

En defensa del debate público: instrumentos estatales y sociales contra la desinformación mediática en las democracias occidentales

In Defense of Public Debate: State and Social Instruments Against Media Disinformation in Western Democracies

Harold Joseft González Espinosa*

Investigador y consultor independiente. Bucaramanga, Colombia
harold_pdv@yahoo.es

Camilo Cruz Merchán

Facultad de Derecho y Ciencia Política, Universidad del Valle. Cali, Colombia
camilo.merchan@correounivalle.edu.co
ORCID: 0000-0003-3182-0557

Citar como: González Espinosa, H. J. y Cruz Merchán, C. (2026). En defensa del debate público: instrumentos estatales y sociales contra la desinformación mediática en las democracias occidentales. *Desde el Sur*, 18(3), e0069.

RESUMEN

La desinformación amenaza la estabilidad democrática al erosionar la confianza y la deliberación pública. Con el objetivo de indagar cómo los sistemas democráticos regulan la producción informativa de los medios, este artículo caracteriza las formas de institucionalización y los mecanismos de control estatal y social. En cuanto a la metodología, se realizó un análisis documental de 1913 propuestas civiles e institucionales en democracias occidentales desde la década de 2000, sustentado en teorías de la comunicación y de opinión pública, para construir una tipología deductiva de instrumentos de política pública e iniciativas sociales. Entre los principales resultados, se observa una sobrerrepresentación de estudios sobre redes sociales y menor atención a medios tradicionales. En conclusión, las estrategias orientadas a garantizar independencia y autonomía frente a intereses particulares son las más recurrentes, pero muestran eficacia limitada; se requieren enfoques integrales que articulen autorregulación, rendición de cuentas y alfabetización mediática.

* Autor corresponsal: Harold Joseft González Espinosa, investigador y consultor independiente. Bucaramanga, Colombia. Correo: harold_pdv@yahoo.es

PALABRAS CLAVE

Desinformación, regulación de medios, democracia, políticas públicas, alfabetización mediática

ABSTRACT

Disinformation threatens democratic stability by eroding public trust and deliberation. With the objective of examining how democratic systems regulate media information production, this article characterizes forms of institutionalization and mechanisms of state and societal control. Methodologically, it conducts a documentary analysis of 1,913 civil and institutional proposals in Western democracies since 2000, grounded in communication and public opinion theory, to build a deductive typology of policy instruments and civic initiatives. Key results show an overrepresentation of studies on social media and less attention to traditional media. In conclusion, strategies aimed at ensuring media independence and autonomy from interests are most common but show limited effectiveness; integrated approaches that combine self-regulation, accountability, and media literacy are needed.

KEYWORDS

Disinformation, media regulation, democracy, public policy, media literacy

RESUMO

A desinformação ameaça a estabilidade democrática ao corroer a confiança e a deliberação públicas. Com o objetivo de examinar como os sistemas democráticos regulam a produção informativa dos meios, este artigo caracteriza formas de institucionalização e mecanismos de controle estatal e social. Quanto à metodologia, realiza-se uma análise documental de 1.913 propostas civis e institucionais em democracias ocidentais desde 2000, fundamentada nas teorias da comunicação e da opinião pública, para construir uma tipologia dedutiva de instrumentos de política pública e iniciativas sociais. Entre os principais resultados, observa-se uma sobrerepresentação de estudos sobre redes sociais e menor atenção aos meios tradicionais. Em conclusão, as estratégias voltadas a garantir independência e autonomia frente a interesses particulares são as mais recorrentes, mas têm eficácia limitada; são

necessários enfoques integrados que articulem autorregulação, responsabilização e educação midiática.

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação, regulação da mídia, democracia, política pública, alfabetização midiática

Introducción¹

La autonomía de los sujetos constituye la base de las libertades cívicas y de los sistemas democráticos. Dicha autonomía se sustenta en la capacidad de tomar decisiones sobre su vida y su relación con la sociedad, y, para esto, es necesario contar con información verídica, bajo la cual determinar sus propios intereses, objetivos y metas. Esta interconexión entre libertades, información y democracia constituye un círculo virtuoso fundamental para el funcionamiento de los sistemas democráticos, en el cual el acceso a información pública y la libertad de prensa constituyen fuentes fundamentales para la consolidación democrática.

Frente a ese rol fundamental, la falta de transparencia en la información, de pluralidad de fuentes y la restricción al acceso a información no sesgada termina por significar una restricción a las libertades sociales. Los medios de comunicación tienen la capacidad de influenciar la cultura, la educación, el entretenimiento y la información en una sociedad. Es así como crean una verdad colectiva, la cual está sometida a las necesidades del mercado, la búsqueda de audiencias y los intereses de las industrias o de sus dueños por sobre su deber social democrático.

La hipótesis del documento es que la pluralidad de información se refuerza con regulaciones formales para la garantía de la pluralidad de voces y opiniones en los contenidos mediáticos. Sin embargo, dicha forma de regulación no es la imperante, ya que son más comunes las normas basadas en el respeto y la garantía de la pluralidad de medios. El objetivo central de la investigación es analizar los instrumentos gubernamentales y de la sociedad civil, para contrarrestar la desinformación producida por los medios de comunicación en las principales democracias occidentales, a partir de la década de 2000.

Para esto, el trabajo categoriza, de forma deductiva, a partir de una exhaustiva búsqueda documental de una muestra de 1913 documentos,

1 Parte de los contenidos del presente artículo tienen su origen en el trabajo de maestría titulado *Análisis de los instrumentos gubernamentales y sociales contra la desinformación de los medios de comunicación en las principales democracias occidentales: la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y América Latina en el siglo XXI*, elaborado para obtener el título de maestro en Políticas Públicas y Desarrollo.

los tipos de iniciativas gubernamentales para contrarrestar la desinformación utilizadas en las principales democracias. Clasifica los tipos de iniciativas de la sociedad civil para controlar la desinformación mediática y las normatividades de las democracias occidentales y concluye proponiendo recomendaciones e insumos para la garantía de la pluralidad informativa en los medios.

Como hallazgos la investigación identifica que la regulación de medios de comunicación tradicionales es parte del repertorio de las democracias: normas que abordan los problemas de la concentración mediática y la interacción entre la propiedad privada de los medios, los intereses de los propietarios de los medios y las garantías democráticas.

También se observa una alta atención contemporánea de organismos internacionales a las redes sociales. Esta atención pone de presente la contradicción entre las posibilidades de tales expresiones comunicativas de ampliar el espectro informativo, con los riesgos y amenazas percibidas y reales para la democracia. Por último, se observa una sobrerepresentación de los estudios que conectan redes sociales con desinformación, por sobre estudios acerca de la desinformación en medios tradicionales.

1. Planteamiento del problema

Los medios masivos son una fuerza económica, una industria cultural basada en la venta de publicidad y la elaboración de productos culturales de consumo. En este entorno, la información como mercancía interactúa con los otros productos mediáticos y, en especial, con una forma básica de producción de valor mediático, la generación de audiencias.

Como toda empresa en un contexto capitalista, las industrias mediáticas han sido objeto de fusiones con otros conglomerados económicos, lo que ha devenido en un proceso de concentración de la propiedad (IDEA, 2016). Grandes corporaciones son dueñas de medios de comunicación internacionales, nacionales, regionales y locales. Así, por ejemplo, en Colombia, el 80 % de la audiencia de televisión está concentrada en dos canales privados, la audiencia radial está concentrada en dos conglomerados mediáticos, y en la prensa escrita dos periódicos nacionales cuentan con la mayoría de audiencia (Media Ownership Monitor, 2017).

Estos conglomerados informativos del país están en manos de las tres más grandes fortunas nacionales, provenientes de los sectores financieros, construcción o industria alimenticia. Esta concentración resulta compleja, además, dado el régimen electoral colombiano de financiación mixta, pues son estas fortunas las principales financiadoras privadas de campañas electorales.

Esos entrecruces entre intereses corporativos, producción de audiencias y la influencia sobre los procesos político-electorales llevan a que los medios deban ser considerados no solo como instrumentos garantes de los derechos de libertad de información, expresión y prensa, sino como actores con capacidad de influencia sobre las decisiones público-políticas, sin contrapesos para la garantía de equilibrios en el acceso a la discusión pública.

Los teóricos de la democracia advirtieron su debilitamiento y el advenimiento de crisis si la opinión pública era captada por intereses minoritarios, los aumentos en la polarización mundial, la desconfianza en medios, la desconfianza en gobiernos, la concentración o captura de medios por intereses generalmente económicos.

Habermas (1981) señala que «La publicidad burguesa, reglamentada desde arriba y en privado para criticar el poder público, representa los intereses privados relacionados a la economía mercantil, es un dominio sin apariencia de dominio, y una disputa sin apariencia de disputa con el gobierno» (p. 90). Así, configurada como opinión pública, demanda la existencia de leyes generales.

Según el autor, en contraposición a ese dominio, una democracia funcional y sólida requiere de un tipo de comunicación basada en la argumentación fundamentada en el conocimiento y análisis. Es mediante argumentos que se sustenta la democracia, pues en estos se prioriza el bien común y colectivo. Por ello cuando no hay espacios de debate argumentado en la prensa, se está destruyendo la posibilidad de un bien colectivo.

Sartori (1998) se preocupa por quien controla los medios de comunicación, pero más por el cambio que generan los medios en la capacidad de entendimiento del ser humano. Considera el autor que la sociedad es moldeada por la naturaleza de los medios y «que la información y educación política estén en manos de la televisión [...] representa serios problemas para la democracia» (Sartori, 1998, p. 129).

