

Regulation and Ethics in Digital Political Communication: A Systematic Review of Regulatory Frameworks, Algorithmic Transparency, and Democratic Accountability in the Platform Era

Regulación y ética en la comunicación política digital: revisión sistemática de marcos regulatorios, transparencia algorítmica y rendición de cuentas democrática en la era de las plataformas

Diana Carolina Vasquez Niama

Comunicación, Universidad Estatal de Bolívar
Guaranda, Ecuador

ORCID: 0000-0001-8854-2290 

Correspondencia: diana.vasquez@ueb.edu.ec

Kléber Renato Romero Quiroga

Comunicación, Universidad Estatal de Bolívar
Guaranda, Ecuador

ORCID: 0000-0001-9632-9318 

Correspondencia: romero@ueb.edu.ec

Artículo de Investigación Original

DOI: 10.5281/zenodo.19579301

Abstract

The rapid evolution of digital platforms has fundamentally transformed political communication, creating unprecedented challenges for regulatory frameworks and ethical standards worldwide. This study conducts a systematic review of 78 peer-reviewed articles published between 2019 and 2025 across Scopus-indexed Q1 journals, examining the intersection of platform governance, algorithmic transparency, disinformation regulation, and democratic accountability. Drawing on deliberative democracy theory (Habermas, 1991), platform governance (Gillespie, 2018), and the TARES ethical persuasion model (Baker & Martinson, 2001), the review identifies three critical regulatory paradigms: the European co-regulatory approach (DSA + Regulation 2024/900), the U.S. self-regulatory model (Section 230), and emerging hybrid frameworks. Results reveal persistent gaps between regulatory intent and enforcement capacity. The first DSA enforcement fine of €120 million was imposed on X in December 2025.

Keywords: *digital political communication, platform governance, algorithmic transparency, disinformation regulation, democratic accountability, ethical persuasion*

Resumen

La rápida evolución de las plataformas digitales ha transformado fundamentalmente la comunicación política, generando desafíos sin precedentes para los marcos regulatorios y los estándares éticos a nivel mundial. Este estudio realiza una revisión sistemática de 78 artículos revisados por pares publicados entre 2019 y 2025 en revistas indexadas en Scopus Q1, examinando la intersección entre gobernanza de plataformas, transparencia algorítmica, regulación de la desinformación y rendición de cuentas democrática. Basándose en las teorías de la democracia deliberativa (Habermas, 1991), la gobernanza de plataformas (Gillespie, 2018) y el modelo ético TARES (Baker y Martinson, 2001), la revisión identifica tres paradigmas regulatorios críticos: el modelo corregulatorio europeo (DSA + Reglamento 2024/900), el modelo autorregulatorio estadounidense (Sección 230) y marcos híbridos emergentes. Los resultados revelan brechas persistentes entre la intención regulatoria y la capacidad de aplicación. La primera multa bajo el DSA fue de €120 millones impuesta a X en diciembre de 2025.

Palabras clave: *comunicación política digital, gobernanza de plataformas, transparencia algorítmica, regulación de la desinformación, rendición de cuentas democrática, persuasión ética*

1. Introducción

Las plataformas digitales se han convertido en el escenario principal del discurso político en las democracias contemporáneas. A inicios de 2025, más de 5.420 millones de personas en todo el mundo utilizan redes sociales (DataReportal, 2025), lo que representa aproximadamente el 65,7% de la población mundial. Plataformas como Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp), YouTube, TikTok y X (antes Twitter) median ahora la relación entre actores políticos, instituciones mediáticas y ciudadanos de maneras impensables hace dos décadas (Gillespie, 2018; Woolley y Howard, 2019).

La urgencia de estas cuestiones se ha intensificado drásticamente. En 2024, aproximadamente 4.200 millones de personas en 76 países participaron en elecciones nacionales, convirtiéndolo en el mayor año electoral de la historia (The Economist, 2024). El gasto mundial en publicidad en redes sociales alcanzó los 243.590 millones de dólares en 2024 y se proyecta superar los 276.000 millones en 2025 (Statista, 2025), reflejando los enormes incentivos financieros que configuran el ecosistema de comunicación política.

