OBSERVACOM
Observatorio Latinoamericano
de Regulación, Medios y Convergencia

-

14 de agosto de 2026

ASUNTO: Contribución de OBSERVACOM para la próxima instancia de trabajo

Aportes de OBSERVACOM para fortalecer la integridad de la información en Uruguay de cara al próximo ciclo electoral:

OBSERVACOM quiere enfatizar la necesidad de abordajes integrales y complementarios de los cuatro ejes propuestos. La integridad de la información no depende únicamente de las respuestas frente a contenidos problemáticos: requiere un ecosistema de medios plural y sostenible, para lo cual se precisan políticas públicas activas desde el Estado, así como reglas democráticas que limiten el poder de las grandes plataformas sobre la circulación y la visibilidad de la información para proteger derechos fundamentales y la propia democracia.

En particular, de acuerdo con nuestra experiencia y conocimientos, queremos proponer líneas de trabajo para abordar los ejes “pluralismo, sostenibilidad de los medios y periodismo de calidad” y; “gobernanza de plataformas, regulación y transparencia

Eje: Pluralismo, sostenibilidad de los medios y periodismo de calidad:

1. Construir una política pública integral para la sostenibilidad del periodismo. El Estado debería asumir una responsabilidad activa en la protección del pluralismo y del periodismo de interés público, combinando apoyos directos e indirectos, fortalecimiento de los medios públicos y comunitarios, incentivos para la innovación y medidas para mejorar las condiciones laborales. La política no debería limitarse a compensar a empresas consolidadas ni depender de acuerdos voluntarios entre plataformas y grandes medios.

2. Abrir la discusión sobre un impuesto o contribución de las grandes plataformas. La contribución debería ser específica, progresiva y asimétrica, y aplicarse a los ingresos generados en Uruguay. La recaudación debería alimentar una especie de “Fondo para el Pluralismo y el Periodismo de Interés Público”, administrado con independencia del gobierno y de las empresas aportantes, mediante convocatorias públicas, criterios transparentes, auditorías y una conducción plural.

Deberían considerarse medios locales y del interior, comunitarios, cooperativos, sin fines de lucro, nativos digitales y pequeños o medianos; proyectos que atiendan desiertos informativos y promuevan diversidad territorial, social, racial y de género. La distribución no

debería basarse exclusivamente en tráfico, audiencia o volumen de contenidos, porque ello favorecería a los actores ya dominantes.

3. Actualizar integralmente el marco de publicidad oficial. La nueva regulación (existe actualmente un proyecto de ley a estudio del Parlamento) debería alcanzar a todos los poderes, niveles de gobierno y entidades controladas por el Estado, reconocer a los medios periodísticos digitales y preservar las reglas que destinan parte de la pauta a medios del interior. La asignación debería realizarse mediante procedimientos competitivos y criterios objetivos, transparentes y no discriminatorios. La norma también debería prohibir el uso de la pauta para premiar o castigar líneas editoriales, hacer propaganda partidaria o promover la imagen de funcionarios.

Eje: Gobernanza de plataformas, regulación y transparencia:

La respuesta regulatoria debería dirigirse a las responsabilidades propias de las grandes plataformas y a los sistemas que determinan cómo circula la información, no al control estatal de cada expresión o contenido publicado por los ciudadanos.

1. Avanzar hacia una regulación democrática, integral y asimétrica de las grandes plataformas. La legislación (existen actualmente varios proyectos de ley a estudio del Parlamento, específicamente sobre *deepfakes* e integridad de la información) debería apoyarse en las Directrices de la UNESCO y los estándares interamericanos de libertad de expresión; alcanzar principalmente a las redes sociales y motores de búsqueda de mayor tamaño e impacto; y establecer obligaciones diferenciadas según el poder de mercado, la cantidad de usuarios y la incidencia de cada servicio. Su elaboración debe realizarse mediante un proceso abierto y participativo, evitando respuestas fragmentarias cada vez que aparece una tecnología nueva.

En línea con lo anterior, sería necesario exigir transparencia significativa, rendición de cuentas y debido proceso. Esto debe incluir obligaciones de transparencia algorítmica comprensible, informes específicos para Uruguay y mecanismos de auditoría y acceso a datos para autoridades e investigadores independientes, con protección de la privacidad. Las plataformas deberían explicar sus políticas y los procesos de moderación y curación que amplifican, jerarquizan, recomiendan, indexan, reducen el alcance o eliminan contenidos de sus usuarios.

Por último, la legislación debería garantizar que las plataformas digitales ofrezcan a sus usuarios mecanismos de apelación efectivos, accesibles, oportunos y adecuados para que estos puedan oponerse y reclamar frente a decisiones que violan sus derechos. Asimismo, debería asegurar que las personas usuarias de plataformas digitales en Uruguay puedan litigar en tribunales nacionales utilizando la legislación nacional, garantizando así el derecho al acceso efectivo a la Justicia reconocido constitucionalmente para resolver

disputas entre usuarios y empresas. Ello incluye que las empresas cuenten con representantes y mecanismos de notificación judicial efectivos.