La regulación del mercado en los medios de comunicación no funciona, deteriora sus productos en lugar de mejorarlos porque no compiten, sino que se superponen. Indica, además, que los medios crean un pensamiento insípido que replica sus características. Y, en especial, que la televisión condiciona el proceso electoral y las condiciones del gobierno, pues «el pueblo soberano “opina” sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar» (Sartori, 1998, p. 66).

Para Bourdieu (1992), «Todo ejercicio de la fuerza va acompañado de un discurso destinado a legitimar la fuerza del que la ejerce» (1992, p. 303). En ese sentido, los medios y sus instrumentos de producción de

opinión pública son herramientas de construcción de agendas políticas y reforzamiento de las estructuras de poder subyacentes.

A estas visiones críticas desde la academia, hay que sumar las reflexiones conceptuales sobre el tema creadas desde organismos internacionales o de la sociedad civil. El informe del Instituto de Investigación de las Naciones Unidas para el Desarrollo Social (UNIRISD por sus siglas en inglés) hace mención del problema de la concentración de la propiedad y las barreras de mercado, debido a las dinámicas comerciales de la industria de los medios (McChesney y Schiller, 2003, p. 8).

La literatura sobre economía política de los medios mencionan la influencia de los medios en la sociedad, pero son pocos los trabajos que efectivamente comprueben esta capacidad de «influir no sólo sobre las audiencias y la agenda pública, sino también sobre la agenda política» (Bernadette Califano, 2015, p. 69).

Sin embargo, numerosos estudios advierten el problema de la concentración de la propiedad mediática y cómo el modelo económico neoliberal se encarga de reforzar esta dinámica (Becerra, 2014; MacBride *et al.*, 1984; Santander, 2014; IDEA, 2016; Media Ownership Monitor, 2017; Álvarez, 2016; WSIS, 2003; Noam, 2009; Murillo, 2020; Gálik, 2010; Puppis, 2008). La Federal Communications Commission (FCC) mencionó la importancia de la competencia, el localismo de medios y la diversidad mediante reglas de propiedad de los medios, reglas como separar la propiedad de medios de televisión y radio local con límites para promover la competencia y, en general, la propiedad local con índices que promuevan la diversidad. Las leyes antimonopolio controlan la competencia económica, pero los índices mejoran la pluralidad (FCC, 2003)

El contrastar los índices de libertad económica con los índices de restricciones económicas a los medios de comunicación parece confirmar estas preocupaciones, pues países con mayor libertad económica tienen también más restricciones económicas para los medios, contrario a lo que debería encontrarse, tal como se observa en la figura 1.

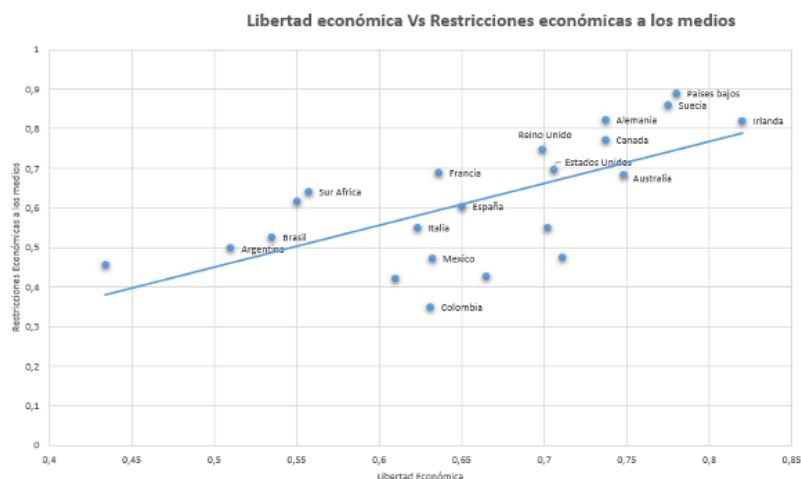


FIGURA 1. Libertad económica versus restricciones económicas a los medios

Nota. Elaboración con datos del índice de libertad económica de Heritage Foundation y del índice de restricciones económicas en prensa (Our World in Data, 2022; Reporter without borders, 2023).

Tomando en consideración tanto la literatura académica como los informes internacionales y los hallazgos propios, puede afirmarse que el modelo neoliberal no impulsa la libertad de expresión, sino que fortalece las barreras de mercado y los oligopolios.

2. Metodología

Al tener el trabajo un carácter descriptivo, su diseño metodológico se fundamenta en una rigurosa y sistemática búsqueda de documentos públicos y sociales para, a partir de estos y de forma deductiva, identificar las tipologías de intervención estatal y no estatal recurrentes.

Como se expone en la figura 2, el trabajo inicia con una investigación exploratoria de 150 documentos sobre las actuaciones de los Estados frente a los medios y plataformas digitales². Posteriormente se realizó una búsqueda con esas palabras clave desde 2000 en el *software* Publish or Perish, que arrojó 1913 documentos.

A estos 1913 documentos se les aplicó un filtro para eliminar aquellos que pudieran tener las palabras clave, pero que no trataran del problema de la comunicación. Luego se seleccionaron los registros con más de 20 citas; aquellos con menos citas, pero con un título sugestivo de

2 La investigación exploratoria permitió identificar las palabras clave que se encuentran en estos documentos: en inglés «media, regulation, disinformation, counter(ing)» y en español «regulación, medios, contra(rrestar), desinformación».

aportar información importante, fueron agregados, por lo que quedó una muestra de 383 documentos.



FIGURA 2. Descripción gráfica de la metodología

Los 150 documentos exploratorios y los 383 de la búsqueda por *publish or perish* fueron revisados nuevamente. Se retiró aquellos que no tenían relación con regulación de la desinformación o carecían de propuestas para contrarrestar la desinformación y los problemas de la comunicación. También se usó como filtro el que fueran de acceso libre y se removieron los documentos de pago. Quedaron 294 documentos con 1713 propuestas, todos de acceso libre.

A partir de la lectura se identificaron de forma deductiva 33 tipologías, las cuales abarcan dimensiones desde la alfabetización mediática hasta la protección frente a la injerencia internacional. La tabla 1, referida a las tipologías de regulación mediática, expone las definiciones de cada una.

TABLA 1. Tipologías de regulación mediática

Tipología	Definición
Alfabetización mediática y digital	Programas educativos formales y no formales orientados a fortalecer la capacidad crítica de la ciudadanía para identificar desinformación, evaluar fuentes y participar responsablemente en el debate público.
Pluralidad y diversidad mediática	Estrategias que garantizan la coexistencia equilibrada de medios públicos, privados, comunitarios y universitarios para reflejar la diversidad social, cultural y política.
Ética profesional y buen periodismo	Promoción de la responsabilidad social, la independencia y el rigor en el ejercicio periodístico mediante códigos deontológicos y formación permanente.

<i>Fact-checking</i> o verificación de información	Creación o fortalecimiento de iniciativas dedicadas a comprobar la veracidad de contenidos difundidos por medios y redes sociales.
Regulación de contenidos ilícitos o dañinos	Normas que limitan la difusión de discursos de odio, incitación a la violencia o desinformación peligrosa, para preservar la libertad de expresión.
Leyes antimonopolio y límites a la concentración	Políticas que impiden la acumulación de medios en pocas manos y fomentan la competencia informativa para proteger el pluralismo.
Restricciones a la propiedad cruzada y extranjera	Medidas que prohíben la propiedad simultánea de distintos tipos de medios o el control de estos por actores extranjeros que comprometan la soberanía informativa.
Organismos de regulación independientes	Entidades autónomas encargadas de aplicar las leyes de comunicación con imparcialidad, libres de presiones políticas o económicas.
Consejos de medios y defensorías ciudadanas	Espacios de participación y autorregulación que reciben quejas, promueven buenas prácticas y fortalecen la ética informativa.
Gobernanza y participación ciudadana	Inclusión de la sociedad civil en la formulación, ejecución y evaluación de políticas comunicativas, para asegurar control democrático.
Transparencia de propietarios y de la pauta	Obligación de los medios y plataformas de revelar quién financia, produce y pauta los contenidos que difunden.
Regulación de la publicidad gubernamental	Normas que garantizan criterios equitativos y objetivos en la asignación de pauta estatal, y evitan el uso político o clientelista.
Protección de periodistas	Salvaguardas frente a la censura, amenazas o presiones laborales, para asegurar libertad de prensa y seguridad profesional.
Derecho de réplica, rectificación y protección del honor	Instrumentos legales que permiten a las personas exigir correcciones o respuestas ante información falsa o difamatoria.
Cuotas de tiempo y producción nacional	Reglas que reservan espacios mínimos para contenidos educativos, culturales o producidos por medios nacionales e independientes.
Gobierno abierto y derecho a la información	Medidas que garantizan acceso libre, veraz y oportuno a la información pública, para fortalecer la transparencia estatal.
Protección de datos personales y privacidad	Normas que protegen la intimidad, seguridad digital y confidencialidad del usuario frente al uso indebido de sus datos.
Uso de tecnología, algoritmos e inteligencia artificial	Implementación de herramientas digitales para detectar, mitigar y eliminar desinformación en medios y plataformas.
Transparencia algorítmica	Exigencia a las plataformas para revelar el funcionamiento de sus algoritmos de recomendación y permitir su auditoría.
Limitación de la microsegmentación	Restricción del uso de datos personales para campañas políticas o publicidad que manipule emocionalmente al usuario.
Responsabilidad de plataformas digitales	Imposición de obligaciones de moderación y retiro de contenidos falsos o dañinos en plazos razonables.
Eliminación de bots, trolls y cuentas falsas	Políticas de verificación de identidad y depuración de actividades automatizadas que distorsionan la opinión pública.