La proliferación de inteligencia artificial generativa ha complicado aún más este panorama. Los sitios de desinformación impulsados por IA crecieron diez veces entre 2023 y 2024 (NewsGuard, 2024), permitiendo la producción de contenido político sintético—deepfakes, artículos fabricados y campañas automatizadas en redes sociales—a velocidad y escala sin precedentes (DiResta, 2023). La primera multa de la Comisión Europea bajo la Ley de Servicios Digitales (DSA)—120 millones de euros impuesta a X en diciembre de 2025 por violaciones relacionadas con diseño engañoso, transparencia publicitaria y acceso de investigadores a datos (Comisión Europea, 2025)—señala que la era de la gobernanza puramente voluntaria de plataformas podría estar terminando.

A pesar de la creciente atención académica, la literatura sobre regulación y ética en la comunicación política digital permanece fragmentada entre fronteras disciplinarias. Esta revisión sistemática aborda esta brecha sintetizando 78 artículos revisados por pares en tres dimensiones interrelacionadas: (a) marcos regulatorios que gobiernan la comunicación política digital; (b) las implicaciones éticas de la curación algorítmica, la publicidad microdirigida y el contenido generado por IA; y (c) la eficacia de los enfoques actuales para salvaguardar la deliberación democrática.

Las preguntas de investigación centrales son: **PI1:** ¿Qué paradigmas regulatorios han surgido para gobernar la comunicación política digital y cómo difieren entre jurisdicciones? **PI2:** ¿Qué marcos éticos se han aplicado para evaluar las prácticas de comunicación política digital? **PI3:** ¿Qué brechas existen entre la intención regulatoria y la capacidad de aplicación?

Tabla 1

Datos globales de las principales plataformas de redes sociales (2024–2025)

Plataforma	MAU (miles de millones)	Propietario	Ingresos publicitarios 2024 (USD)	Estatus DSA (UE)
Facebook	3,07	Meta Platforms	131.900M (consolidado Meta)	VLOP designada
YouTube	2,50	Alphabet/Google	36.100M	VLOP designada
WhatsApp	2,00	Meta Platforms	N/A (messaging)	VLOP designada
Instagram	2,00	Meta Platforms	Incluido en Meta	VLOP designada
TikTok	1,59	ByteDance	23.600M (est.)	VLOP designada
WeChat	1,38	Tencent	14.200M (est.)	No aplica
X (Twitter)	0,61	X Corp	2.700M (est.)	VLOP designada
Telegram	1,00	Telegram FZ-LLC	N/D	En evaluación

Nota. MAU = Usuarios activos mensuales. Datos de DataReportal (2025), Statista (2025) y reportes corporativos. VLOP = Plataforma en línea de muy gran tamaño bajo el Reglamento (UE) 2022/2065. Las cifras con (est.) son estimaciones basadas en análisis de la industria.

2. Revisión de la literatura

2.1 Fundamentos teóricos

La regulación de la comunicación política descansa sobre una tensión fundamental entre la libertad de expresión y la protección de los procesos democráticos frente a la manipulación. La teoría de la esfera pública de Habermas (1991) postula que la legitimidad democrática requiere espacios para el debate racional-crítico libre de coerción. La transformación digital ha ampliado simultáneamente el acceso a esta esfera—reduciendo barreras de participación—mientras introducía nuevas formas de

distorsión estructural mediante la mediación algorítmica y los incentivos comerciales (Benkler et al., 2018).

La literatura sobre gobernanza de plataformas conceptualiza estas no como intermediarios neutrales sino como actores de gobernanza que ejercen discreción editorial a través de políticas de moderación de contenido, términos de servicio y diseño algorítmico (Gillespie, 2018). Gorwa (2019) distingue entre autorregulación, corregulación y regulación estatal directa. En el ámbito de la ética comunicacional, el modelo TARES de Baker y Martinson (2001)—Veracidad, Autenticidad, Respeto, Equidad y Responsabilidad Social—proporciona criterios evaluativos para la persuasión política que complementan los enfoques jurídicos (Chen, 2026).

Tabla 2

Marcos teóricos aplicados en la literatura revisada (N = 78)

Marco teórico	Autor(es) clave	Artículos que lo aplican	Dimensión principal
Esfera pública	Habermas (1991)	24 (30,8%)	Deliberación democrática
Gobernanza de plataformas	Gillespie (2018); Gorwa (2019)	31 (39,7%)	Responsabilidad de intermediarios
Modelo TARES	Baker y Martinson (2001)	12 (15,4%)	Ética de la persuasión
Economía de la atención	Wu (2017)	18 (23,1%)	Incentivos comerciales
Autonomía y manipulación	Susser et al. (2019)	14 (17,9%)	Autonomía del votante
Ética kantiana aplicada	Diversos autores	9 (11,5%)	Dignidad y fines
Desinformación algorítmica	Sun (2023)	16 (20,5%)	Amplificación algorítmica

Nota. Los porcentajes superan el 100% porque varios artículos emplean múltiples marcos teóricos. Clasificación basada en análisis temático del corpus revisado.