2. Regular, en particular, la dimensión sistémica de las estrategias de desinformación electoral. El foco del esfuerzo legislativo no debería estar en perseguir publicaciones aisladas ni en facultar al gobierno para decidir qué es verdadero o falso. Debe colocarse en las campañas deliberadas, masivas, financiadas y coordinadas que utilizan publicidad, algoritmos o comportamientos inauténticos para escalar y afectar la integridad electoral. Para ello, las plataformas deberían mantener repositorios públicos de anuncios políticos e informar quién contrata y financia cada pieza.

Un principio orientador debe ser seguir el rastro del dinero y de las estrategias de amplificación.

En este sentido, se deberían establecer obligaciones de transparencia activa de las grandes plataformas de Internet para conocer cuáles y cuándo se difundieron los contenidos originales de esas campañas, los responsables de las mismas y la hoja de ruta de esa estrategia (cuánto se pagó, a qué target se planificó llegar, a quiénes llegaron esos contenidos, el uso de coordinación inauténtica, etc.). Esto es un elemento clave no sólo para identificar los responsables sino -con la debida difusión previa- para desalentar y prevenir que existan, ante el riesgo de ser encontrados.

Para lograr el impacto desestabilizador que precisa, no alcanza con producir contenidos engañosos de calidad ni apenas publicarlos en una red social. Es imprescindible impulsar o promocionar con dinero su difusión, tanto pagando a las plataformas como a empresas que proveen de ejércitos de bots para lograr su viralización.

Seguir “la ruta del dinero” es posible y un mecanismo regulatorio eficaz, que no implica responsabilizar a las empresas por los contenidos dañinos de terceros, sino apenas reclamarles información y mayor transparencia en la forma en que moderan y curan esos contenidos para poder identificar a los responsables de estrategias de desinformación y desestimular estas y otras prácticas delictivas.

La Corte Electoral debería contar con competencias, recursos técnicos y potestades efectivas para requerir y auditar esa información, controlar el gasto digital y aplicar sanciones proporcionales.

3. Descartar enfoques penales amplios o mecanismos de remoción sin garantías. No se recomienda crear delitos vagos de desinformación, falsedad o contenido engañoso, ni otorgar mayor protección penal a candidatos y funcionarios públicos que al resto de la ciudadanía. Tampoco debería imponerse la eliminación inmediata de contenidos ante la sola denuncia de una persona, sin intervención judicial, porque ese mecanismo puede retirar información verdadera y de interés público durante una campaña. La protección de la honra y la reputación ya cuenta con normas aplicables con independencia del soporte tecnológico. Cuando se identifiquen vacíos específicos, deberían adoptarse reglas

tecnológicamente neutrales, respuestas graduadas y mecanismos judiciales rápidos que respeten la legalidad, la necesidad, la proporcionalidad y el debido proceso.

4. Promover mecanismos de autorregulación y corregulación verificables. Complementariamente, se deberían impulsar, en conjunto con las plataformas, compromisos públicos, códigos de buenas prácticas, protocolos electorales, memorandos de entendimiento y otros acuerdos orientados a combatir las estrategias de desinformación, mejorar la calidad de la información y aumentar la transparencia. Estas iniciativas deben complementar, y no sustituir, las obligaciones legales e incorporar objetivos e indicadores claros, información pública sobre su cumplimiento, canales permanentes de diálogo y mecanismos de seguimiento independiente. Finalizado cada proceso electoral, debería evaluarse su impacto real y efectivo.

5. Fortalecer la institucionalidad nacional y promover la coordinación regional. La aplicación de estas normas requiere el fortalecimiento y la ampliación de competencias de la Corte Electoral, sumando capacidades técnicas y recursos suficientes. Sin perjuicio de sus decisiones soberanas, Uruguay debería avanzar en paralelo en acuerdos regionales para armonizar la normativa regional y aumentar la capacidad de aplicación frente a empresas transnacionales.

Materiales de referencia:

Bases para una regulación democrática de las grandes plataformas digitales

Estándares para una regulación democrática de las grandes plataformas que garantice la libertad de expresión en línea y una Internet libre y abierta

Gobernanza de plataformas digitales: Prácticas regulatorias no estatutarias en América Latina

Institucionalidad para la regulación de grandes plataformas digitales: de las Directrices de la UNESCO a la realidad sudamericana

Impacto de programas de apoyo de grandes plataformas digitales a medios de comunicación en América Latina: Los casos Google News Initiative y Meta for Media

- *Iniciativas de regulación y autorregulación de las plataformas digitales para el financiamiento de los medios de comunicación*

Publicidad oficial, medios y libertad de expresión en América Latina: diagnóstico y propuestas para una distribución más justa y transparente de la publicidad oficial y mejorar la viabilidad de los medios independientes