Código de conducta y autorregulación de plataformas	Acuerdos voluntarios o normativos que establecen principios éticos y de transparencia para las plataformas digitales.
Criminalización de la desinformación intencional	Penalización de la creación o difusión deliberada de información falsa con fines de manipulación o daño social.
Profesionalización de <i>influencers</i>	Regulación de creadores de contenido político o social para garantizar transparencia en patrocinadores y mensajes.
Apoyo a medios locales e independientes	Programas financieros y fiscales para fortalecer la sostenibilidad de medios que promueven la diversidad informativa.
Cooperación internacional e interinstitucional	Coordinación entre estados, organismos multilaterales y sociedad civil para enfrentar campañas globales de desinformación.
Fuerzas de tarea o grupos especializados	Equipos técnicos interinstitucionales que monitorean y responden a operaciones coordinadas de desinformación.
Impuestos para financiar periodismo, alfabetización y verificación	Mecanismos fiscales destinados a sostener proyectos de información pública, educación mediática y verificación de datos.
Protección frente a interferencia extranjera y seguridad nacional	Medidas preventivas contra la manipulación informativa de actores externos que amenacen la soberanía o la estabilidad democrática.

Con la búsqueda exploratoria ya se habían identificado tipologías o clasificaciones de propuesta para contrarrestar la desinformación con base en la identificación de los problemas de la comunicación y las propuestas de cada autor. A medida que se revisaban los documentos se cuantificaba las acciones mencionadas o recomendadas a esas tipologías o se creaban nuevas; cuando la revisión se acercaba a los 100 documentos, se logró el punto de saturación, pero se continuó con la observación para registrar parámetros en los contenidos.

Debe anotarse que, al ser un trabajo descriptivo, este manuscrito presenta una serie de limitaciones. En primer lugar, las barreras idiomáticas pueden sobrerrepresentar las preocupaciones del mundo anglosajón versus las producciones de otras regiones. También las limitaciones tanto de la búsqueda y selección inicial de los criterios de búsqueda como de la herramienta de rastreo y de las barreras de acceso a bases de datos pueden limitar el alcance y la representatividad de la muestra. No obstante, en cada paso se buscó, en general, el muestreo más amplio posible. Por último, es posible que con el uso de herramientas de IA se hubiera establecido un criterio externo de validación más eficaz, pero esto solo es especulativo.

3. Discusión y análisis

El 89 % de la muestra inicial de documentos, 1913, corresponden a trabajos en idioma inglés y 11 % en español. La producción en español se distribuye de forma más regular entre análisis de medios y de redes sociales, con una ligera atención sobre medios de comunicación tradicionales, mientras que en inglés predomina el análisis de redes sociales.

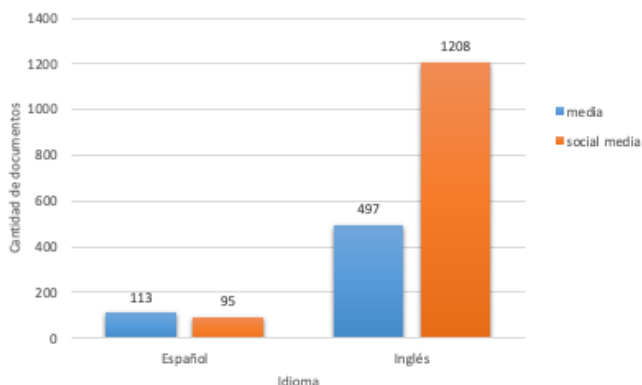


FIGURA 2. Producción documental contra la desinformación por idioma

Sobre el agregado de la muestra, la literatura sobre regulación de medios de comunicación concentra el 32 %, mientras que la desinformación en redes sociales tiene una producción de más del doble, un 68 % del total.

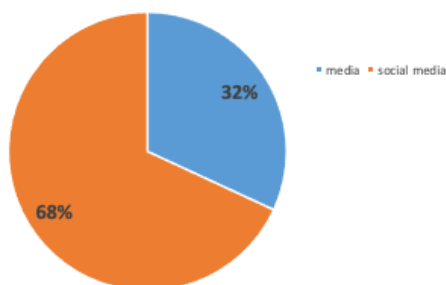


FIGURA 3. Producción contra la desinformación de medios tradicionales versus redes sociales

Al analizar las frecuencias de las palabras presentes en los títulos se halló que temas coyunturales como «Rusia» aparecen 88 veces, mientras que «covid» aparece 78 veces. Son los casos de desinformación más frecuentes, en especial el primero, que aparece en la literatura relacionado

con polarización política y la necesidad de censura o restricciones a las redes sociales.

El conteo de palabras clave se presenta en la tabla 2 y el gráfico de burbujas en la figura 3.

TABLA 2. Frecuencia de palabras clave temáticas

Palabra	Frecuencia
Rusia	88
Covid	78
Autorregulación medios	71
Democracia	61
Alfabetización	51
Concentración	38
Autorregulación en redes	23
Fact-checking	22



FIGURA 3. Frecuencia de palabras claves temáticas de la producción documental

Sin embargo, diversos estudios indican que no hay evidencia empírica que sustente esas afirmaciones y que su real afectación es marginal o limitada, ya que es relevante en contextos particulares como en Ucrania (Allen *et al.*, 2020; Nyhan, 2020; Boyd-Barrett, 2020; Banaji, 2021; Bângăoanu y Radu, 2018; Golovchenko, 2020; Baptista y Gradim, 2022; Soares y Recuerdo, 2020; Jungherr y Schroeder, 2021; Erlich y Garner, 2023; Guess *et al.*, 2019). Algunos estudios durante las elecciones en Estados Unidos revelaron que las fuentes de noticias falsas están extremadamente concentradas en los votantes conservadores (Grinberg *et al.*, 2019; Guess *et al.*, 2019) y que muchas respuestas al problema de la desinformación amenazan con socavar o limitar la libertad de expresión (Nyhan, 2020). También indican que compartir noticias falsas fue poco frecuente. Allen *et al.* (2020) refutan la idea que las redes sociales tienen graves consecuencias para la democracia, ya que los estadounidenses consumen noticias principalmente de la televisión.

Otro grupo de trabajos abordan la autorregulación, 71 veces, de los medios tradicionales. La siguiente palabra más usada es «democracia», lo cual resalta la interacción entre democracia y comunicación. Sigue la alfabetización mediática como propuesta de solución para preparar la población y formar un sentido crítico capaz de identificar la desinformación.

Se encuentra 23 veces productos relacionados con autorregulación de redes sociales o plataformas digitales. A pesar de haber más del doble de publicaciones referentes a redes social respecto a medios, las publicaciones de autorregulación de medios multiplican por tres las de redes sociales. Finaliza el análisis con la palabra «*fact-checking*», acciones emprendidas para validar la veracidad del contenido mediático.

Estos hallazgos contrastan con las expectativas iniciales, pues se esperaba más producción sobre medios tradicionales, dado su rol social en democracias. También que propuestas basadas en la autorregulación fueran limitadas, pues se trata de algo criticado incluso en informes públicos (Finkelstein *et al.*, 2012).

3.1. Análisis de los instrumentos gubernamentales y sociales contra la desinformación

En la siguiente tabla se presenta la frecuencia con que se mencionó cada propuesta para contrarrestar la desinformación en las democracias analizadas.

TABLA 2. Propuestas, instrumentos para contrarrestar la desinformación

Propuesta / instrumento	Frecuencia	continuación tabla	
Alfabetización mediática	98		
Pluralidad en la propiedad: medios públicos, comunitario, comerciales, etc.	68	Auditar el algoritmo por sesgos o discriminación	9
Fact checking (comprobación periodística)	65	Multar / suspender a plataformas si no remueven a tiempo	9
Regular contenido ilegal - odio, violencia, infantil, pornografía, terrorismo, medicinas	59	Derecho de réplica, rectificación honor, protección de difamación, calumnias	8
Buen periodismo con técnicas y reglas adecuadas	46	No permitir interferencia extranjera / seguridad nacional	8
Leyes anti monopolio, oligopolio	44	Regular espectro electromagnético	7
Organismo de regulación independiente	39	Restricción vertical (medio nacional y regional)	7
Gobernanza, participación ciudadana	39	Restricciones a la propiedad extranjera de medios	7
Algoritmos (IA) y pequeñas empresas para detectar y eliminar noticias falsas	39	Abrir información del algoritmo, políticas de segmentación	7
Ética profesional del periodista	36	Protección periodista de intimidación, censura, presión laboral, financiera, objeción de conciencia	6
Investigación y cooperación de estado, plataformas e investigadores	35	Limitar la microsegmentación	6
Eliminar contenido cuentas falsas o fraudulentas, desmonetizar	34	Fortalecer instituciones del estado	5
Transparencia de quien realiza y paga el mensaje	31	Impuestos para financiar fact-checking, periodismo no comercial, alfabetización	5
Fuerza de tarea para monitorear y contrarrestar	31	Reglas de publicidad gubernamental	4
Regular, eliminar bots, trolls	28	Gobierno abierto-acceso a la información	4
Cooperación internacional: OTAN, UE y G7	25	Personalizar el algoritmo de búsqueda	4
Verificación de identidad de quien realiza el mensaje	24	Interoperabilidad y portabilidad de datos para cambiar entre plataformas	4
Protección de datos personales (privacidad)	23	Restricciones a políticos, poder legislativo, judicial, electoral, militar, de tener medios	3
Restricciones de propiedad de medios (% o cantidad)	22	Requisitos de registrar localización para evitar pautas extranjeras	3
Código de conducta en plataformas basado en prácticas, no en contenido	22	No permitir publicidad ni dejar hacer publicidad a sitios que comparten desinformación	3
Defensor del ciudadano: atención de quejas y denuncias, órgano de arbitramento	20	Multas, sanciones a plataformas por comportamiento anti competitivo, fusiones	3
Fortalecer medios locales / periodismo local	17	Separar el periodismo del entretenimiento	2
Hacer plataformas responsables legal de difundir información falsa	16	Organismo de regulación estatal	2
Cuotas de tiempo en pantalla	15	Junta de democracia digital independiente que monitoree el cumplimiento de las plataformas	2
Transparencia propietarios medios e intereses económicos y políticos	14	Control del contenido informativo de los medios, ejemplo: durante elecciones	1

Propuesta para medios Propuesta para redes sociales Propuesta para ambas

Nota. Elaboración mediante análisis de base de datos.

