

La curación de contenidos en la era digital: ¿Hacia un marco jurídico específico?¹

Paula Sáez Álvarez

Profesora Ayudante Doctor

Universidad CEU Fernando III, CEU Universities

1 Introducción

En los últimos años, el volumen de información disponible en internet ha crecido de manera exponencial, generando una auténtica sobrecarga de información que, en ocasiones, puede llegar incluso a dificultar el acceso a contenidos relevantes y verificados. Este fenómeno ha puesto en valor una práctica emergente y esencial en el entorno digital: la curación de contenidos. Esta actividad consiste en seleccionar, filtrar, organizar y presentar la información procedente de diversas fuentes de manera útil, relevante o creativa para un público determinado. Su desarrollo ha estado impulsado tanto por el avance de las tecnologías digitales como por la necesidad de mejorar la calidad de la información compartida, especial, aunque no exclusivamente en ámbitos como la educación, el periodismo, el *marketing* o la divulgación científica. Las grandes plataformas digitales la consideran una parte esencial de sus modelos de negocio, lo que refuerza su relevancia en el mundo digital contemporáneo.

El presente trabajo surge del interés por comprender el papel que juega la curación de contenidos en la sociedad digital contemporánea, con especial atención a su evolución desde una práctica artesanal ligada al ámbito museístico hasta convertirse en una actividad profesionalizada en el mundo digital que combina tanto competencias técnicas como comunicativas. Aunque ha sido adoptada con éxito por numerosos sectores, la curación de contenidos aún carece de un marco teórico y normativo que la reconozca y regule adecuadamente como una actividad con valor propio, diferenciada tanto de la mera agregación automática como de la creación original.

La estructura del trabajo responde a un enfoque transversal y multidisciplinar. En primer lugar, se delimita el marco conceptual y terminológico de la curación de contenidos, diferenciándola de otros procesos como la agregación, la sindicación o la recopilación algorítmica. En segundo lugar, se abordan sus principales dimensiones desde la perspectiva tecnológica, profesional y comunicativa, prestando especial atención a los métodos empleados por los curadores y a los desafíos éticos y técnicos que plantea la automatización. En tercer lugar, se analiza su tratamiento en el ámbito del derecho de autor, evaluando los vacíos normativos existentes y explorando las posibilidades de protección mediante licencias, derechos conexos o nuevas categorías jurídicas.

A pesar de la creciente importancia de la curación de contenidos en los entornos digitales y su consolidación como una práctica transversal en múltiples sectores, lo cierto es que su tratamiento desde la perspectiva jurídica sigue siendo incipiente.

Mientras que, en campos como la educación, la comunicación o el marketing abundan estudios, metodologías y reflexiones en torno a su desarrollo y aplicación, en el ámbito del Derecho aún no se ha generado una doctrina consolidada ni una jurisprudencia específica que aborde de forma directa los derechos, responsabilidades o posibles figuras jurídicas aplicables a los curadores de contenidos. Esta ausencia ha supuesto una limitación en el presente trabajo, obligando a adoptar una aproximación analítica desde marcos jurídicos más amplios —como el de los derechos de autor, los derechos conexos

¹ Esta publicación se realiza en el marco del Proyecto «Eficiencia tecnológica, dignidad y derechos humanos. ¿Quo vadis, humanidad, en la era de la IA?», Convocatoria de Ayudas a Proyectos de Investigación en Líneas Estratégicas CEU 2024-2025, Coordinación de Universidades CEU (Fundación Universitaria San Pablo CEU).

o la regulación de la inteligencia artificial— con el objetivo de identificar lagunas, posibles interpretaciones y propuestas normativas futuras. Lejos de ser una debilidad, esta carencia pone de manifiesto la necesidad urgente de avanzar hacia una conceptualización legal más precisa de esta figura profesional, que reconozca su papel como agente mediador en la circulación y calidad de la información en la era digital.

2 Acerca de la curación de contenidos

Esta práctica consiste en el análisis y reelaboración de información previamente publicada en internet, aportando habitualmente un punto de vista personal y generando un valor añadido propio. A lo largo de este trabajo nos centraremos en la curación de contenidos, diferenciándola de la curación digital, entendida como la gestión, organización y conservación de conjuntos de datos digitales (*data sets*)².

El término fue acuñado por primera vez hace más de una década en el *Manifesto for the content curator*³, donde se define al curador (o editor de contenidos) como la persona «que criba todo el contenido y selecciona lo mejor y lo que más merece la pena (...) es alguien que continuamente encuentra, agrupa, organiza y comparte en línea los mejores y más relevantes contenidos sobre un tema específico». En este manifiesto, la palabra clave es «continuamente», ya que se espera del curador una tarea constante, al ritmo al que circula la información en internet, lo que plantea un desafío considerable⁴.

Como adelantábamos en la introducción, la curación de contenidos es un concepto estudiado desde un enfoque multidisciplinar, teniendo sus raíces en el ámbito museístico, donde originalmente se ha utilizado para describir el proceso de adquirir, estudiar, conservar y exhibir objetos en un museo. En este contexto, la curaduría tiene dos facetas: la curaduría de museos, que se enfoca en la preservación y la difusión del patrimonio cultural, y la curaduría creativa, que se centra en la construcción de discursos a través de objetos creados por otros. Los curadores de museos no solo preservan los objetos, sino que los interpretan y los presentan de manera que se conecten con el público, facilitando

² GUALLAR, J., HERNÁNDEZ-CAMPILLO, T. R., CODINA, L. «Curación de contenidos en artículos científicos. Categorías y casos», *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 2022, vol. 24, n.º 3, pp. 469-490, p. 470.

³ BHARGAVA, R., «Manifesto for the content curator», 2009, <https://rohitbhargava.com/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future/>.

⁴ La magnitud de datos generados en internet cada segundo es abrumadora y pone de manifiesto la necesidad de procesos eficaces de organización, filtrado y valoración de la información, como la curación de contenidos. Se estima que cada minuto se suben más de 500 horas de vídeo a YouTube, lo que equivale a más de 720.000 horas de contenido nuevo al día, una cantidad imposible de consumir incluso en toda una vida. En Instagram, los usuarios publican diariamente más de 100 millones de fotos y vídeos, mientras que TikTok registra más de mil millones de visualizaciones diarias. Además, se publican alrededor de 7 millones de entradas de blog cada día, se envían más de 347.000 millones de correos electrónicos y se publican 500 millones de tweets. Estas cifras, documentadas en estudios recientes reflejan un ecosistema digital saturado en el que el acceso efectivo a la información de calidad depende, en gran medida, de la intervención humana y herramientas que permitan interpretar y contextualizar los contenidos disponibles; *vid.* SHARMA, A.B., «Content Creation in Transition: Analyzing YouTube, YouTube Shorts, and Facebook's Influence on Content Creators Amidst and Beyond COVID 19», *International Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, vol. 11, núm. 6, junio de 2024, pp. b256-b267; ARRIAGADA, A., IBÁÑEZ, F., ««You Need At Least One Picture Daily, if Not, You're Dead»: Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology», *Social Media + Society*, vol. 6, núm. 3, 2020; BURGESS, J., GREEN, J., *YouTube, Online Video and Participatory Culture*, Cambridge, Polity Press, 2018.

la comprensión de la relación entre la cultura material y los individuos que estos objetos representan⁵. En el ámbito español, el curador equivale a la figura del comisario⁶.

No debemos olvidar que la curación de contenidos se trata de una técnica o especialidad «enfocada en el filtrado o selección de contenidos digitales»⁷, de modo que se requiere cierta profesionalización en este sector. Así, esta actividad puede depender de un profesional⁸ o encargarse a una agencia de curación de contenidos. En efecto, esta *profesionalidad* se explica porque la curación de contenidos implica «dar sentido a los datos»⁹, no se limita a recopilar información para exponerla, sino en saber organizar y seleccionar aquella información por su calidad y fiabilidad. Igualmente, se debe aportar algo nuevo por el curador, de modo que con ello se consiga un valor añadido a la información ya existente. Igualmente, dicha profesionalidad exige que la persona se someta a principios legales y deontológicos¹⁰.

De hecho, si bien existe algunas propuestas sobre los aspectos éticos y profesionales de la curación de contenidos, conviene adelantar que éstas provienen del ámbito privado, ya que a nivel normativo no existe nada al respecto. Entre ellas, destaca *The Definitive Guide to Content Curation*,¹¹ elaborada por la empresa Curata. Esta guía ofrece una visión detallada del proceso de selección, organización y difusión estratégica de contenidos digitales, especialmente orientada al marketing. Al tratarse de una iniciativa privada promovida por una compañía especializada en soluciones tecnológicas para la gestión de contenidos, sus herramientas están dirigidas a empresas que buscan optimizar la presencia digital de las empresas. En consecuencia, esta guía carece de valor jurídico o normativo, por lo que sus recomendaciones deben entenderse dentro del marco de una propuesta técnica y comercial, sin implicaciones legales directas en materia de derechos de autor o políticas públicas de información. No obstante, no sería la primera vez, sobre todo en el Derecho mercantil, en la que la iniciativa privada se antepone a una regulación jurídica sobre un tema.

