunidades laborales de los creadores. Plataformas como YouTube, Spotify o Netflix ejercen un poder normativo mediante algoritmos de recomendación y políticas de monetización que determinan qué obras son visibles y cuáles generan ingresos (Gillespie, 2018). Esta opacidad compromete la legitimidad de las reglas culturales (Burrell, 2016; Pauner Chulvi, 2023). Aunque el DSA introduce mecanismos de transparencia y recurso, y el AI Act documenta riesgos de alto impacto, persiste un vacío regulatorio en lo que respecta a la protección de derechos laborales específicos (Vasquez, 2023).

La gobernanza algorítmica plantea un desafío de justicia cultural. Tal como subraya Innerarity (2024), la legitimidad institucional depende de que las reglas sean aceptadas como justas por las comunidades implicadas. En el ámbito cultural, ello exige que los algoritmos incorporen criterios de diversidad y equidad, algo que aún no está garantizado. Helberger, Pierson y Poell (2020) proponen avanzar hacia un modelo de gobernanza cooperativa, donde plataformas, reguladores y comunidades culturales compartan responsabilidad en la definición de estándares. Nuestros resultados confirman la urgencia de implementar auditorías independientes de sesgos y de establecer cláusulas laborales específicas en convenios culturales.

Al contrastar los tres ejes, emergen convergencias claras: en todos los casos, las plataformas concentran poder económico y simbólico mediante el control de datos, algoritmos y audiencias. Los marcos regulatorios europeos avanzan en transparencia y acceso a datos, pero no resuelven los déficits de redistribución, diversidad y protección laboral. La tensión central identificada es, por tanto, entre la eficiencia económica de las plataformas y la sostenibilidad cultural de los ecosistemas creativos.

Desde una perspectiva metodológica, la aplicación de matrices comparativas permitió identificar que los marcos regulatorios abordan parcialmente los mecanismos (segmentación, trazabilidad, supervisión), pero no los efectos socioculturales (pluralismo, compensación, legitimidad laboral). Esta brecha metodológica coincide con las advertencias de Jasanoff (2004) sobre la necesidad de analizar la co-producción sociotécnica de normas y tecnologías, y con la propuesta de Bacchi (2009) de examinar cómo los problemas son representados en las políticas.

En relación con la primera pregunta de investigación, el análisis confirma que la IAG, en interacción con la plataformización, consolida un régimen en el que la atención y los datos se convierten en recursos estratégicos capturados por plataformas globales. Los marcos normativos europeos mitigan ciertos abusos, pero no redistribuyen ingresos ni garantizan por sí mismos la diversidad cultural.

En relación con la segunda pregunta, los resultados muestran una crisis de adecuación del derecho de autor. El régimen de propiedad intelectual no ofrece respuestas claras ante el entrenamiento masivo con obras protegidas, la autoría híbrida ni la compensación a creadores. Sin reformas que incorporen licencias colectivas, trazabilidad y nuevos criterios de originalidad, los derechos de autor corren el riesgo de volverse insuficientes frente a la IAG.

Finalmente, respecto a la tercera pregunta, se constata un incremento de la precarización y una necesidad creciente de gobernanza laboral. La IAG reconfigura el trabajo creativo, generando tanto oportunidades como riesgos. Sin mecanismos de protección laboral adaptados a la era algorítmica, los creadores quedan expuestos a precarización, pérdida de reconocimiento y dependencia creciente de reglas opacas definidas por plataformas.

## Distribución de trabajo y orden de autoría

Fernando Checa: Definición de las características del artículo. Revisión de la literatura. Redacción de introducción, metodología, revisión global de redacción final y la bibliografía. Víctor Núñez Fernández: Redacción de resultados, discusión y conclusiones. Revisión global de redacción final.

## Referencias bibliográficas

- Agustín-Lacruz, C., & Gómez-Díaz, R. (2021). En el laberinto de las plataformas VOD: Un estudio comparativo de Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 32, e79113. <https://doi.org/10.5209/cdmu.79113>
- Ardeliya, V. E., Taylor, J., & Wolfson, J. (2024). Exploration of artificial intelligence in creative fields: Generative art, music, and design. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 4(1), 40-46. <https://doi.org/10.34306/ijcitsm.v4i1.149>
- Bacchi, C. (2009). *Analysing policy: What's the problem represented to be?* Pearson.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Burrell, J. (2016). How the machine 'thinks': Understanding opacity in machine learning algorithms. *Big Data & Society*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2053951715622512>
- Calleja Reina, M. R. (2024). La inteligencia artificial y su derivada en los derechos de propiedad intelectual en la cultura: retos y amenazas. *Periférica Internacional. Revista para el Análisis de la Cultura y el Territorio*, 24. <https://doi.org/10.25267/Periferica.2023.i24.06>
- Casilli, A. (2019). *En attendant les robots: Enquête sur le travail du clic*. Seuil.
- Cetina Presuel, R. (2024). Imitadores estadísticos: La cuestión de la autoría y la inteligencia artificial generativa. Una visión comparada entre el derecho de autor de EE.UU. y la Unión Europea. *Inteligencia Artificial*, 27(73), 14-37. <https://doi.org/10.4114/intartif.vol27iss73pp14-37>
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.

- Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. NYU Press.
- Eriksson, M., Fleischer, R., Johansson, A., Snickars, P., & Vonderau, P. (2019). *Spotify teardown: Inside the black box of streaming music*. MIT Press.
- Escudero, C. (2020). El análisis temático como herramienta de investigación en el área de la Comunicación Social: Contribuciones y limitaciones. *La Trama de la Comunicación*, 24(2), 89-100. <https://doi.org/10.35305/lt.v24i2.746>
- Fernández-Castrillo, C. (2024). Maquinolatría y creatividad poshumana entre futurismo, arte generativo e inteligencia artificial. *Artnodes: Revista de Arte, Ciencia y Tecnología*, 34, 1-8. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i34.427415>
- Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: Its nature, scope, limits, and consequences. *Minds and Machines*, 30(4), 681-694. <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09548-1>
- Fuchs, C. (2022). *Digital capitalism*. Routledge.
- García Álvarez, B. (2021). Las plataformas audiovisuales de streaming y la competencia. *Revista de Estudios Europeos*, 78, 203-223. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48582>
- Gervais, D. (2020). The machine as author. *Iowa Law Review*, 105(5), 2053-2081. <https://ssrn.com/abstract=3359524>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Gómez-Pérez, F. J., Castro-Higueras, A., & Pérez-Rufí, J. P. (2022). Netflix y la producción de cine español: Políticas audiovisuales y relaciones con la estructura de la producción de cine español. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 27(53), 145-164. <https://doi.org/10.1387/zer.23784>
- Gomez-Urbe, C. A., & Hunt, N. (2015). The Netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 6(4), 1-19. <https://doi.org/10.1145/2843948>
- Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2020). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*, 36(3), 1-15. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>
- Hesmondhalgh, D. (2019). *The cultural industries* (4th ed.). Sage.
- Innerarity, D. (2024). Defensa y crítica de la gobernanza algorítmica. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 138, 11-25. <https://doi.org/10.24241/rcai.2024.138.3.11>
- Jara, N. (2024). Reflexiones sobre la plataformización de la cultura y la creación independiente en la era digital. *Revista de Sociología*, 39(1). <https://doi.org/10.5354/0719-529X.2024.75739>
- Jasanoff, S. (2004). *States of knowledge: The co-production of science and social order*. Routledge.
- Jiménez Cárdena, N. J. (2024). El uso transformador de las empresas de IA: Entre la libertad creativa y los derechos de propiedad intelectual. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 40, 1-11. <https://doi.org/10.7238/idp.v0i40.421926>
- Johnson, D. (Ed.). (2022). *From networks to Netflix: A guide to changing channels* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099499>
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479882281.001.0001>
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solutions*. Klagenfurt.
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest*. Columbia University Press.
- Passoth, J. H. (2020). Music, recommender systems and the techno-politics of platforms, data, and algorithms. *TechnoScienceSociety: Technological Reconfigurations of Science and Society* (pp. 157-174). Springer.

- Pasquinelli, M., & Joler, V. (2021). The nooscope manifested: Artificial intelligence as instrument of knowledge extractivism. *AI & Society*, 36 (1), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01097-6>
- Pauner Chulvi, C. (2023). Transparencia algorítmica en los medios de comunicación y las plataformas digitales. *Revista Española de la Transparencia*, 17 Extra, 107-136. <https://doi.org/10.51915/ret.308>
- Prey, R., & Esteve-Del-Valle, M. (2023). The algorithmic network imaginary: How music artists understand and experience their algorithmically constructed networks. *The Information Society*, 40(1), 18-31. <https://doi.org/10.1080/01972243.2023.2274070>
- Presno Linera, M. Á. (2023). La propuesta de «Ley de Inteligencia Artificial» europea. *Revista de las Cortes Generales*, 116, 81-133. <https://doi.org/10.33426/rcg/2023/116/1775>
- Radovanović, B. S. (2022). TikTok and sound: Changing the ways of creating, promoting, distributing and listening to music. *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*, 9, 51-73. <https://doi.org/10.51191/issn.2637-1898.2022.5.9.51>
- Roche, C., Wall, P. J., & Lewis, D. (2023). Ethics and diversity in artificial intelligence policies, strategies and initiatives. *AI and Ethics*, 3(4), 1095-1115.
- Saiz García, C. (2019). Las obras creadas por sistemas de inteligencia artificial y su protección por el derecho de autor. *InDret*, 1. <https://ssrn.com/abstract=3365458>
- Samuelson, P. (2024). Thinking about possible remedies in the generative AI copyright cases. *Communications of the ACM*. Advance online publication. <https://ssrn.com/abstract=4770671>
- Sandvig, C., Hamilton, K., Karahalios, K., & Langbort, C. (2014). Auditing algorithms: Research methods for detecting discrimination on Internet platforms. *Data and Discrimination*, 1, 1-23. <https://ai.equineteurope.org/system/files/2022-02/ICA2014-Sandvig.pdf>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Sage.
- Sedeño-Valdillos, A. (2023). Nuevas lógicas de la producción y recepción musical y convergencias estratégicas en el ecosistema digital. Transformaciones del videoclip musical y auge del livestreaming. *Hipertext.net*, 27, 141-150. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i27.15>
- Spotify. (2023, febrero 22). Introducing DJ: A new AI DJ in your pocket. *Spotify Newsroom*. <https://newsroom.spotify.com/2023-02-22/spotify-debuts-a-new-ai-dj-right-in-your-pocket/>
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vásquez, P. A. R. (2023). Ética de la inteligencia artificial. Recomendación de la UNESCO, noviembre 2021. *Compendium*, 26(50), 1-6. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10271853>
- Waltermann, A. (2021). On the legal responsibility of artificially intelligent agents: Addressing three misconceptions. *Technology and Regulation*, 2021, 35-43. <https://doi.org/10.71265/zyckpp83>
- Wayne, M. L. (2021). Netflix audience data, streaming industry discourse, and the emerging realities of «popular» television. *Media, Culture & Society*, 44(2), 193-209. <https://doi.org/10.1177/01634437211022723>
- Yeung, K. (2018). Algorithmic regulation: A critical interrogation. *Regulation & Governance*, 12(4), 505-523. <https://doi.org/10.1111/rego.12158>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.