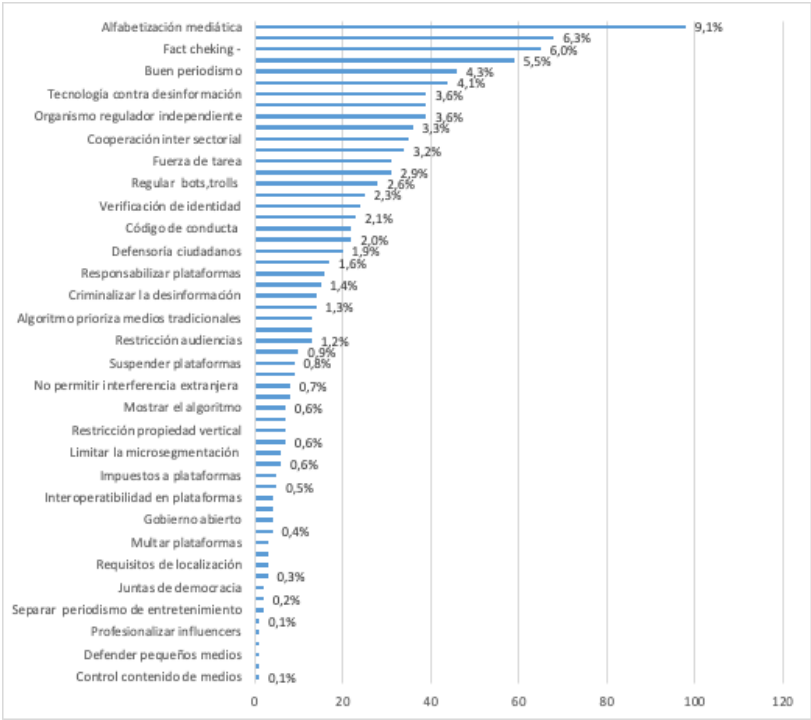


FIGURA 7. Frecuencia de iniciativas

Nota. Elaboración a partir de González (2024, p. 77).

La tabla 3 presenta los instrumentos de política pública que pueden incluirse en la regulación de la comunicación y, por tanto, aplicarse a medios tradicionales y plataformas digitales.

TABLA 3. Instrumentos propuestos de política pública

Instrumentos de política pública	
1 Alfabetización mediática	La educación aporta para afrontar el problema a mediano y largo plazo, y permite la identificación de las técnicas de manipulación, las formas de contrastar versiones y generar un criterio. En Estados Unidos, mediante la ley la alfabetización mediática, se incorporó al currículo de las escuelas (Martin, 2023; Senate US Bill, 2022). La regulación de alfabetización mediática también existe en Finlandia (Salomaa <i>et al.</i> , 2019).
2 Pluralidad en la propiedad	Permitir que la comunicación sea realizada también por la comunidad y el Estado, superando barreras de mercado administrativas, técnicas y financieras.
3 Periodismo de confirmación o verificación	Fact-checking.

4	Regulación del contenido	Consiste en evitar que los medios o redes sociales presenten contenido dañino u ofensivo.
5	Técnicas y reglas de autorregulación	Establecer procedimientos durante la labor periodística que aseguren la contextualización, inclusión y participación de las partes interesadas.
6	Antimonopolio u oligopolio	Leyes de competencia para evitar la formación de cárteles como en otras industrias.
7	Gobernanza	En la medida en que la población civil se vincule con los problemas de concentración de la propiedad, la falsa pluralidad, la preferencia de intereses minoritarios sobre necesidades sociales y la desinformación, existirá más conciencia y capacidad de regular.
8	Organismo de regulación independiente	El cumplimiento de las leyes de medios requiere una autoridad de regulación, que en su gran mayoría es recomendada como pública, independiente y autónoma
9	Detectar y eliminar	La creación de algoritmos, inteligencia artificial para detectar y eliminar desinformación, eliminar contenido de cuentas falsas, responsabilizar a las plataformas por difundir información falsa, criminalizar la generación automática de mensajes, multar a plataformas por demoras en remover noticias falsas.
10	Transparencia del emisor	Requerir la identificación de la persona que realiza un mensaje y de quien lo financia cuando se pauta en redes sociales temas políticos o de interés social.
11	Fuerzas de tarea, el regulador no independiente	La OTAN y la UE proponen implementar «fuerzas de tarea» o «grupos, estrategias, entidades, otros» para detectar y eliminar la desinformación.

La tabla 3 muestra un abanico de propuestas, que van desde estrategias estructurales y de largo plazo hasta medidas reactivas. La gobernanza cívica y un organismo regulador independiente aparecen como condiciones habilitantes para cualquier política eficaz. Las propuestas de detección/eliminación automatizada y «fuerzas de tarea» estatales conllevarían altos riesgos de censura y uso a discreción.

3.2. Instrumentos de los Estados para contrarrestar la desinformación

En la presente sección se presentan los hallazgos en los documentos de organizaciones intergubernamentales (tabla 4) y, posteriormente, lo encontrado en cada país (tabla 5).

TABLA 4. La regulación de la comunicación de la OTAN, UE y ONU desde la década de 2000

	UE	OTAN	ONU		UE	OTAN	ONU
Anti monopolio, oligopolio	X		x	Tecnología, algoritmos, IA para detectar y eliminar noticias falsas	X		X
Eficacia anti monopolio y pluralismo (audiencia, votantes)	X			Personalizar el algoritmo de búsqueda	X		X
Restricciones de propiedad de medios: propiedad vertical y cruzada	X		x	Auditar el algoritmo por sesgos o discriminación	X		
Restricciones a la propiedad extranjera de medios	X			Limitar la microsegmentación	X		X
Cuotas de tiempo en pantalla, producción nacional e independiente	X			Eliminar contenido cuentas falsas, desmonetizar	X	X	X
Canales privados, públicos, comunitarios	X		X	Cooperación internacional. Entre OTAN, UE y G7	X		X
Transparencia propietarios medios e intereses económicos y políticos	X		x	Algoritmo para dar preferencia a fuentes de noticias confiables	X		X
Protección periodista de intimidación, censura, presión	X		X	Fuerza de tarea para monitorear y contrarrestar	X	X	X
Reglas de publicidad gubernamental	X		x	Regular, eliminar bots, trolls	X		X
Consejos de medios, consejos de profesionales, periodistas	X		X	Investigación, Cooperación estado, plataformas, académicos	X		X
Derecho de réplica, rectificación, protección de difamación, calumnia	x		X	No permitir publicidad a sitios que comparten desinformación	X		
Organismo de regulación independiente	X		X	Código de conducta basado en prácticas, no en contenido	X	X	X
Buen periodismo con técnicas y reglas adecuadas	X	X	X	Fortalecer medios locales / periodismo local	X		X
Ética profesional (periodismo ético)	X		x	Fact checking	X		X
Regular contenido ilegal - odio, violencia, pornografía, terrorismo	X	X	x	Protección de datos personales (privacidad)	X	X	X
Defensor del ciudadano: atención de quejas y denuncias,	X		X	Impuestos para financiar Fact checking, periodismo, alfabetización	X		X
Gobierno abierto-acceso a la información	X		X	Abrir información del algoritmo, políticas de segmentación	X	X	X
Alfabetización mediática	X	X	X	Fortalecer instituciones	X		X
Gobernanza, participación ciudadana, rendición de cuentas	X		X	Criminalizar la generación de desinformación, actos ilegales	X	X	
Transparencia de quien realiza y paga el mensaje, verificar identidad	X	X	X	Interferencia extranjera / seguridad nacional	X	X	
Profesionalizar influencers, formar ética, indicar patrocinadores	X			Sanciones a plataformas por comportamiento anticompetitivo	X		

Propuesta para medios

Propuesta para redes sociales

Propuesta para ambas

La UE y la ONU han establecido lineamientos para garantizar la libertad de información, que incluyen leyes antimonopolio y anticárteles; límites a la concentración; restricciones a la propiedad vertical y cruzada, así como a la propiedad extranjera; cuotas de tiempo en pantalla para producción nacional, independiente y, en algunos casos, gubernamental; pluralidad de canales; transparencia sobre los propietarios y sus intereses; regulación de la publicidad oficial; consejos de medios y asociaciones profesionales de supervisión; protección laboral, económica y de conciencia del

periodista; derecho de réplica y rectificación; y organismos reguladores independientes con capacidad sancionatoria.