Sobre la base de esta guía, en primer lugar, la curación de contenidos en un entorno digital caracterizado por la sobreabundancia informativa destaca por su función. En este contexto, se necesitan fuentes fiables y relevantes. La curación de contenidos permite, según esta perspectiva, seleccionar y presentar información pertinente que contribuya a reforzar la autoridad de una empresa, su marca, mejorar su posicionamiento SEO¹²,

⁵ ROJO BETANCUR, F. A. (2015). «El rol del curador en el museo frente al arte contemporáneo y las nuevas tecnologías». *Artes, la revista*, vol. 14, n.º 21, pp. 18-36, p. 20.

⁶ Como igualmente recoge CIPOLLONE, M. D., «Las nuevas tecnologías en la educación y los curadores digitales», *Diálogos Pedagógicos*, vol. XIX, núm. 38, octubre 2021-marzo 2022, pp. 37-46, p. 37.

⁷ GUALLAR, J., CODINA, L., ABADAL, E. «La investigación sobre curación de contenidos: análisis de la producción académica», *Ibersid*, 2020, vol. 14, n.º 1 (ene.-jun.), pp. 13-22, p. 14.

⁸ En la misma opinión, HERNÁNDEZ CAMPILLO, T.R., CARVAJAL HERNÁNDEZ, B.M., LEGAÑO FERRÁ, M.Á., CAMPILLO TORRES, I., «La curación de contenidos como competencia profesional en el bibliotecario universitario cubano», *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 2021, vol. 17, núm. 3, pp. 133-146.

⁹ CIPOLLONE, M. D., «Las nuevas tecnologías en la educación y los curadores digitales», *cit.*, p. 37.

¹⁰ En la misma opinión, HERNÁNDEZ RUIZ, A., «La formació jurídica i deontològica en el currículum del curador de continguts (content curator)», *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 2016, núm. 37.

¹¹ DESHPANDE, P., «The Definitive Guide to Content Curation», *Curata Blog*, 2013, <https://curata.com/blog/the-definitive-guide-to-content-curation/>.

¹² El SEO (*Search Engine Optimization*), también conocido como posicionamiento en buscadores, consiste en un conjunto de estrategias orientadas a mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados que ofrecen los motores de búsqueda. Estos motores funcionan recuperando información de sus bases de datos en función de las palabras clave introducidas por el usuario. A menudo, los contenidos se adaptan específicamente para mejorar su eficacia en determinados buscadores; por ejemplo, existe un SEO

generar oportunidades de captación de clientes (*leads*) y complementar las estrategias de comunicación en blogs, boletines y redes sociales.

En segundo lugar, la curación de contenidos implica generar valor, distinguiéndose de otros procesos similares como la agregación automática (aspecto que analizaremos más adelante). Este proceso combina esta búsqueda, organización, anotación y difusión de contenido digital relevante, siempre con la intervención de un criterio humano que añade contexto, interpretación o valor. Esta intervención distingue la curación de un simple listado o recopilación de enlaces, dotándola de intencionalidad y coherencia discursiva.

En tercer lugar, atendiendo a la guía previamente mencionada, la curación puede ser un elemento clave de la integración estratégica en los planes de marketing de contenidos empresariales. Propone un modelo de distribución en el que aproximadamente un 65% del contenido sea original, un 25% curado y un 10% sindicado. Esta proporción busca un equilibrio entre la creación de valor propio y la incorporación de otras voces o perspectivas relevantes, contribuyendo a mantener un flujo constante de publicaciones sin necesidad de generar contenido desde cero de forma permanente. En relación con este punto, algún autor señala que el curador de contenidos ha de seguir una serie de pautas, como limitar el número de artículos extremos de una sola fuente, no reproducir o republicar el contenido original íntegro elaborado por otros autores, identificar las fuentes del contenido original, incorporar «en un lugar destacado» la fuente o el enlace a la misma del contenido original, etc.¹³.

Con el fin de conocer más acerca de la curación de contenidos, estudiaremos de modo breve qué métodos puede utilizar el curador de contenidos para cumplir su tarea.

A saber, en primer lugar, hallamos la agregación de contenidos (*aggregation*); a través de ella se compilan los contenidos en un espacio concreto. Tras esa recopilación, es necesaria la presentación de la información sobre dicho tema, así como los contextos en los que se ubica dicha información¹⁴. Exige una labor de filtraje, de selección, pero no una elaboración explícita. El contenido se plasma muchas veces en forma de listado o de *ranking*. En efecto es la forma más sencilla y ya casi obsoleta de hacer curación de contenidos¹⁵. De hecho, esta tarea ya se encuentra en muchas ocasiones automatizada o realizada por métodos de inteligencia artificial, reflexión en la que profundizaremos más adelante.

Una expresión de esta forma de curación de contenidos la encontramos en los boletines de noticias o *newsletters*, que no sólo difunden información, sino que actúan como filtros personalizados de contenidos relevantes¹⁶. Su estructura —frecuente, temática, resumida y seleccionada por autores reconocibles— les confiere una función clave en la gestión de la sobrecarga informativa digital. Esto convierte a las *newsletters* en un formato óptimo para la curación de información de calidad para empresas que deseen dar a conocer sus novedades.

orientado exclusivamente a Google, aunque estas técnicas suelen ser válidas también para otros motores de búsqueda.

¹³ HERNÁNDEZ RUIZ, A., «La formació jurídica i deontològica en el currículum del curador de continguts (content curator)», *cit.*

¹⁴ DE BENITO CROSETTI, B., DARDER MESQUIDA, A., LIZANA CARRIÓ, A., MARÍN JUARROS, V., MORENO GARCÍA, J., SALINAS IBÁÑEZ, J. «Agregación, filtrado y curación para la actualización docente», *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, n.º 42, enero 2013, pp. 157-169, p. 158.

¹⁵ En efecto, algún autor no la reconoce como técnica de curación; *vid.* GODOY-RODRÍGUEZ, C. «La curación de contenidos digitales. Competencia indispensable para los docentes del siglo XXI», *Delectus*, 2018, año 1, n.º 1, pp. 51-65, p. 60.

¹⁶ CASCÓN KATCHADOURIAN, J.D., BOTÉ-VERICAD, J.J., GUALLAR, J., «Curación de información con marca de autor: análisis de newsletters independientes», *Ibersid: revista de sistemas de información y documentación*, 2022, vol. 16, núm. 1, pp. 41-53, p. 42.

En segundo lugar, encontramos la destilación (*distillation*), consistente en realizar un resumen o en reelaborar la información para ofrecer únicamente los puntos más importantes. Igualmente, en organizar los datos en un formato simplificado, resaltando las ideas más relevantes para compartirlas posteriormente¹⁷.

En tercer lugar, el curador puede realizar la tarea de la elevación (*elevation*) que implica la búsqueda de nuevas tendencias a partir de la observación de lo que se publica. Algunos autores consideran que esta información se comparte «en 140 caracteres, imágenes desde el móvil o en redes sociales»¹⁸. Tal afirmación puede cumplirse en algunas ocasiones, cuando se basa en la expansión de los caracteres de los *tweets*, pero en otras la extensión es mayor o no se produce a través de redes sociales.

A raíz del contexto de la elevación de contenidos, han surgido nuevas ocupaciones, como la de cazador de tendencias o *coolhunter*, que se dedica a la curación de contenidos mediante la observación y el análisis de las tendencias emergentes, con el objetivo de prever cuáles acabarán por imponerse. Esta profesión se relaciona con la búsqueda de nuevos nichos de mercado y obtener información con el fin de transformarla económicamente; inicialmente desempeñada en el mundo de la moda¹⁹, ha evolucionado a otros ámbitos empresariales. Otra denominación utilizada para esta labor es *trendspotting*, un término que también hace referencia a la capacidad de identificar las tendencias clave antes de que se generalicen²⁰.

En cuarto lugar, encontramos la mezcla de contenidos (*mashup*), tradicionalmente vinculada al ámbito musical²¹. Esta técnica persigue enriquecer las aportaciones de contenidos ajenos con una interpretación personal, de modo que el límite entre estos contenidos y la elaboración propia es una línea muy difusa. Un ejemplo de este proceso es la dinámica colaborativa de Wikipedia, donde diferentes contribuyentes combinan y contrastan diversas fuentes para construir un conocimiento colectivo²².

En quinto y último lugar, hallamos la cronología. Esta técnica parte de la ordenación temporal de contenidos previos, para lo que se elabora una recopilación histórica de los mismos; de este modo, se visualiza la evolución de un concepto o tema específico. La curación de contenidos mediante cronologías no solo facilita la comprensión de un tema, sino que también enriquece el debate al integrar y reconocer las aportaciones de otros expertos que han reflexionado profundamente sobre cuestiones relacionadas²³.

En virtud de lo anterior, recuperamos lo ya comentado sobre la profesionalización del curador de contenidos, pues requiere un proceso estructurado que garantice la calidad y pertinencia de la información que se difunde. Este proceso puede dividirse, al menos, en

¹⁷ TORRES BEGINES, C., «El rol del curador de contenidos en educación y su aplicación en el aula universitaria», *Buenas prácticas con TIC en la educación. Una visión desde Iberoamérica*, E. R. GÓMEZ, J. M. RÍOS, J. SÁNCHEZ (Coords.), Universidad de Málaga y Centro Universitario de los Valles, Universidad de Guadalajara, Málaga, 2014, pp. 123-145, p. 129.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ RUIZ, E., «Els blogs de moda i l'street style: del coolhunter al nethunter», *Quadern de les idees, les arts i les lletres*, n.º 187, 2012, pp. 43-45, p. 43; TECNOHOTELEROS, «Coolhunter: Innovar con estilo: identificar tendencias para buscar oportunidades de negocio», *Tecnohotel: revista profesional para la hostelería y restauración*, n.º 452, 2012, p. 54.