Otras regulaciones aplicables tanto a medios tradicionales como a plataformas digitales comprenden: fomentar buen periodismo con técnicas y reglas adecuadas y una ética profesional robusta; prohibir contenidos ilegales; crear defensorías del ciudadano; garantizar el acceso a la información pública; promover la alfabetización mediática; y fortalecer la gobernanza con participación de la sociedad civil.

Para redes sociales se recomiendan medidas como transparencia publicitaria, verificación de identidad y límites a la segmentación; profesionalizar e instruir éticamente a *influencers*; usar algoritmos e IA para detectar y remover desinformación; abrir y auditar los algoritmos por sesgos, permitir su personalización y regular bots y *trolls*; crear fuerzas de tarea y cooperación internacional; apoyar el *fact-checking*, la investigación y la colaboración academia-plataformas-Estados; eliminar contenidos y cuentas falsas, desmonetizar y restringir la pauta de desinformadores; priorizar medios locales y proteger privacidad y datos; gravar plataformas para financiar medios, verificación y alfabetización; establecer códigos de conducta; prevenir injerencia extranjera; tipificar penalmente la desinformación; y aplicar multas por fusiones anticompetitivas o por no retirar contenidos a tiempo.

En Canadá, existe una fuerte disputa entre los gigantes tecnológicos con Facebook a la cabeza, por la ley que obliga a las redes sociales a compensar medios tradicionales (Heisler, 2024). Francia puede suspender plataformas o canales de televisión si considera que comparten desinformación. También criminaliza la desinformación si pone en riesgo la democracia y la libertad de expresión (Beyer, 2023; Légifrance, 2018).

A su vez, en Italia un ciudadano puede reportar a la policía lo que considere desinformación de otro ciudadano. La policía, no un fiscal, investigará y, de ser necesario, iniciará un proceso penal, sin perder las opciones de control de la desinformación como eliminarla (Giuffrida, 2018). Por último, en Turquía existe la prisión para periodistas que difundan desinformación (Amnistía Internacional, 2017; swissinfo.ch, 2022).

Al revisar las normas, es posible discutir frente a temas tan variables y dependientes de la interpretación; resulta complejo establecer los límites de lo democrático, en especial en la variación entre la regulación hacia redes y sobre medios. Existe subjetividad al catalogar una noticia falsa, dañina, o que pone en riesgo la democracia o la seguridad nacional. No se aceptaría y se calificaría de antidemocrático que un gobierno determine a medios tradicionales qué información es correcta, o que ordenara

eliminar contenidos de los medios o hiciera responsables a periodistas por publicar lo que consideran dañino a la seguridad nacional o la interferencia extranjera.

La alusión a la democracia y sus valores, que exige a las plataformas modificar el algoritmo para dar preferencia a los medios tradicionales, considera violatorio de la libertad de empresa y de expresión que un gobierno requiera espacios para presentar información más objetiva en los medios.

TABLA 5. Regulación de medios de comunicación en democracias desde la década de 2000

	Estados Unidos	Canadá	Reino Unido	Alemania	Francia	Italia	Países Bajos	España	Portugal	Dinamarca	Finlandia	Suecia	Austria	Bélgica	Bulgaria	Corea del Sur	República Checa	Grecia	Estonia	Hungría	Irlanda	Malta	Eslovenia	Eslovaquia	Letonia	Lituania	Rusia	Argentina	Uruguay	Ecuador	Salvador	México	Brazil	Venezuela	Australia	
Anti Monopolio, Oligopolio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Eficiencia anti monopolio y pluralismo (audiencia, votantes)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Restricciones de propiedad de medios	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Restricción vertical (medio nacional y regional)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Restricciones de propiedad cruzada de medios	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Restricciones a la propiedad extranjera de medios	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Restricciones a partidos y organizaciones políticas, legislativo, judicial, electoral, militar					X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cuotas de tiempo en pantalla		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cuota producción nacional		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cuota producción independiente		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Canales privados, públicos, comunitarios		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Transparencia propietarios medios e intereses económicos y políticos			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Organismo de regulación de medios independiente	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Protección Periodista de Intimidación, censura, condena, presión laboral, financiera					X				X																											
Consejos de medios, Consejos de profesionales, periodistas									X	X	X	X																X	X							
Derecho de réplica, rectificación, protección de difamación, calumnia		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ética Profesional (Periodismo ético)		X	X					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Buen periodismo con técnicas y reglas adecuadas		X	X					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Regul ar contenido ilegal - odio, violencia, pornografía, terrorismo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Defensor del ciudadano, atención de quejas y denuncias					X	X			X																			X	X							
Gobierno abierto-acceso a la información								X					X																							
Alfabetización mediática	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gobernanza participación ciudadana, rendición de cuentas		X							X									X	X									X	X	X	X					X

La tabla 5 presenta la regulación de los medios comunicación identificada en los Estados. La tabla 6 muestra la regulación o los instrumentos identificados por los Estados contra la desinformación de redes sociales. El propósito de cada tipología fue presentado en la tabla 3 y el numeral 3.2.

TABLA 6. Regulación o instrumentos estatales contra la desinformación en redes sociales desde la década de 2000

	Estados Unidos	Canadá	Reino Unido	Alemania	Francia	Italia	Países Bajos	Dinamarca	Finlandia	Suecia	Bélgica	Bulgaria	República Checa	Estonia	Irlanda	Turquía	Brasil	Venezuela
Transparencia de quien realiza y paga el mensaje	X	X			X			X										
Verificación de identidad de quien realiza el mensaje	X	X			X			X										
Requisitos de registro localización para evitar pautas extranjeras	X																	
Auditar el algoritmo por sesgos o discriminación		X																
Regular, eliminar bots, trolls	X	X		X							X				X			
Cooperación internacional. OTAN, UE y G7	X	X					X		X	X	X			X				
Periodismo de verificación (Fact checking)	X				X													
Fuerza de tarea para monitorear y contrarrestar	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X				
Eliminar contenido cuentas falsas, desmonetizar	X	X	X	X	X						X				X		X	X
Investigación, Cooperación estado, plataformas, académicos		X					X		X	X	X			X				
Fortalecer instituciones											X							
Fortalecer medios locales / periodismo local	X				X													
Algoritmo para dar preferencia a fuentes de noticias confiables					X													
Protección de datos personales (privacidad)	X										X	X		X			X	
Inviolabilidad de intimidad, vida privada, confidencialidad y comunicaciones																	X	
Impuestos para financiar medios tradicionales	X																	
Abrir información del algoritmo, políticas segmentación	X			X												X		
Código de conducta basado en prácticas, no en contenido	X			X							X							
Criminalizar la generación de desinformación, actos ilegales			X	X	X	X										X		X
Interferencia extranjera / seguridad nacional	X			X				X		X			X					
Multas / suspender plataformas por demoras en eliminar desinformación	X		X	X											X			X

Las regulaciones de medios tradicionales más frecuentes se presentan en la tabla 7. Se observa la inexistencia de regulación en Colombia, la regulación enfocada al mercado de los Estados Unidos, y la mayor regulación y la similitud entre la legislación europea y de los países de América Latina que tienen o tuvieron leyes de medio (Argentina, Ecuador, Bolivia, Uruguay, Venezuela).

TABLA 7. Principales regulaciones de medios tradicionales en países democráticos vigentes desde la década de 2000

	Anti-Monopolio, Oligopolio	Restricciones de propiedad de medios	Restricciones a la propiedad extranjera de medios	Cuotas de tiempo en pantalla	Consejos privados, públicos, comunitarios	Organismo de regulación independiente	Derecho de réplica, rectificación, protección de difamación, calumnia
Colombia					X	X	
Brasil				X	X		
Estados Unidos	X	X				X	
Canadá	X		X	X	X	X	
Reino Unido	X	X		X	X	X	X
Alemania	X	X		X	X	X	
Francia	X	X	X	X	X	X	
Italia	X	X		X		X	X
Países Bajos	X	X		X	X	X	
España	X	X	X	X	X	X	X
Portugal	X	X			X	X	X
Dinamarca	X				X	X	X
Finlandia	X	X		X	X	X	
Suecia	X	X		X	X	X	X
Austria	X	X	X	X	X	X	
Bélgica	X	X		X	X	X	X
Bulgaria	X	X		X	X	X	
Croacia	X	X			X	X	
Cipre	X	X	X	X	X	X	X
República Checa	X	X		X	X	X	X
Estonia	X	X		X	X	X	X
Grecia	X	X	X	X		X	
Hungría	X	X		X	X	X	
Irlanda	X	X	X		X	X	X
Malta	X	X				X	
Eslovenia	X	X		X	X	X	
Eslovacua	X	X		X	X	X	X
Lituania	X	X		X	X	X	X
Polonia	X	X	X	X	X	X	X
Rumanía	X	X		X	X	X	X
Argentina	X	X	X	X	X	X	
Uruguay	X	X		X	X	X	
Ecuador	X	X		X	X	X	X
Bolivia	X	X	X		X	X	
México	X		X	X	X	X	X
Venezuela	X	X	X	X	X		
Australia	X	X		X	X	X	X

Cuando se contrasta la regulación existente con la confianza en los medios de comunicación se puede observar que entre los países con mayor desconfianza se encuentran Estados Unidos, Colombia y Argentina, países donde funciona un modelo sin regulación (Colombia), con regulación no aplicada o desechada (Argentina) y con regulación principalmente mercantil, como sucede en Estados Unidos con las leyes antimonopolio.