²⁰ JONES, S., «"Trendspotting": detectar tendencias de mercado», *Harvard Deusto Marketing y Ventas*, n.º 44, 2001, pp. 36-37; ANDREASSEN, T. W.; LERVIK-OLSEN, L.; CALABRETTA, G., «Trend spotting and service innovation», *Journal of Service Theory and Practice*, vol. 25, n.º 1, 2015, pp. 10-30.

²¹ En la misma opinión, YU, J., BENATALLA, B., CASATI, F., DANIEL, F., «Understanding mashup development», *IEEE Internet Computing*, vol. 12, núm. 5, 2008, pp. 44-52, p. 187.

²² TORRES BEGINES, C., «El rol del curador de contenidos en educación y su aplicación en el aula universitaria», *cit.*, p. 129.

²³ *Ibid.*

tres fases fundamentales²⁴. En primer lugar, la búsqueda y selección de contenido relevante, una etapa en la que el curador debe filtrar grandes volúmenes de información y evaluar su credibilidad, pertinencia y valor en función de las necesidades de su audiencia. En segundo lugar, la organización y contextualización de la información, donde el curador no solo agrupa los datos recopilados, sino que les proporciona coherencia, jerarquiza su importancia y los adapta para facilitar su comprensión y aplicabilidad. Finalmente, la tercera fase consiste en compartir y difundir el contenido elaborado a través de diversas plataformas digitales, garantizando su accesibilidad y promoviendo la interacción con la audiencia. Este proceso, cuando es llevado a cabo de manera rigurosa, convierte la curación de contenidos en una disciplina profesional que aporta valor a la sociedad al ofrecer información estructurada y de calidad en un entorno digital cada vez más saturado de datos.

Finalmente, cabe añadir que la curación de contenidos empieza a desempeñar un papel en el Marco Europeo de Competencias Digitales (DigComp), que define las habilidades esenciales para desenvolverse en entornos digitales, estructurándolas en términos de conocimientos, habilidades y actitudes. La curación de contenidos implica la capacidad de buscar, filtrar, evaluar y organizar información de manera crítica y efectiva. En un ecosistema donde la sobrecarga informativa y la desinformación son desafíos constantes, DigComp enfatiza la importancia de desarrollar habilidades para distinguir fuentes confiables, verificar datos y gestionar el contenido de manera ética y responsable, tarea propia del curador.

2.1 Ventajas de la curación de contenidos

La tarea de curar contenidos desempeña un papel crucial en un contexto donde la saturación o la infoxicación que produce la información generada en la red es la regla general y donde se manifiesta su rápida caducidad y la incapacidad de los algoritmos de interpretarla correctamente. La curación de contenidos ofrece diversas ventajas tanto para los usuarios como para los creadores de información²⁵. Así, permite la organización de grandes volúmenes de información de acuerdo con las necesidades y características específicas de clasificación y acceso de los usuarios. La curación de contenidos involucra una serie de prácticas que optimizan la forma en que la información se clasifica, accede y comparte, como la incorporación de una gran variedad de tipos de contenidos y fuentes. Esto facilita la creación de colecciones que abarcan una amplia gama de perspectivas y recursos, lo que resulta valioso para los usuarios que buscan contenido relevante y diverso.

La curación de contenidos ofrece igualmente diversas ventajas estratégicas en el marco de la empresa, especialmente para pequeñas y medianas corporaciones que, debido a limitaciones de recursos, no pueden actualizar constantemente sus publicaciones. En primer lugar, esta práctica permite mantener la relevancia en las plataformas digitales al publicar contenidos de calidad, lo que, a su vez, aporta valor a las redes sociales de la empresa. En segundo lugar, incorporar contenidos de autores reconocidos o *influencers* con una amplia audiencia no solo enriquece la información compartida, sino que también refuerza la credibilidad de la empresa. En tercer lugar, la curación de contenidos facilita el seguimiento de tendencias relacionadas con la promoción de productos o servicios, adaptando así las estrategias de marketing a los intereses actuales del público. En cuarto

²⁴ GONZÁLEZ BAÑALES, D. L., BERMEJO ANDRADE, H. P., «La curación de contenidos: una alternativa para el análisis de tendencias utilizando el conocimiento socialmente producido», *cit.*

²⁵ HERTHER, N.K., «Content Curation: a look at some of the best», *Searcher: the magazine for Database professionals*, octubre de 2012, pp. 26-35.

lugar, al optimizar las búsquedas SEO a través de la reelaboración de contenidos, la curación contribuye a mejorar el posicionamiento web, evitando las penalizaciones por contenido duplicado. Respecto a esto último, los motores de búsqueda como, por ejemplo, Google, priorizan el contenido original y útil. Si detectan que el mismo contenido aparece en varias páginas de diferentes sitios, lo consideran duplicado y pueden penalizar esas páginas bajando su visibilidad en los resultados de búsqueda (posicionamiento SEO). Esta penalización se produce porque estos motores buscan ofrecer la información más relevante y variada a los usuarios, evitando que los resultados de búsqueda se saturen con contenido repetido. Sin embargo, en ocasiones esta selección de contenido puede resultar contraproducente²⁶. La curación de contenidos, cuando se hace adecuadamente, no solo selecciona y organiza información, sino que también agrega valor mediante la reestructuración, el análisis y la interpretación, lo que genera contenido único. Esto mejora el posicionamiento web al evitar duplicaciones y al mismo tiempo proporciona valor añadido, lo que beneficia tanto al SEO como a la experiencia del usuario.

La curación de contenidos no es un simple proceso de recopilación de información, sino una actividad que conlleva un esfuerzo creativo y un claro valor añadido²⁷. A diferencia de la agregación automatizada de datos, la curación requiere una selección crítica, una reelaboración significativa y una estructuración coherente del contenido, lo que implica decisiones complejas e innovadoras. Un curador no solo filtra la información relevante, sino que también la contextualiza, la analiza y la adapta a un público específico, dotándola de una nueva perspectiva y facilitando su comprensión. Este proceso, que combina conocimientos especializados con criterio editorial, convierte a la curación en una tarea intelectual que merece reconocimiento. Además, en un entorno saturado de datos e información efímera, la curación de contenidos se erige como una herramienta esencial para garantizar la calidad, la pertinencia y la accesibilidad del conocimiento, consolidándose de esta manera como una actividad de alto valor en el ecosistema digital. La curación de contenidos implica una labor intelectual que va más allá de la simple recolección de información; sin embargo, la falta de reconocimiento legal y protección jurídica puede desmotivar a los profesionales que se dedican a esta actividad, ya que su trabajo puede verse apropiado sin restricciones por terceros sin que se les reconozca su aporte. De hecho, éste es uno de los factores clave en la protección de la propiedad intelectual e industrial: fomentar la creación e innovación. En virtud del artículo 20.1, letra b), de la Constitución Española²⁸ (CE en adelante), nuestro Ordenamiento jurídico protege el derecho «A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica»²⁹. Si se estableciera un marco legal que otorgara derechos de autor o algún tipo de reconocimiento a los curadores de contenidos, se incentivaría una mayor producción y calidad en este ámbito. Al igual que ocurre con otras creaciones intelectuales, la seguridad jurídica permitiría a los curadores obtener beneficios económicos y profesionales por su trabajo, promoviendo así un ecosistema de información más estructurado, confiable y enriquecedor. Esta protección podría traducirse en la generación de más contenido

²⁶ NAVARRO, M. N., «Penalizaciones de Google: cómo destruir nuestro posicionamiento en buscadores», *Oikonomics*, 2019, núm. 11, pp. 36-41.

²⁷ GONZÁLEZ BAÑALES, D. L., BERMEJO ANDRADE, H. P., «La curación de contenidos: una alternativa para el análisis de tendencias utilizando el conocimiento socialmente producido», XV Congreso Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica, 2013.

²⁸ *Constitución Española*, [https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1)/con).

²⁹ Igualmente, se manifiesta la obligación estatal de garantizar y promover la conservación el enriquecimiento «del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España y de los bienes que lo integran, cualquiera que sea su régimen jurídico y su titularidad. La ley penal sancionará los atentados contra este patrimonio», ex artículo 46 de la CE.

original y mejor elaborado, fomentando la innovación y asegurando que los profesionales dedicados a la curación puedan seguir desarrollando su labor sin el temor de que su esfuerzo sea explotado sin retribución.

Por otro lado, la curación permite la compartición de información a través de múltiples canales, lo que amplifica su alcance y facilita la interacción con los usuarios. Los mecanismos de *feedback* y la posibilidad de medir la «popularidad» de los temas a través de las plataformas de distribución permiten a los curadores afinar su enfoque y adaptarse mejor a las demandas del público. A esto se añade la disponibilidad de una gran variedad de herramientas en línea, tanto gratuitas como de pago, que permiten a los curadores realizar su labor de manera más eficiente y con mayor precisión.