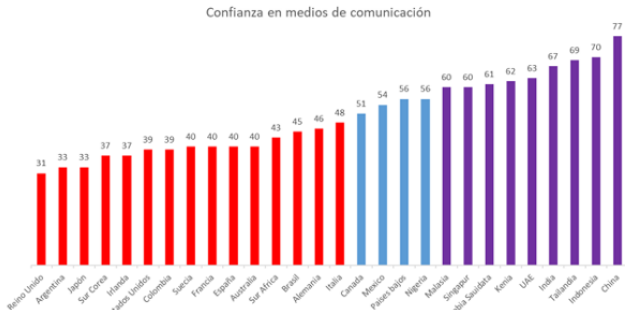


FIGURA 8. Confianza en medios de comunicación tradicionales
Nota. Elaboración con datos de Edelman Trust Barometer (2024).

Los países con mayor regulación de medios, como Canadá, Francia, Alemania, Italia o Países Bajos, presentan menor desconfianza. Cuando se analiza respecto a la confianza en gobiernos, las conclusiones son similares (ver figura 9).

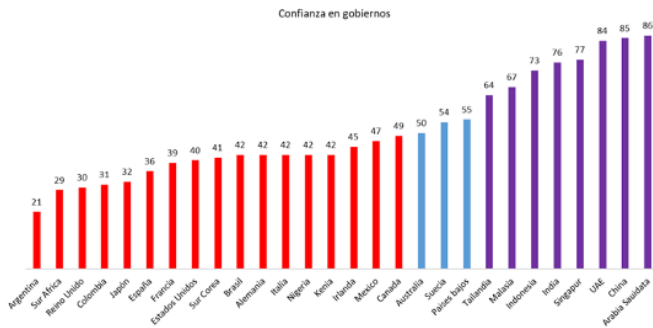


FIGURA 9. Confianza en gobiernos
Nota. Elaboración con datos de Edelman Trust Barometer (2024).

A pesar del gran número de variables que pueden influenciar en la confianza en medios y en gobiernos de un país al momento de una medición, se puede observar su relación (ver figura 10).

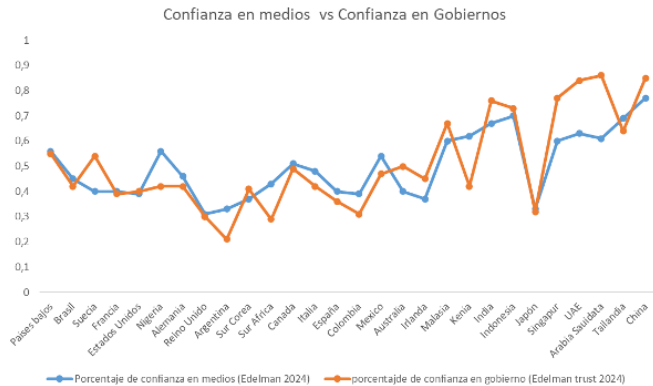


FIGURA 10. Confianza en medios de comunicación versus gobiernos
Nota. Elaboración con datos de Edelman Trust Barometer.

Reino Unido muestra poca confianza en medios y gobierno, a pesar de su amplia regulación, con niveles muy por debajo de países con un enfoque más proteccionistas de los medios al servicio público, como Canadá e incluso Alemania.

Las leyes de medios mejoran la situación en cada país, pero no tienen la capacidad de garantizar ese factor proteccionista del bien público y de información objetiva, plural, de la protección frente a la captura de los medios por intereses económicos o políticos. Por ejemplo, una excelente ley de medios no es útil con un organismo de regulador débil o influido por dinámicas comerciales resulta en ley de papel.

TABLA 8. Audiencia en televisión nacional de medios públicos y privados

País	Audiencia medios públicos TV nacional	Audiencia medios privados TV nacional	Año de medición
Colombia	< 5 %	> 90 %	2017
Estados Unidos	< 5 %	> 95 %	2023
Reino Unido	34,7 %	42,7 %	2005
Irlanda	41,3 %	31,5 %	2004
Suecia	39,7 %	42,8 %	2004
Francia	40,7 %	48,1 %	2005
España	28,2 %	44,7 %	2004
Alemania	47,5 %	32,5 %	2004
Italia	44,3 %	45,5 %	2004
Países Bajos	36,1 %	36,4 %	2004

Nota. Elaboración con datos de pluralismo mediático en los Estados miembros de la UE (2007) y compañías especializadas.

En Colombia la Comisión de Regulación de Comunicaciones es el órgano encargado de promover la competencia en los mercados, promover el pluralismo informativo y evitar el abuso de posición dominante (CRC, s. f.). La realidad refleja un oligopolio de dos canales privados que en 2017 tenían el 80 % de la audiencia. Colombia y Estados Unidos, los dos países más polarizados del mundo, con escasa regulación, presentan enormes diferencias entre la audiencia en medios públicos y privados.

En la tabla 8 puede observarse cómo en los países europeos, que tienen décadas de tradición en la regulación de medios, la audiencia de televisión nacional se reparte entre los canales privados y los canales públicos, que en teoría están llamados a garantizar la objetividad, el pluralismo y el servicio social de la comunicación.

Lo que tienen en común Reino Unido, España, Francia e Irlanda es su regulación de medios, pero la baja confianza en medios y en gobiernos. Además, cuentan con el mayor porcentaje de audiencia en la televisión nacional por canales privados, que supera en aproximadamente 8 puntos

porcentuales la audiencia de los canales públicos (en España llega caso al 15 %).

En Suecia, donde la confianza en medios es baja, pero la confianza en el gobierno es buena, la audiencia en televisión privada también supera la pública, aunque solo con un 3,1 %. En Alemania la audiencia de los medios públicos es superior de los medios privados y presenta mejor confianza en medios y gobiernos. Países Bajos tiene muy similares cuotas de mercado entre la televisión nacional pública y privada, y presenta mejor confianza en medios y gobierno.

El análisis anterior, incipiente y que requiere profundizarse en futuras investigaciones, permite observar que la audiencia es el fin último que debe buscarse: los esfuerzos deben encaminarse a lograr que la población reciba pluralidad de información. Solo así la comunicación será libre de la manipulación de la opinión pública.

Tal como se exhibe en la figura 11, un modelo basado en la pluralidad de medios sin pluralidad de información puede conducir a la reproducción y continuidad de la polarización y la desinformación. Por el contrario, un escenario de pluralidad de información, distribuida en términos equitativos y horizontales, permitiría la formación en el público de criterio y el debate informativo.

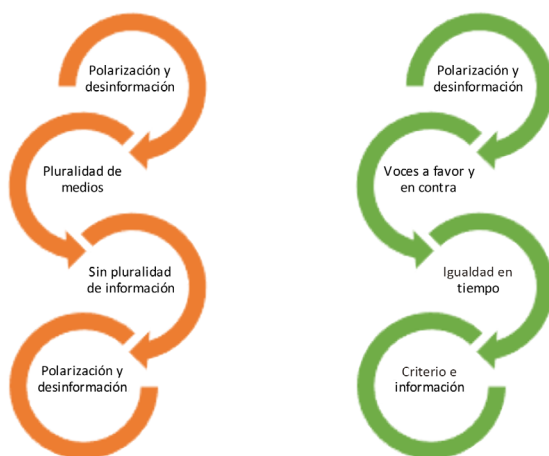


FIGURA 11. Modelo de pluralidad de fuentes versus pluralidad de información

Bourdieu (1992), Habermas (1981), Sartori (1998) y Dahl (2004) señalaron que la democracia se fortalece por el análisis, el debate y la argumentación, algo que las leyes de medios intentan conseguir, pero están

limitadas dentro del respeto por la libertad de prensa y la libertad de empresa del modelo de comunicación existente. La variedad de criterios y de puntos de vista, sin embargo, no se logra con pluralidad de medios.

Las leyes de medios requieren respeto por la objetividad y la ética, el equilibrio de las partes involucradas y las buenas prácticas informativas, pero no es suficiente. Por ejemplo, en Estados Unidos, un país con pleno modelo de mercado donde cuatro grandes empresas compiten a escala federal, estatal y local, los pequeños productores terminaron absorbidos, y estas cuatro compañías captan la mayoría de las audiencias, lo que refuerza los sesgos ideológicos vía sesgo de confirmación (Congressional Research Service, 2016).

En Irlanda expresamente se requiere a los medios presentar las noticias de manera imparcial y objetiva, sin ninguna expresión de la opinión del propietario del medio (Irish Statute Book, 2009). En Eslovaquia los medios están obligados a garantizar la veracidad de la información, la pluralidad de opiniones dentro del servicio de programas de radiodifusión y la objetividad e imparcialidad de los informativos (Slov-lex, 2022). En Estonia se requiere a los medios de televisión y radio un equilibrio para que los diversos partidos o candidatos sean escuchados (Media Services Act Estonia, 2011). En Italia las leyes tienen como objetivo garantizar el derecho de los ciudadanos a recibir información diversa y plural de las alternativas políticas durante las campañas electorales (Verza, 2018).

Estos ejemplos resaltan que es necesario garantizar el que, en temas de interés público, político, social, los diferentes medios, sin importar su propiedad, otorguen el mismo tiempo y condiciones a las partes e ideas enfrentadas, así como permitir a cada individuo formar una verdad propia.