Estas características demuestran que la curación de contenidos no solo optimiza la distribución de información, sino que también favorece la interacción social y la participación de los usuarios, mejorando la calidad de los contenidos y su accesibilidad en entornos digitales cada vez más complejos.

2.2 Retos en la protección de los contenidos curados

En este epígrafe, abordaremos los inconvenientes en la curación de contenidos, una práctica que, a pesar de sus beneficios y ventajas, presenta desafíos y riesgos que merecen un mayor análisis.

En primer lugar, cabe destacar la falta de originalidad que caracteriza muchas curaciones, lo que puede generar una sobreabundancia de contenido repetido y, en algunos casos, superficial. A este respecto, mencionaremos el caso *Associated Press v. Meltwater U.S. Holdings, Inc.*³⁰. En este supuesto, la cooperativa de noticias Associated Press demandó a Meltwater U.S. Holdings, un servicio de seguimiento de noticias. La demandante, propietaria de los derechos de autor de más de dos mil artículos de noticias que emitía diariamente, alegó que Meltwater infringía sus derechos de autor. Esto se debía a que el servicio de Meltwater, mediante un sistema automatizado que rastreaba internet, creaba un índice de contenido de aproximadamente 162.000 sitios web seleccionados, permitiendo a sus clientes buscar, archivar y distribuir extractos de artículos. Como se puede observar, según lo anteriormente explicado sobre la curación de contenidos, esta práctica podría considerarse como tal, siguiendo un método de destilación o cronología. De hecho, la empresa Meltwater no contradujo la validez de los derechos de autor de Associated Press, pero alegó que su actividad era legal bajo la doctrina del uso legítimo (*fair use*).

En la sentencia, el tribunal desestimó la defensa de Meltwater basada en el uso legítimo, ya que determinó que el uso de Meltwater no era transformador. En lugar de ofrecer comentarios o ideas nuevas sobre el contenido, Meltwater simplemente capturaba y volvía a publicar automáticamente fragmentos de texto de los artículos de Associated Press sin añadir ningún valor. De hecho, el tribunal concluyó que la cantidad y sustancialidad del contenido copiado, incluyendo entre el 4,5% y el 61% de los artículos. Además, en el análisis del uso legítimo³¹, que considera el efecto en el mercado, favoreció a Associated Press, ya que Meltwater competía directamente con ellos sin pagar por las licencias necesarias para el uso del contenido, obteniendo una ventaja competitiva desleal. Este caso expone cómo la curación de contenidos, cuando no implica un valor añadido significativo o transformador, puede ser considerada una infracción de derechos

³⁰ 931 F. Supp. 2d 537 (S.D.N.Y. 2013).

³¹ Cuyos cuatro factores para valorar ya han sido estudiados previamente en SÁEZ ÁLVAREZ, P., «El artículo 17 de la «Directiva copyright»: el caso de YouTube», *Responsabilidad, economía e innovación social corporativa*, Marcial Pons, Madrid, 2021, pp. 432-452.

de autor, debido precisamente a esa falta de originalidad y de valor añadido que aporta la curación.

En segundo lugar, otro de los retos de la curación de contenidos, cuando no se realiza con criterios claros y transparentes es que puede generar sesgos que afectan la calidad y diversidad de la información disponible para los usuarios. Un caso ilustrativo es el de la plataforma Twitter, actualmente X, bajo la dirección de Elon Musk.

Existen varios factores que contribuyen a estos sesgos informativos³². Para comenzar, uno de los aspectos más señalados es el papel de los algoritmos en la visibilidad del contenido. Sin perjuicio de que estudiemos más adelante el papel de la «inteligencia artificial» (IA en adelante) en relación con la curación de contenidos, X ha dado prioridad a los usuarios de pago de Twitter Blue³³, lo que ha provocado que ciertos mensajes, incluidos aquellos con discursos de odio y desinformación, sean amplificadas sin criterios para su moderación, pues una de las funciones de esta suscripción es tener una posición prioritaria en las conversaciones y en las búsquedas. De hecho, un informe publicado por el *Center for Countering Digital Hate* (CCDH) en agosto de 2024 reveló que el 99% de los mensajes de odio publicados por cuentas con suscripción de pago no fueron moderados por la plataforma. Por otro lado, X elimina ciertos contenidos, aunque no basándose únicamente en la violación de normas comunitarias, sino en respuesta a intereses personales o políticos. Por ejemplo, casos como la censura de publicaciones sobre la persecución de minorías en India o la reinstauración de cuentas previamente eliminadas por discurso de odio muestran cómo la curación de contenido puede utilizarse de manera selectiva, favoreciendo ciertas narrativas mientras se silencian otras. Según dicho informe, la plataforma X permitió la monetización de publicaciones procedentes de cinco cuentas británicas que difundieron desinformación y discursos de odio tras el ataque en Southport³⁴. Estas cuentas generaron más de 260 millones de visualizaciones en apenas una semana, pese a contener afirmaciones falsas sobre la identidad del agresor y mensajes abiertamente islamófobos. Esta situación evidencia cómo los algoritmos de redes sociales, lejos de filtrar contenidos veraces, pueden amplificar mensajes manipulados si estos generan interacción.

La difusión masiva de contenidos sesgados no solo afecta a la opinión pública, sino que puede tener consecuencias directas en la convivencia social y en el incremento de la polarización ideológica. En una investigación realizada sobre el discurso de odio en Twitter dirigido a políticos españoles se puso el foco en el sesgo de género en las agresiones por medio de esta plataforma³⁵. Uno de los hallazgos clave de este trabajo es que, aunque tanto hombres como mujeres reciben ataques, las mujeres políticas son descalificadas con insultos sexistas y misóginos³⁶. El sesgo de sexo es uno de los más habituales en la curación de contenidos como se pone de manifiesto en el mencionado

³² Entrevista realizada en *Democracy Now!* a Imran Ahmed, CEO del *Center for Countering Digital Hate*, y Nora Benavidez, directora de *Digital Justice and Civil Rights* en Free Press, 3 de agosto de 2023.

³³ Twitter Blue es un servicio de pago de la plataforma X que, desde diciembre de 2022, habilita a los usuarios para obtener la verificación y el distintivo azul; HAMAN, M., ŠKOLNÍK, M., «The unverified era: politicians' Twitter verification post-Musk acquisition», *Journal of Information Technology & Politics*, 2025, vol. 22, núm. 2, pp. 167-171, pp. 161, 169.

³⁴ BBC News, Merseyside, «Muere una tercera niña por el ataque con arma blanca en un taller infantil en el que otros 4 menores resultaron gravemente heridos en Reino Unido», BBC News Mundo, <https://www.bbc.com/mundo/articles/cz5rzny8vdjo>.

³⁵ BLANCO-ALFONSO, I., RODRÍGUEZ-FERNÁNDEZ, L., ARCE-GARCÍA, S., «Polarización y discurso de odio con sesgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter», *Revista de comunicación*, 2022, vol. 21, núm. 2, pp. 33-50.

³⁶ *Ibid.*, p. 44.

estudio «las normas culturales y los prejuicios pueden influir en la curación de conjuntos de datos»³⁷.

Las decisiones sobre qué contenido se amplifica y cuál se suprime pueden influir directamente en la percepción pública de los acontecimientos y en la construcción del debate social. Por ende, quién realiza la curación de contenidos resulta clave para evitar o, por el contrario, fomentar sesgos ideológicos.

En tercer lugar, esta práctica puede plantear problemas en el acceso a las fuentes primarias. Cuando los curadores compilan información sin citar adecuadamente las fuentes originales, pueden obstaculizar el acceso a la información primigenia. Si se restringe el uso y la distribución de materiales protegidos, se dificulta el acceso libre a información que, en otras circunstancias, sería fácilmente accesible para el público. No obstante, esta limitación no implica necesariamente la imposibilidad de acceder a los contenidos originales. En muchos casos, las personas pueden acceder a los materiales de manera directa y sin intermediarios, visitando las fuentes primarias, ya sea a través de sitios web de medios de comunicación, bibliotecas digitales o bases de datos académicas, donde los contenidos protegidos están disponibles bajo licencias específicas o mediante compra directa. Así, en nuestra opinión, queda en cada persona la responsabilidad de acceder a la información de primera mano, ofreciendo una alternativa que preserva tanto los derechos de los creadores como el acceso del público a fuentes relevantes y verídicas.

3 Derechos de los curadores de contenidos

La curación de contenidos se ha convertido en una práctica habitual en la era digital en la que el volumen de información disponible es abrumador. Sin embargo, esta labor plantea un debate sobre la naturaleza del trabajo del curador, pues plantea la cuestión de si debe ser reconocido como un autor con derechos sobre su curación o de si su papel es meramente el de intermediario.

Sin tratar aquí de realizar una investigación exhaustiva sobre los derechos de autor, conviene plasmar una reflexión que nos sirva de guía para la curación de contenidos. La Ley de Propiedad Intelectual (LPI en adelante)³⁸ establece una serie de límites a los derechos exclusivos del autor, que permiten la utilización de obras sin necesidad de su consentimiento expreso en determinados supuestos legalmente tasados³⁹. Entre ellos, destaca el derecho de copia privada (art. 31.2), que permite la reproducción para uso personal del copista, siempre que provenga de una fuente lícita y no exista ánimo de lucro. Asimismo, se contempla la excepción para la cita y la reseña (art. 32.1), que permite la inclusión de fragmentos de obras ya divulgadas con fines de análisis, crítica o comentario, siempre que se indique la fuente y la autoría. Igualmente, la ley permite la parodia (art. 39) cuando no exista riesgo de confusión con la obra original ni se cause perjuicio al autor. Otras excepciones relevantes incluyen la reproducción de obras situadas permanentemente en la vía pública (art. 35.2), determinados usos con fines educativos o científicos (art. 32.3) o la ejecución de obras durante actos oficiales o ceremonias religiosas sin ánimo de lucro (art. 36).

³⁷ MARTÍNEZ-LANDA, C.H., «Implementación de NLP y análisis temático para la detección de sesgos de género», Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Jesuita de Guadalajara, México, 2024, p. 37.

³⁸ Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, *por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia*, publicado en «BOE» núm. 97, <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/1996/04/12/1/con>.

³⁹ A lo que anteriormente se ha hecho referencia como uso legítimo.

Fuera de estos supuestos expresamente previstos en la norma, cualquier reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de una obra requerirá el consentimiento previo y expreso de su autor o titular de derechos.

Los curadores de contenidos desempeñan un papel fundamental en la organización, selección y presentación de información relevante para distintos públicos y que, además, generan contenido nuevo. *Lege ferenda*, consideramos que, al menos, deberían considerarse los siguientes derechos a los curadores. En primer lugar, el reconocimiento de su derecho moral de su condición de autor de la obra, al menos en la parte que le corresponda como curador o contenido propio (art. 14 LPI⁴⁰). Esto conllevaría que el curador sea citado o reconocido como la fuente que organizó y estructuró la información. En segundo lugar, debe reconocérsele su remuneración en los casos que proceda, es decir, cuando curación de contenidos sea un servicio con valor económico.

En Estados Unidos se planteó el caso *Perfect 10, Inc. v. Google, Inc.* (2007) que, si bien no hace referencia directa a la curación de contenidos, sí tiene implicaciones para la discusión sobre los derechos de los curadores. Este caso aborda la distribución de fragmentos de material protegido sin infringir derechos de autor, lo que se relaciona con las prácticas comunes en la curación de contenidos. Como hemos comentado previamente, los curadores a menudo seleccionan artículos, videos o imágenes relevantes de diversas fuentes y las compilan en una lista o resumen accesible, sin ofrecer el contenido completo. Igualmente, crean «listas de lectura» o boletines de noticias, donde se incluyen fragmentos de textos acompañados de enlaces a los artículos originales. En el supuesto, la empresa Perfect 10 presentó una demanda contra Google por mostrar miniaturas (*thumbnails*) de las imágenes de su página en su buscador de imágenes enlazándolas con sitios web con contenían las imágenes a tamaño completo, sin autorización; con ello alegaban una violación de su propiedad intelectual.

El tribunal reconoció que Google realizaba una reproducción directa de las imágenes en miniatura, dado que las almacenaba en sus propios servidores y las mostraba en los resultados de búsqueda. No obstante, concluyó que este uso era susceptible de protección bajo la doctrina del *fair use*. El uso de fragmentos de contenido puede considerarse uso legítimo (*fair use*) en determinadas circunstancias, por ejemplo, cuando se utilizan de manera que no reproduzcan íntegramente el contenido original, sino que se presentan como parte de un proceso de intermediación o acceso. El uso de Google fue considerado transformador, ya que no replicaba la función original de las imágenes (comercialización estética) sino que las usaba con un propósito informativo⁴¹.

Como hemos señalado, este caso no es completamente aplicable a la curación de contenidos ya que, para entonces, ni siquiera se había definido este concepto. Igualmente, porque la curación implica una acción humana que selecciona, organiza y comenta contenido de terceros con un fin informativo o editorial, normalmente con valor añadido. El caso *Perfect 10. v. Google*, se centra en el funcionamiento automatizado de un motor de búsqueda que indexa, enlaza y muestra contenidos alojados por otros (sin intervención humana editorial directa). Sin embargo, esta idea nos lleva a una práctica cada vez más

⁴⁰ Artículo 14. Contenido y características del derecho moral. «Corresponden al autor los siguientes derechos irrenunciables e inalienables: (...) 3.º Exigir el reconocimiento de su condición de autor de la obra».

⁴¹ En lo que respectó a las imágenes a tamaño completo, el tribunal adoptó una posición más restrictiva frente a la pretensión de Perfect 10. Señaló que Google no albergaba ni transmitía estas imágenes directamente desde sus servidores, sino que se limitaba a facilitar el código HTML que permitía al navegador del usuario mostrar los contenidos ubicados en sitios de terceros. Esta técnica, conocida como *in-line linking*, fue entendida como ajena a la noción de reproducción directa y, por tanto, no constituía una infracción directa de los derechos de autor en los términos de la legislación estadounidense.

frecuente, que viene a ser la realización de esta actividad por medio de la IA, objeto de análisis más adelante.

3.1 Una posible respuesta en el uso de licencias

La tecnología ha eliminado las barreras tradicionales entre el autor y su público, permitiendo que los creadores de contenido lleguen directamente a su audiencia sin necesidad de recurrir a intermediarios. Este cambio ha impulsado el surgimiento de una nueva ideología que promueve el uso compartido de los recursos: el *copyleft*. Este término hace alusión a un tipo de licencias de *software* libre en el que sus potenciales usuarios sólo pueden utilizarlo en la medida en que lo han recibido⁴²; lo cual, podríamos incluso relacionar con la idea propia del Derecho romano *nemo plus iuris ad alium transferre potest, quam ipse haberet*, es decir, nadie puede transferir a otro más derecho que el que él mismo tenga. Esta corriente del *copyleft*, que contrasta con la tradición del «todos los derechos reservados» en el Derecho de autor, fomenta el acceso libre a las obras, pero con ciertas condiciones que aseguran tanto el derecho del autor como el uso adecuado por parte de otros.

Así, existen determinadas licencias que permiten un uso compartido de los contenidos o de sus obras bajo determinadas condiciones⁴³. Entre ellas, puede destacarse el reconocimiento de la autoría del contenido, mencionado anteriormente o restricciones en el uso comercial de la obra. Es frecuente que en el uso de estas licencias no se permita que la obra sea utilizada para crear obras derivadas. De este modo, podría verse excluida la curación de contenidos, salvo por el hecho de que existe la opción de permitir la creación de nuevas obras derivadas bajo la condición de que se mantenga la misma licencia, lo que se conoce como «producción entre iguales»⁴⁴. En el ámbito de la curación de contenidos, estas licencias podrían resultar útiles en tanto en cuanto reconocen el trabajo de los curadores, quienes crean un valor añadido significativo al seleccionar, organizar y contextualizar información de diversas fuentes. A mayor abundamiento, mediante la aplicación de licencias como Creative Commons, los curadores no solo podrían proteger su trabajo, sino también permitir que otros utilicen, compartan y adapten sus colecciones de contenido bajo las mismas condiciones que garanticen el reconocimiento adecuado de su esfuerzo creativo.

Este enfoque manifiesta la importancia de implementar un modelo de licencia que reconozca el valor intelectual de la curación de contenidos y que brinde protección a los curadores de manera similar a la de los autores tradicionales, favoreciendo un equilibrio entre la libre circulación de información y los derechos de autor.

4 La amenaza de la IA en la curación de contenidos y la intervención humana

La curación de contenidos es una actividad humana que involucra la selección, organización y contextualización de información proveniente de diversas fuentes para ofrecer un valor añadido. Sin embargo, la introducción de algoritmos y sistemas automatizados de IA en este proceso ha generado una creciente preocupación sobre la pérdida de valor humano en este ámbito. La intervención de un experto o curador que

⁴² SAN SEGUNDO MANUEL, R., CODINA CANET, M.A., «Conocimiento abierto: software libre frente a monopolio tecnológico», *A Ciência Aberta o contributo da Ciência da Informação: atas do VIII Encontro Ibérico EDICIC*, Maria Manuel Borges, Elías Sanz Casado (coords.), 2017, ISBN 978-972-8627-76-8, pp. 281-288, p. 284.

⁴³ Siendo la más extendida a este respecto la licencia Creative Commons (CC).

⁴⁴ BOLLIER, D., «El redescubrimiento del procomún», *Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*, n.º 163, 2003 (Ejemplar dedicado a: Conocimiento abierto. Open knowledge), pp. 10-12.

seleccione de manera consciente y crítica los contenidos los contextualice y aporte nuevas perspectivas sigue siendo una contribución fundamental para que la curación sea considerada como una creación intelectual, diferenciándose de una simple agregación automática de información.