4. Conclusiones

Los teóricos de la comunicación y la democracia habían advertido los problemas de la comunicación y las crisis producto de la promoción de la libertad de expresión y prensa sin reforzar conjuntamente la libertad de recibir información objetiva e imparcial. También previnieron sobre los riesgos de captura de los medios por poderes económicos y el debilitamiento de la democracia, producto de la desconfianza en estos medios, así como la amenaza de la generación de una sociedad menos analítica, deliberativa y propensa a la desinformación.

La revisión de la literatura permitió observar una sobrerrepresentación de los problemas de desinformación ocasionados por las redes sociales por sobre el estudio de los efectos de la desinformación en medios tradicionales (Mastrini y Chacra, 2005; MacBride *et al.*, 1984; WSIS, 2003; Masip *et al.*, 2020; Noam, 2009; Espinoza Guanilo, 2024; Gálik, 2010; Finkelstein *et*

al., 2012; Nieminen, 2013; Ali y Puppis, 2018; Frère, 2009; Santander, 2014; Bernadette Califano, 2015; Zimmer, 2018; Sánchez-Beato, 2022; Jungherr y Schroeder, 2019, 2021; Allen *et al.*, 2020; Grinberg *et al.*, 2019; Nyhan, 2020; Meier, 2010; Guess *et al.*, 2019; Golovchenko, 2020; Baptista y Gradim, 2022; Soares y Recuero, 2020; Fathaigh *et al.*, 2021; United Nations, 2022; Bradshaw *et al.*, 2018; Mueller, 2015).

En cuanto a las propuestas para contrarrestar la desinformación, son numerosas las estrategias propuestas dirigidas a medios de comunicación y redes sociales. Algunas de ellas han sido implementadas en países democráticos, de manera legítima y constitucional, en leyes y políticas públicas de medios, fundamentadas bajo el principio del uso social de los medios.

Como conclusión, se puede afirmar que garantizar la pluralidad de información por medio de leyes de medios, y no solo mediante su pluralidad, es una herramienta clave para combatir la desinformación. Esto se debe, en parte, a que, inevitablemente, aun en ambientes de pluralidad mediática, el modelo económico de los medios privados los obliga a centrar sus esfuerzos en la generación de audiencia con el entretenimiento y la conexión con los consumos masivos o masificados.

Ante esto, una alternativa de solución a la desinformación presente, en la doctrina de la equidad declarada constitucional por la Corte Suprema de Estados Unidos, es legislar o regular en términos de contenidos, para garantizar la pluralidad dentro del medio de diferentes puntos de vista divergentes, en condiciones similares de audiencia y difusión.

También, a pesar de comprenderse los riesgos presentes en la difusión de información pública en redes, es necesario debatir públicamente sobre los riesgos de censura presentes en las regulaciones de redes sociales. Una buena práctica para valorar lo democrático o no de la regulación sobre espacios digitales consiste en aplicar una prueba de referencia, comparando la misma ley aplicada a los medios de comunicación, y viceversa. Si dicha regulación no es posible o deseable en los medios tradicionales, entonces debe discutirse su validez para el ámbito digital.

Es de resaltar, a modo de conclusión, que, a pesar de las limitaciones idiomáticas y de herramientas tecnológicas, el trabajo buscó contar con una muestra representativa de la producción académica, institucional y de la sociedad civil. Se espera que futuros trabajos realicen la validación de lo aquí afirmado y complementen esta emergente revisión de documentos secundaria con trabajos basados en otras metodologías.

Como agenda para investigaciones futuras, se requiere fortalecer la construcción de indicadores de libertad de prensa con la pluralidad de

medios y la concentración de la propiedad o la captura mediática por actores privados o gubernamentales. También se necesita retomar los trabajos centrados en el análisis del uso político de los medios de comunicación como herramientas constructoras de agenda pública.

Los medios son controlados por personas y no tienen derechos superiores a los ciudadanos. Por el contrario, los ciudadanos requieren información objetiva para su vida y su sociedad, mientras para los medios se trata de una comercialización. Así, la búsqueda por acceso a la información veraz es la expresión de la tensión entre un derecho colectivo versus derechos individuales.

Contribución de autoría

Harold Joséft González Espinosa cumplió con las fases de conceptualización, curación de datos, análisis de datos, adquisición de fondos, investigación, metodología, administración de proyecto, recursos, *software*, validación, visualización, redacción del borrador original, y redacción, revisión y edición.

Camilo Cruz Merchán cumplió con las fases de metodología, supervisión, validación, redacción del borrador original, y redacción, revisión y edición.

Fuente de financiamiento

Autofinanciado.

Potenciales conflictos de interés

Ninguno.

Declaración de uso de IA

Los autores declaran que, durante la preparación del manuscrito, no emplearon ninguna IA generativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ali, C. y Puppis, M. (2018). When the watchdog neither barks nor bites: Communication as a power resource in media policy and regulation. *Communication Theory*, 28(3), 270-291. <https://doi.org/10.1093/ct/qtx003>
- Allen, J., Howland, B., Mobius, M., Rothschild, D. y Watts, D. J. (2020). Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem. *Science Advances*, 6(14), eaay3539. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aay3539>
- Álvarez, M. (2016). Informar sobre el informador: Crítica de la conceptualización del sistema mediático desde el modelo del «cuarto poder». *Perspectivas de la Comunicación*, 9(2), 93-109. <https://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/index.php/perspectivas/article/view/677>
- Amnistía Internacional. (2017). Turquía: el periodismo no es delito. <https://www.amnesty.org/es/latest/campaigns/2017/02/free-turkey-media/>
- Banaji, S. (2021). Book review: *Digital democracy, social media and disinformation* by Petros Iosifidis and Nicholas Nicoli. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 752-754. <https://doi.org/10.1177/19401612211020914>
- Baptista, J. P. y Gradim, A. (2022). Online disinformation on Facebook: The spread of fake news during the Portuguese 2019 election. *Journal of Contemporary European Studies*, 30(2), 297-312. <https://doi.org/10.1080/14782804.2020.1843415>
- Bângăoanu, A. y Radu, L. (2018). Fake news or disinformation 2.0? Some insights into Romanians' digital behaviour. [Documento no publicado].
- Becerra, M. (2014, 1 de enero). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad*, 249. <https://nuso.org/articulo/medios-de-comunicacion-america-latina-a-contramano/>
- Beyer, J. (2023, 21 de septiembre). French Content Moderation and Platform Liability Policies. *The Henry M. Jackson School of International Studies*. <https://jsis.washington.edu/news/french-content-moderation-and-platform-liability-policies/>
- Bourdieu, P. (1992). La opinión pública no existe. *Debates en Sociología*, 17, 301-311. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/6673/6776>
- Boyd-Barrett, O. (2020). *RussiaGate and propaganda. Disinformation in the age of social media*. Routledge. <https://www.routledge.com/RussiaGate-and-Propaganda-Disinformation-in-the-Age-of-Social-Media/Boyd-Barrett/p/book/9780367202620>
- Bradshaw, S., Neudert, L.-M. y Howard, O. N. (2018). *Government responses to malicious use of social media*. NATO. <https://stratcomcoe.org/publications/government-responses-to-malicious-use-of-social-media/125>

- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 19, 61-78. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112015000200007
- Congressional Research Service. (2016). *The FCC's rules and policies regarding media ownership, attribution, and ownership diversity*. <https://www.congress.gov/crs-product/R43936>
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC). (S. f.). ¿Cuáles son las competencias de la CRC? <https://www.crcm.gov.co/es/preguntas-frecuentes/cuales-son-las-competencias-crc>
- Dahl, R. A. (2004). La democracia. Studocu. <https://www.studocu.com/co/document/universidad-de-pamplona/civica-y-constitucion/la-democracia-por-robert-alan-dahl/33246973>
- Edelman. (2023). 2023. *Edelman Trust Barometer. Reporte Colombia*. <https://www.edelman.lat/edelman-trust-barometer-colombia-2023>
- Edelman. (2024). 2024 *Edelman Trust Barometer*. <https://www.edelman.com/trust/2024/trust-barometer>
- Erllich, A. y Garner, C. (2023). Is pro-Kremlin disinformation effective? Evidence from Ukraine. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 5-28. <https://doi.org/10.1177/19401612211045221>
- Espinoza Guanilo, A. (2024). Periodismo en tiempos de posverdad y desinformación. Analizando el trabajo de los periodistas para plataformas digitales de *El Comercio* y RPP. *Desde el Sur*, 16(2), e0032. <http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v16n2/2415-0959-des-16-02-e0032.pdf>
- Fathaigh, R. Ó., Helberger, N. y Appelman, N. (2021). The perils of legally defining disinformation. *Internet Policy Review*, 10(4). <https://policyreview.info/articles/analysis/perils-legally-defining-disinformation>
- Federal Communications Commission (FCC). (2003, 2 de junio). FCC Revised Media Ownership Rules. https://www.pbs.org/newshour/nation/media-jan-june03-report_06-02
- Finkelstein, R. (2012). *Report of the Independent Inquiry into the Media and Media Regulation*. <https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2012-02/apo-nid28522.pdf>
- Finkelstein, R., Ricketson, M., Tiffen, R., Papandrea, F., Walker, K., Young, C. y Hill, G. (2012). *Report of the Independent Inquiry into the Media and Media Regulation* (Vol. 1). Department of Broadband, Communications and the Digital Economy. <https://researchprofiles.canberra.edu.au/en/publications/report-of-the-independent-inquiry-into-the-media-and-media-regula/>

Frère, M.-S. (2009). After the hate media. *Global Media and Communication*, 5(3), 327-352.