Existe una clasificación generalizada de tipos de inteligencia artificial⁴⁵. La IA débil (o estrecha) se limita a realizar tareas concretas para las que ha sido programada, como jugar al ajedrez, sin poseer conciencia o comprensión. En contraste, la IA fuerte (también llamada IA general o profunda) se definiría como aquella capaz de razonar, planificar, aprender, comunicarse en lenguaje natural e integrar todas esas habilidades con un objetivo común. Por último, la súper inteligencia representaría un nivel aún más avanzado, con una capacidad de razonamiento y resolución de problemas incluso superior a la humana, asociada al concepto de *singularidad tecnológica*, un punto en el que la línea entre lo humano y lo artificial se difuminaría por completo. En la actualidad, aún nos movemos en el plano de la IA débil.

La curación de contenidos realizada por inteligencia artificial se apoya, en gran medida, en técnicas de *machine learning* o aprendizaje automático. Esta rama de la IA permite que los sistemas aprendan y mejoren a partir del análisis de grandes volúmenes de datos, sin necesidad de programación explícita para cada tarea⁴⁶. Gracias a algoritmos capaces de detectar patrones, correlaciones o anomalías, estas herramientas pueden clasificar, agrupar, y hasta jerarquizar información según criterios predefinidos o aprendidos. En el contexto de la curación, esto significa que una IA entrenada con ejemplos de contenidos seleccionados por expertos puede replicar —hasta cierto punto— sus decisiones editoriales, seleccionando fuentes relevantes, eliminando ruido informativo o incluso resumiendo contenidos. Así, el *machine learning* se convierte en el motor que permite una automatización creciente en la curación de contenidos digitales, aunque aún queda lejos de igualar el criterio, el contexto y la capacidad interpretativa del ser humano.

Habíamos señalado previamente que uno de los retos de la curación de contenidos pasa por señalar los sesgos del propio curador, que puede conllevar información filtrada de acuerdo con sus principios. Aunque este inconveniente podría subsanarse con una IA que, podríamos pensar, es objetiva, la tesis se refuta cuando los algoritmos utilizados por las empresas mantienen esos sesgos. Así, «El sesgo algorítmico contamina el reconocimiento de patrones y las predicciones basadas en datos. Los algoritmos no son entidades asépticas, imparciales y disociadas de sus creadores e intereses, como así tampoco de los conjuntos de datos con que se los alimenta»⁴⁷. De hecho, varias publicaciones ya constatan los sesgos y la discriminación en herramientas de *machine learning*; por ejemplo, ChatGPT⁴⁸. De hecho, en otro estudio realizado sobre las interacciones de odio en la plataforma Twitter se constató que una parte significativa de los mensajes con este contenido provenían de *bots* —cuentas automatizadas—, de modo que un determinado

⁴⁵ BARRIO ANDRÉS, M., *Manual de Derecho Digital*, 3.ª ed., Tirant Lo Blanch, Valencia, 2020, pp. 56-58.

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ FALIERO, C., «Limitar la dependencia algorítmica. Impactos de la inteligencia artificial y sesgos algorítmicos», *Revista Nueva Sociedad*, 2021, n.º 294, pp. 120-129, pp. 126-127.

⁴⁸ Entre otros, *vid.* MONTALBÁN LÓPEZ, F.; MIRETE RUIZ, A. B., «Detección del sesgo contra personas con diversidad funcional en los textos producidos por CHATGPT», en *Inclusión en entornos educativos: una visión internacional hacia el cambio*, coord. por I. Méndez Mateo, D. E. Cortes Coss, E. Armendáriz Núñez, C. G. Reynaga Peña, S. Liddiard Cárdenas, 2024, págs. 288-289; CORTES OSORIO, J. A., «ChatGPT y el sesgo en las citas científicas», *Scientia et Technica*, 2023, vol. 28, n.º 2, pp. 55-57; NAVARRO DOLMESTCH, R.; FUENTES LOUREIRO, M. Á., «Una aproximación a ChatGPT como herramienta jurídica: sesgos, capacidades y utilidades futuras», *IDP: revista de Internet, derecho y política = revista d'Internet, dret i política*, n.º 39, 2023 (Ejemplar dedicado a: «Digitalització i algoritmització de la justícia»).

discurso ideologizado o de odio puede ser expresado por IA, pero quien actúa *por detrás* es la persona atendiendo al funcionamiento del *machine learning*⁴⁹.

A mayor abundamiento, otro de los principales desafíos en este contexto es la competencia entre curadores humanos y algoritmos automatizados que realizan tareas similares. Mientras que los curadores humanos aportan un conocimiento profundo del tema y pueden contextualizar y analizar los contenidos con criterio, los algoritmos procesan grandes volúmenes de información sin, *a priori*, intervención creativa o crítica. Esto genera una desigualdad, donde los curadores humanos, con un enfoque más selectivo y valioso, compiten contra máquinas que realizan una recopilación masiva y muchas veces impersonal. Del mismo modo se expresan otros autores: «La intervención humana de un experto en la materia o tema de curación, que aporte el criterio necesario para seleccionar contenidos de calidad, contextualizarlos y aportar valor añadido. Esta es la contribución que diferencia la curación de contenidos de una mera agregación automática de contenidos»⁵⁰. De esta idea parte la fundamentación para conseguir una mayor equidad y protección al curador de contenidos. El reconocimiento del valor del trabajo de curación humana frente a las compilaciones automáticas generadas por algoritmos aseguraría una mayor profesionalización del sector y unos contenidos de mayor calidad.

Por otro lado, el uso de algoritmos en la curación de contenidos puede facilitar la creación de colecciones, listas o antologías automáticas sin un análisis profundo, lo que podría derivar en prácticas de plagio, ya que los algoritmos solo recopilan y redistribuyen la información sin considerar su origen o los derechos de autor⁵¹. Amén de lo anterior, los derechos conexos al derecho de autor, como los de los editores y la propiedad industrial, también podrían verse afectados. Si los algoritmos de curación no están regulados adecuadamente, pueden contribuir a la explotación de contenido sin el debido reconocimiento o compensación económica para los autores originales.

En el mismo sentido, cabe mencionar las burbujas de filtro, que han sido definidas por PARISER en 2011 como el aislamiento informativo al que están expuestos los usuarios como consecuencia de las configuraciones algorítmicas de estas plataformas⁵². Dichas configuraciones personalizan el contenido mostrado a los usuarios, creando un entorno digital que refuerza sus creencias e intereses previos, limitando así el acceso a información diversa y contrapuesta⁵³.

La curación automatizada mediante IA está transformando el paisaje de la distribución de contenidos. Los algoritmos que recolectan y distribuyen información sin intervención humana reducen la creatividad involucrada en la curación, limitando su capacidad para ofrecer una visión crítica y renovada de la información. Si bien las máquinas pueden procesar y organizar información de manera eficiente, la falta de creatividad humana impide que se añada un valor significativo y, por ende, objeto de protección jurídica.

A la luz del Reglamento de Inteligencia Artificial de la Unión Europea⁵⁴, algunas prácticas automatizadas han sido expresamente prohibidas cuando implican técnicas subliminales

⁴⁹ BLANCO-ALFONSO, RODRÍGUEZ-FERNÁNDEZ, ARCE-GARCÍA, «Polarización y discurso de odio con sesgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter», *cit.*

⁵⁰ GONZÁLEZ BAÑALES, D. L., BERMEJO ANDRADE, H. P., «La curación de contenidos: una alternativa para el análisis de tendencias utilizando el conocimiento socialmente producido», *cit.*

⁵¹ Lo que ya ha sido previamente estudiado, *vid.* SÁEZ ÁLVAREZ, «El artículo 17 de la «Directiva copyright»: el caso de YouTube», *cit.*

⁵² PARISER, E., *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press, 2011.

⁵³ ROSSI, A. «¿Burbujas de filtro? Hacia una fenomenología algorítmica», *In Mediaciones de la comunicación*, vol. 13, núm. 1, 2018, pp. 263-281, p. 265.

⁵⁴ Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n.º 300/2008, (UE) n.º 167/2013, (UE) n.º 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139

o manipuladoras que alteran de manera sustancial el comportamiento de las personas, provocando o siendo razonablemente probable que provoquen perjuicios considerables⁵⁵. No obstante, la curación de contenidos mediante sistemas de IA —incluso cuando personaliza o prioriza información para el usuario— no entra, en principio, dentro de estas prácticas prohibidas, salvo en casos extremos en los que dicha automatización explote vulnerabilidades individuales o colectivas con consecuencias negativas relevantes. En condiciones normales, la curación automatizada de contenidos se consideraría una práctica lícita, siempre que respete los principios de transparencia, proporcionalidad y no discriminación.

5 Reflexiones sobre el Ordenamiento jurídico español y propuestas

La Directiva 2019/790⁵⁶ y la LPI regulan la protección de obras originales, pero no ofrecen un marco regulatorio, aunque mínimo, sobre la curación de contenidos. Ciertamente, los marcos legislativos en esta materia reconocen los derechos de autor sobre obras creativas originales, dejando fuera aquellas curaciones, aunque aporten un análisis original o un criterio de selección innovador. A mayor abundamiento, el auge de la inteligencia artificial en la curación de contenidos plantea desafíos adicionales ya estudiados: las curaciones automatizadas pueden generar compilaciones de información sin intervención humana significativa, lo que diluye el valor añadido que precisamente justifica la protección legal.

Para abordar estos desafíos se proponen, *lege ferenda*, las siguientes medidas. En primer lugar, con el fin de reconocer ciertos derechos a los curadores de contenidos, sería conveniente establecer una categoría de derechos conexos al derecho de autor que reconozca el valor añadido de la curación de contenidos. Esto permitiría que los curadores obtengan un reconocimiento legal sin que sus derechos interfieran con la libre circulación de la información. De hecho, este planteamiento ya se ha visto previamente en el caso de los editores de prensa y productores audiovisuales, quienes han sido reconocidos con derechos conexos en la mencionada Directiva 2019/790. Este marco legal les otorga el derecho a recibir compensación cuando plataformas digitales reutilizan sus contenidos, estableciendo un precedente sobre cómo ciertos actores que no son los autores originales de una obra pueden, sin embargo, ser reconocidos por su labor de intermediación y difusión de información⁵⁷.

Siguiendo esta lógica, los curadores de contenidos podrían beneficiarse de un modelo similar que reconozca su trabajo en la selección, contextualización y organización de

y (UE) 2019/2144 y las Directivas 2014/90/UE, (UE) 2016/797 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Inteligencia Artificial) (Texto pertinente a efectos del EEE).

⁵⁵ En concreto, el artículo 5 de este Reglamento expone que «Quedan prohibidas las siguientes prácticas de IA: a) la introducción en el mercado, la puesta en servicio o la utilización de un sistema de IA que se sirva de técnicas subliminales que trasciendan la conciencia de una persona o de técnicas deliberadamente manipuladoras o engañosas con el objetivo o el efecto de alterar de manera sustancial el comportamiento de una persona o un colectivo de personas, mermando de manera apreciable su capacidad para tomar una decisión informada y haciendo que tomen una decisión que de otro modo no habrían tomado, de un modo que provoque, o sea razonablemente probable que provoque, perjuicios considerables a esa persona, a otra persona o a un colectivo de personas (...)».

⁵⁶ Del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de abril de 2019 *sobre los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital y por la que se modifican las Directivas 96/9/CE y 2001/29/CE*.

⁵⁷ Así, el artículo 15.1 de la Directiva dispone «Los Estados miembros reconocerán a las editoriales de publicaciones de prensa establecidas en un Estado miembro los derechos establecidos en el artículo 2 y en el artículo 3, apartado 2, de la Directiva 2001/29/CE para el uso en línea de sus publicaciones de prensa por parte de prestadores de servicios de la sociedad de la información (...)». Dichos derechos, según la Directiva 2001/29/CE, son los derechos de reproducción y el derecho exclusivo a autorizar o prohibir la puesta a disposición del público de la obra.

información, especialmente cuando añaden un valor sustancial mediante el análisis o la interpretación crítica. La regulación de derechos conexos aplicados a la curación garantizaría que estos profesionales reciban reconocimiento y, en determinados casos, compensación.

En segundo lugar, otra solución podría venir de una regulación de las licencias para el uso compartido de derechos de autor. En aquellos casos en los que la curación de contenidos implique un valor añadido y una creación de contenido, se podría establecer un sistema de licencias específicas que faciliten el uso compartido de los derechos de autor. En el ámbito de la propiedad intelectual en España, diversos actores poseen derechos exclusivos sobre sus creaciones, tales como reproducción y distribución, y la posibilidad de transferir o conceder estos derechos mediante licencias contractuales. De este modo, el artista intérprete o ejecutante tiene el derecho exclusivo de autorizar la reproducción y distribución de las fijaciones de sus actuaciones (artículos 107 y 109 de la LPI), derechos que pueden ser cedidos o licenciados. De manera análoga, el productor de fonogramas goza de derechos exclusivos sobre la reproducción y distribución de los fonogramas y sus copias (artículos 115 y 117 de la LPI), los cuales pueden ser objeto de transferencia o concesión de licencias. También el productor de la primera fijación de una grabación audiovisual posee derechos exclusivos sobre la reproducción y distribución de la grabación original y sus copias (artículos 121 y 123 de la LPI), con la posibilidad de licenciar estos derechos. Las entidades de radiodifusión tienen derechos exclusivos para autorizar la fijación, reproducción y distribución de sus emisiones o transmisiones (artículo 126 de la LPI), los cuales también pueden ser transferidos, cedidos o licenciados. Finalmente, el derecho *sui generis* sobre bases de datos protege la inversión significativa realizada por los fabricantes de bases de datos, otorgándoles el derecho exclusivo de autorizar la extracción o reutilización sustancial de su contenido (artículo 133 de la LPI), derecho que igualmente puede ser concedido o cedido mediante licencias contractuales. Este enfoque, presente en diversas áreas del Derecho de propiedad intelectual, podría aplicarse a la curación de contenidos, permitiendo a los curadores decidir en qué condiciones su trabajo puede ser utilizado por otros. Inspirados en modelos como Creative Commons, estas licencias específicas podrían contribuir a un equilibrio entre la protección del esfuerzo intelectual de los curadores y la necesidad de mantener un flujo libre de información, adaptado a las exigencias de la sociedad digital actual. En este sentido, una regulación que contemple la flexibilidad de los derechos de autor en función de las prácticas de curación de contenido podría ser una alternativa eficaz para gestionar tanto la creación como la difusión de información en plataformas digitales.

En tercer lugar, debido al auge de la inteligencia artificial en la recopilación y clasificación de información, es fundamental establecer límites para evitar que se generen curaciones automatizadas sin intervención humana, tal y como ya está sucediendo en el ámbito de los derechos de patentes⁵⁸.

Finalmente, queremos hacer alusión al Anteproyecto de Ley *para el buen uso y la gobernanza de la Inteligencia Artificial*, aprobado por el Consejo de Ministros el 11 de marzo de 2025. Este instrumento normativo adaptará la legislación española al reglamento europeo ya citado: el Reglamento (UE) 2024/1689. Esta normativa europea establece la necesidad de garantizar la transparencia, trazabilidad y supervisión humana de los sistemas capaces de generar contenidos, pilares fundamentales también en cualquier proceso de curación ética y fiable. En este sentido, el Anteproyecto de Ley para el buen uso y la gobernanza de la Inteligencia Artificial en España refuerza estas

⁵⁸ Véase lo ya estudiado en SÁEZ ÁLVAREZ, P., «Autoría de patentes e inteligencia artificial», *El derecho y la justicia ante la inteligencia artificial y otras tecnologías disruptivas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2020, pp. 245-275.

exigencias. La norma propone un marco sancionador severo que prevé sanciones de hasta 35 millones de euros o el 7 % del volumen de negocio global para infracciones muy graves relacionadas con prácticas prohibidas en el uso de la IA.

El Anteproyecto de Ley para el buen uso y la gobernanza de la Inteligencia Artificial guarda una especial conexión con la curación de contenidos, en primer lugar, en lo que respecta al uso de sistemas automatizados para la selección, organización y priorización de información. En este sentido, el propio texto del anteproyecto advierte que «la autonomía [de la IA] puede (...) suponer un desafío en cuanto a la transparencia y trazabilidad»⁵⁹, y que en numerosos sistemas «es difícil establecer una correlación entre los datos de entrada y de salida, que el sistema determina de forma autónoma», lo cual implica riesgos evidentes «cuando el uso de estos sistemas tenga un impacto sobre las personas, la sociedad o la economía»⁶⁰. Este diagnóstico afecta directamente a la curación de contenidos en entornos digitales donde intervienen algoritmos de recomendación — como redes sociales, plataformas de noticias o servicios de agregación—, dado que la delegación de decisiones curatoriales a sistemas opacos puede derivar en sesgos, desinformación o exclusión de voces relevantes. En segundo lugar, el anteproyecto enfatiza la necesidad de definir un marco normativo que fomente el uso de una IA «fiable y centrada en el ser humano», lo que puede interpretarse como una exigencia de supervisión humana efectiva en todos aquellos procesos que puedan incidir sobre derechos fundamentales, incluyendo el acceso a la información. En consecuencia, los procesos de curación de contenidos digitales no deberían depender exclusivamente de sistemas automatizados, sino que deben incorporar mecanismos de validación, intervención o control por parte de agentes humanos cualificados, asegurando así la calidad informativa, la equidad en la selección y el respeto por la pluralidad de voces en el ecosistema digital.

6 Conclusiones

La curación de contenidos ha emergido como una práctica relevante en el contexto digital contemporáneo, caracterizado por el exceso de información, la desinformación y la automatización de procesos comunicativos. A lo largo de este trabajo, se ha demostrado que esta actividad no debe concebirse únicamente como una recopilación mecánica de contenidos ajenos, sino como una labor intelectual que implica criterios de selección, capacidad crítica, competencias digitales y una clara orientación hacia la calidad informativa, que pasa por aportar valor a los contenidos curados.

En ausencia de un marco jurídico específico que reconozca el trabajo de curación de contenidos como una actividad protegida por los derechos de autor, resulta oportuno explorar vías normativas complementarias. La reciente aprobación del Reglamento (UE) 2024/1689 sobre inteligencia artificial y el Anteproyecto de Ley para el buen uso y la gobernanza de la IA en España abren la puerta a repensar el estatuto jurídico de los procesos informativos mediados por intervención humana. En este contexto, el reconocimiento de derechos conexos aplicables a los curadores de contenidos —similares a los que ya existen para editores de prensa o productores audiovisuales— podría ofrecer una primera respuesta regulatoria, sin excluir otras fórmulas como el diseño de licencias específicas que garanticen la autoría, la atribución y el control sobre las selecciones curadas.