Fuente, M. H. de la, Llamas, M. S. y Lozano, E. C. (2022). Periodismo de datos contra desinformación: Competencias, perfiles y formación requerida en el periodismo de datos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), artículo 4. <https://doi.org/10.5209/esmp.82592>

Gálik, M. (2010). Regulating media concentration within the Council of Europe and the European Union. En B. Klimkiewicz (ed.), *Media freedom and pluralism: Media policy challenges in the enlarged Europe* (pp. 229-244). Central European University Press. <https://books.openedition.org/ceup/2179>

Golovchenko, Y. (2020). Measuring the scope of pro-Kremlin disinformation on Twitter. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1-11. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00659-9>

Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B. y Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>

Guess, A. M., Nagler, J. y Tucker, J. A. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>

Giuffrida, A. (2018, 19 de enero). Italians asked to report fake news to police in run-up to election. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2018/jan/19/italians-asked-report-fake-news-police-run-up-election>

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili.

Harari, Y. N. (2018). *21 lessons for the 21st century*. Spiegel & Grau.

Heisler, J. (2024, 15 de febrero). Facebook news ban in Canada leaves small outlets struggling. *Voice of America*. <https://www.voanews.com/a/facebook-news-ban-in-canada-leaves-small-outlets-struggling-/7489564.html>

International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA). (2016). *La calidad de las democracias en América Latina*. <https://www.idea.int/publications/catalogue/la-calidad-de-las-democracias-en-america-latina>

Irish Statute Book. (2009). Broadcasting Act 2009, Section 42. <https://www.irishstatutebook.ie/eli/2009/act/18/section/42/enacted/en/html#sec42>

Jungherr, A. y Schroeder, R. (2019). Digital media and the surge of political outsiders: Explaining the success of political challengers in the United States, Germany, and China. *Social Media + Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119875439>

Jungherr, A. y Schroeder, R. (2021). Disinformation and the structural transformations of the public arena: Addressing the actual challenges to democracy. *Social Media + Society*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305121988928>

Légifrance. (2018). LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information (1). Légifrance. <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000037847559>

MacBride, S., Abel, E. e International Commission for the Study of Communication Problems (Eds.). (1984). *Many voices, one world: Communication and society, today and tomorrow. The MacBride Report*. Unesco.

Martin, S. (2023, 21 de noviembre). Recognizing fake news: Media literacy now required subject in California schools. *USA Today*. <https://www.usatoday.com/story/news/education/2023/11/21/fake-news-california-schools-media-literacy/71664379007/>

Martins, A., Teixeira, J. y Larrondo, A. (2021). La lucha contra la desinformación sobre la COVID-19 en Brasil: Estudio exploratorio de las agencias de verificación Fato ou Fake y Lupa. *Hipertext.net*, 22, 15-25. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2021.i22.02>

Masip, P., Suau, J. y Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: Ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la Información*, 29(5), e290527. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>

Mastrini, G. y Chacra, D. (2005). 20 años no es nada: Del NOMIC a la CMSI. <https://dptocomunicacionunsj.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/10/20-ac3b1os-no-es-nada-del-nomic-a-la-cmsi-mastrini-y-de-charras.pdf>

McChesney, R. W. y Schiller, D. (2003). *The political economy of international communications. Foundations for the emerging global debate about media ownership and regulation*. United Nations Research Institute for Social Development. [http://213.129.70.86/80256B3C005BCCF9/httpNetITFramePDF?ReadForm&parentunid=C9DCBA6C7DB78C2AC1256BDF0049A774&parentdoctype=paper&netitpath=80256B3C005BCCF9/\(httpAuxPages\)/C9DCBA6C7DB78C2AC1256BDF0049A774/\\$file/mcchesne.pdf](http://213.129.70.86/80256B3C005BCCF9/httpNetITFramePDF?ReadForm&parentunid=C9DCBA6C7DB78C2AC1256BDF0049A774&parentdoctype=paper&netitpath=80256B3C005BCCF9/(httpAuxPages)/C9DCBA6C7DB78C2AC1256BDF0049A774/$file/mcchesne.pdf)

Media Ownership Monitor. (2017). Media Ownership Monitor. Colombia. <https://colombia.mom-gmr.org/es/media/>

Media Services Act Estonia. (2011). Riigi Teataja. <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/511012019003/consolide>

Meier, W. A. (2010). From media regulation to democratic media governance. En J. Trappel, W. A. Meier, L. d'Haenens, J. Steemers y B. Thomass (eds.), *Media in Europe Today* (pp. 153-166). Intellect.

Mueller, M. L. (2015). Hyper-transparency and social control: Social media as magnets for regulation. *Telecommunications Policy*, 39(9), 804-810. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.05.001>

Murillo, A. (2020). Desconfianza, regímenes de verdad, conspiraciones y montajes en el contexto de la covid-19 en México. *Desde el Sur*, 12(2), 547-571. <https://www.scielo.org.pe/pdf/des/v12n2/2415-0959-des-12-02-547.pdf>

Nieminen, H. (2013). The challenges of convergence for European media and communication regulation: A model for analysis. En *Past, future and change: Contemporary analysis of evolving media scapes*. Založba FDV.

Noam, E. M. (2009). The need for a new concentration index for media. En E. Noam (ed.), *Media ownership and concentration in America* (pp. 410-418). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195188523.003.0017>

Nyhan, B. (2020). Facts and Myths about Misperceptions. *Journal of Economic Perspectives*, 34(3), 220-236. <https://doi.org/10.1257/jep.34.3.220>

Organization of American States (OAS). (2009, 1 de agosto). Freedom of expression. Principles. IACHR/OAS.

Organization of American States (OAS). (2011). Declaration of principles on freedom of expression. <https://www.oas.org/en/iachr/mandate/basics/declaration-principles-freedom-expression.pdf>

Our World in Data. (2022). Freedom of expression index, 2025. <https://ourworldindata.org/grapher/freedom-of-expression-index>

Puppis, M. (2008). National media regulation in the era of free trade: The role of global media governance. *European Journal of Communication*, 23(4), 405-424. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323108096992>

Recuero, R., Soares, F. B. y Gruzd, A. (2020). Hyperpartisanship, disinformation and political conversations on Twitter: The Brazilian presidential election of 2018. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14, 569-578. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v14i1.7324>

Reporters Without Borders. (2023). World press freedom index. Scores. <https://rsf.org/en/index/score-eco>

Salomaa, S., Palsa, L. y National Audiovisual Institute (Finland). (2019). *Media literacy in Finland: National media education policy*.

- Sánchez-Beato, E. J. (2022). Control de la desinformación versus libertad de expresión en un estado democrático. *Ius Humani. Revista de Derecho*, 11(2), 97-135. <https://doi.org/10.31207/ih.v11i2.306>
- Santander, P. (2014). Nuevas leyes de medios en Sudamérica: Enfrentando políticamente la concentración mediática. *Convergencia*, 21(66), 13-37. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10531453001>
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Alianza.
- Senate (U. S.). (2022). July 28, 2022. Committee discharged; referred to the Committee on Commerce, Science, and Transportation. [Proyecto de ley].
- Slov-lex. (2022). 264/2022 Z.z. Zákon o mediálnych službách a o zmenách... <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2022/264/20220801.html>
- Soares, F. B. y Recuero, R. (2020). Hashtag wars: Political disinformation and discursive struggles on Twitter conversations during the 2018 Brazilian presidential campaign. *Social Media + Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/20563051211009073>
- swissinfo.ch (SWI). (2022, octubre 13). Turquía aprueba ley que castiga con cárcel difundir «información falsa». *SWI swissinfo.ch*. <https://www.swissinfo.ch/spa/turqu%c3%ada-aprueba-ley-que-castiga-con-c%c3%a1rcel-difundir-informaci%c3%b3n-falsa/47977334>
- United Nations. (2022). *Countering disinformation for the promotion and protection of human rights and fundamental freedoms: Report of the Secretary-General*. <https://digitallibrary.un.org/record/3987886>
- United Nations Development Programme (UNDP). (2023). «With me, or against me»: The intensification of political polarization in Latin America and the Caribbean. <https://www.undp.org/latin-america/blog/me-or-against-me-intensification-political-polarization-latin-america-and-caribbean>
- Verza, S. (2018). An overview of Italian online and offline political communication regulation. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18078.84802>
- Villanueva, E. (Ed.). (2003). *Derecho de la información. Conceptos básicos*. CIESPAL. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/127471-opac>
- World Inequality Database (WID). (2022). World. <https://wid.world/world/>
- World Summit on the Information Society (WSIS). (2003). Declaration of principles. International Telecommunication Union (ITU). <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/dop.html>
- Zimmer, B. (2018). *Democracy under threat: Risks and solutions in the era of disinformation and data monopoly*. <https://www.ourcommons.ca/Content/Committee/421/ETHI/Reports/RP10242267/ethirp17/ethirp17-e.pdf>

Harold Joseft González Espinosa es magíster en Políticas Públicas y Desarrollo de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB, Colombia), maestrante en Economía, ingeniero industrial de la Universidad Industrial de Santander (UIS, Bucaramanga, Colombia) y Certified Fire Protection Specialist de The National Fire Protection Association (NFPA, Estados Unidos).

Camilo Cruz Merchán es doctor en Ciencias Políticas por la Universidad Autónoma de México (UNAM) y docente del Programa de Estudios Políticos y Resolución de Conflictos de la Universidad del Valle (Colombia).

Recepción: 20/7/2025

Aceptación: 1/7/2026