⁵⁹ Exposición de Motivos del Anteproyecto de Ley para el buen uso y la gobernanza de la Inteligencia Artificial.

⁶⁰ *Ibid.*

Así mismo, debe insistirse en que el verdadero valor de la curación de contenidos reside en la intervención humana: es precisamente esta capacidad de aportar criterio, interpretar contextos y seleccionar con intención lo que convierte la curación en una actividad significativa y no meramente repetitiva. Frente a la automatización creciente de los procesos informativos, la figura del curador actúa como un contrapeso necesario, capaz de introducir matices, detectar sesgos y aplicar principios éticos en la selección y difusión de contenidos. En este sentido, la profesionalización del curador no solo contribuye a la calidad informativa, sino que resulta clave para garantizar una circulación responsable del conocimiento en entornos digitales cada vez más mediados por sistemas algorítmicos. De cara al futuro, se hace imprescindible continuar investigando sobre el estatuto jurídico del curador de contenidos y su eventual reconocimiento como sujeto protegido dentro del ecosistema digital. Igualmente, se plantea como un desafío urgente el diseño de marcos normativos que reconozcan la autoría derivada, garanticen el acceso a una información diversa y transparente, y delimiten responsabilidades claras frente al uso automatizado de contenidos de terceros. En definitiva, si la curación de contenidos aspira a consolidarse como una práctica profesional plenamente reconocida, será necesario avanzar hacia su legitimación académica, institucional y legal.

7 Bibliografía

- ANDREASSEN, T. W.; LERVIK-OLSEN, L.; CALABRETTA, G., «Trend spotting and service innovation», *Journal of Service Theory and Practice*, vol. 25, núm. 1, 2015, pp. 10-30.
- ARRIAGADA, A., IBÁÑEZ, F., ««You Need At Least One Picture Daily, if Not, You're Dead»: Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology», *Social Media + Society*, vol. 6, núm. 3, 2020.
- BARRIO ANDRÉS, M., *Manual de Derecho Digital*, 3.^a ed., Tirant Lo Blanch, Valencia, 2020.
- BHARGAVA, R., «Manifiesto for the content curator», 2009, <https://rohitbhargava.com/manifiesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future/>.
- BOLLIER, D., «El redescubrimiento del procomún», *Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*, n.º 163, 2003 (Ejemplar dedicado a: Conocimiento abierto. Open knowledge), pp. 10-12.
- BURGESS, J., GREEN, J., *YouTube, Online Video and Participatory Culture*, Cambridge, Polity Press, 2018.
- CASCÓN KATCHADOURIAN, J.D., BOTÉ-VERICAD, J.J., GUALLAR, J., «Curación de información con marca de autor: análisis de newsletters independientes», *Ibersid: revista de sistemas de información y documentación*, 2022, vol. 16, núm. 1, pp. 41-53.
- CIPOLLONE, M. D., «Las nuevas tecnologías en la educación y los curadores digitales», *Diálogos Pedagógicos*, vol. XIX, núm. 38, octubre 2021-marzo 2022, pp. 37-46, p. 37.
- CORTES OSORIO, J. A., «ChatGPT y el sesgo en las citas científicas», *Scientia et Technica*, 2023, vol. 28, n.º 2, pp. 55-57.
- DE BENITO CROSETTI, B., DARDER MESQUIDA, A., LIZANA CARRIÓ, A., MARÍN JUARROS, V., MORENO GARCÍA, J., SALINAS IBÁÑEZ, J. «Agregación, filtrado y curación para la actualización docente», *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, n.º 42, enero 2013, pp. 157-169.
- DESHPANDE, P., «The Definitive Guide to Content Curation», *Curata Blog*, 2013, <https://curata.com/blog/the-definitive-guide-to-content-curation/>.

- FALIERO, C., «Limitar la dependencia algorítmica. Impactos de la inteligencia artificial y sesgos algorítmicos», *Revista Nueva Sociedad*, 2021, n.º 294, pp. 120–129, pp. 126-127.
- GONZÁLEZ BAÑALES, D. L., BERMEJO ANDRADE, H. P., «La curación de contenidos: una alternativa para el análisis de tendencias utilizando el conocimiento socialmente producido», XV Congreso Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica, 2013.
- GUALLAR, J., CODINA, L., ABADAL, E. «La investigación sobre curación de contenidos: análisis de la producción académica», *Ibersid*, 2020, vol. 14, n.º 1 (ene.-jun.), pp. 13-22, p. 14.
- GUALLAR, J., HERNÁNDEZ-CAMPILLO, T. R., CODINA, L. «Curación de contenidos en artículos científicos. Categorías y casos», *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 2022, vol. 24, n.º 3, pp. 469-490, p. 470.
- HAMAN, M., ŠKOLNÍK, M., «The unverified era: politicians' Twitter verification post-Musk acquisition», *Journal of Information Technology & Politics*, 2025, vol. 22, núm. 2, pp. 167-171.
- HERNÁNDEZ CAMPILLO, T.R., CARVAJAL HERNÁNDEZ, B.M., LEGAÑO FERRÁ, M.Á., CAMPILLO TORRES, I., «La curación de contenidos como competencia profesional en el bibliotecario universitario cubano», *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 2021, vol. 17, núm. 3, pp. 133-146.
- HERNÁNDEZ RUIZ, A., «La formació jurídica i deontològica en el currículum del curador de continguts (content curator)», *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 2016, núm. 37.
- HERTHER, N.K., «Content Curation: a look at some of the best», *Searcher: the magazine for Database professionals*, octubre de 2012, pp. 26-35.
- JONES, S., ««Trendspotting»: detectar tendencias de mercado», *Harvard Deusto Marketing y Ventas*, n.º 44, 2001, pp. 36-37.
- MARTÍNEZ-LANDA, C.H., «Implementación de NLP y análisis temático para la detección de sesgos de género», Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Jesuita de Guadalajara, México, 2024.
- MONTALBÁN LÓPEZ, F.; MIRETE RUIZ, A. B., «Detección del sesgo contra personas con diversidad funcional en los textos producidos por CHATGPT», en *Inclusión en entornos educativos: una visión internacional hacia el cambio*, coord. por I. Méndez Mateo, D. E. Cortes Coss, E. Armendáriz Núñez, C. G. Reynaga Peña, S. Liddiard Cárdenas, 2024, pp. 288-289.
- NAVARRO DOLMESTCH, R.; FUENTES LOUREIRO, M. Á., «Una aproximación a ChatGPT como herramienta jurídica: sesgos, capacidades y utilidades futuras», *IDP: revista de Internet, derecho y política = revista d'Internet, dret i política*, n.º 39, 2023.
- NAVARRO, M. N., «Penalizaciones de Google: cómo destruir nuestro posicionamiento en buscadores», *Oikonomics*, 2019, núm. 11, pp. 36-41.
- PARISER, E., *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press, 2011.
- ROJO BETANCUR, F. A. (2015). «El rol del curador en el museo frente al arte contemporáneo y las nuevas tecnologías». *Artes, la revista*, vol. 14, n.º 21, pp. 18-36, p. 20.
- ROSSI, A. «¿Burbujas de filtro? Hacia una fenomenología algorítmica», *InMediaciones de la comunicación*, vol. 13, núm. 1, 2018, pp. 263-281.
- RUIZ, E., «Els blogs de moda i l'street style: del coolhunter al nethunter», *Quadern de les idees, les arts i les lletres*, n.º 187, 2012, pp. 43-45.

SÁEZ ÁLVAREZ, P., «Autoría de patentes e inteligencia artificial», *El derecho y la justicia ante la inteligencia artificial y otras tecnologías disruptivas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2020, pp. 245-275.

SÁEZ ÁLVAREZ, P., «El artículo 17 de la «Directiva copyright»: el caso de YouTube», *Responsabilidad, economía e innovación social corporativa*, Marcial Pons, Madrid, 2021, pp. 432-452.

SAN SEGUNDO MANUEL, R., CODINA CANET, M.A., «Conocimiento abierto: software libre frente a monopolio tecnológico», *A Ciência Aberta o contributo da Ciência da Informação: atas do VIII Encontro Ibérico EDICIC*, Maria Manuel Borges, Elías Sanz Casado (coords.), 2017, ISBN 978-972-8627-76-8, pp. 281-288

SHARMA, A.B., «Content Creation in Transition: Analyzing YouTube, YouTube Shorts, and Facebook's Influence on Content Creators Amidst and Beyond COVID 19», *International Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, vol. 11, núm. 6, junio de 2024, pp. b256-b267.

TECNOHOTELEROS, «Coolhunter: Innovar con estilo: identificar tendencias para buscar oportunidades de negocio», *Tecnohotel: revista profesional para la hostelería y restauración*, n.º 452, 2012.

TORRES BEGINES, C., «El rol del curador de contenidos en educación y su aplicación en el aula universitaria», *Buenas prácticas con TIC en la educación. Una visión desde Iberoamérica*, E. R. GÓMEZ, J. M. RÍOS, J. SÁNCHEZ (Coords.), Universidad de Málaga y Centro Universitario de los Valles, Universidad de Guadalajara, Málaga, 2014, pp. 123-145.