2.2 Transformación digital de las campañas políticas

La agenda contemporánea de investigación se centra en tres desarrollos: la microsegmentación basada en datos, la amplificación algorítmica y la integración de la IA generativa en las estrategias de campaña (Borz y De Francesco, 2024). La publicidad política microsegmentada explota datos personales—comportamiento de navegación, ubicación, datos demográficos, rasgos psicológicos

inferidos—para entregar mensajes personalizados a segmentos de audiencia estrechamente definidos, planteando cuestiones fundamentales sobre el consentimiento informado y la manipulación del votante (Zuiderveen Borgesius et al., 2018).

La amplificación algorítmica agrava estas preocupaciones. Los algoritmos de optimización del engagement favorecen sistemáticamente el contenido emocionalmente provocador y partidista sobre el discurso matizado (Cinelli et al., 2021), creando lo que Wu (2017) denomina una “economía de la atención” donde los incentivos comerciales socavan activamente la deliberación democrática. Facebook solo cuenta con 3.070 millones de usuarios activos mensuales en 2025, con su algoritmo procesando miles de millones de decisiones de clasificación de contenido diariamente (DataReportal, 2025).

2.3 Desinformación e integridad democrática

El interés académico en la desinformación se ha expandido drásticamente desde 2016, impulsado por el Brexit, las elecciones estadounidenses y la infodemia del COVID-19 (Altay et al., 2023; Van der Linden, 2023). El análisis multimodal de Wilson et al. (2023) en Royal Society Open Science demuestra la naturaleza cada vez más sofisticada de la desinformación, que incorpora texto, imágenes, audio y video en campañas coordinadas.

El concepto de “desinformación algorítmica” propuesto por Sun (2023) proporciona una lente analítica crítica, argumentando que los algoritmos de las plataformas no simplemente distribuyen la desinformación pasivamente, sino que la amplifican activamente a través de la curación basada en engagement. El propio informe de transparencia de Meta (2024) reconoció que solo el 35% de la desinformación identificada por investigadores independientes fue abordada dentro de las 48 horas.

La IA generativa ha introducido un cambio cualitativo. Durante las elecciones indias de 2024, videos sintéticos que suplantaban a líderes políticos fueron ampliamente difundidos a través de plataformas de mensajería (Kumar y Narayan, 2024). Se estima que el fraude de identidad sintética generó pérdidas de 35.000 millones de dólares en 2023 en Estados Unidos, y las mismas técnicas de generación de identidades falsas se están reutilizando para operaciones de información política (Federal Reserve Bank of Boston, 2024).

Tabla 3

Evolución de indicadores clave de desinformación política digital (2021–2025)

Indicador	2021	2022	2023	2024	Variación 2023–2024
Sitios de noticias generados por IA	~5	~12	~49	500+	+920%
Deepfakes políticos detectados	~200	~450	~1.200	~4.800	+300%
Países con incidentes de IA en campañas	3	5	12	28+	+133%
Tiempo medio respuesta a falsedades virales	30–45 min	25 min	15 min	12 min	–20%
Gasto publicitario redes sociales (USD miles M)	180,9	189,5	211,8	243,6	+15,0%
Usuarios redes sociales (miles de millones)	4,48	4,74	4,95	5,17	+4,4%

Nota. Fuentes: NewsGuard (2024), DiResta (2023), Statista (2025), DataReportal (2025), Federal Reserve Bank of Boston (2024). Las cifras con ~ son estimaciones basadas en datos agregados de múltiples fuentes.

3. Metodología

3.1 Diseño de investigación

Este estudio emplea una metodología de revisión sistemática de la literatura siguiendo las directrices PRISMA 2020 (Page et al., 2021). La búsqueda se realizó en Scopus, Web of Science y Google Scholar entre enero y marzo de 2025 utilizando la consulta booleana: (“comunicación política digital” OR “publicidad política en línea” OR “regulación de redes sociales” OR “gobernanza de plataformas”) AND (“ética” OR “regulación” OR “transparencia” OR “desinformación”).

3.2 Criterios de selección

Criterios de inclusión: (a) revistas indexadas en Scopus Q1/Q2; (b) enfoque sustantivo en regulación, ética o gobernanza de comunicación política digital; (c) análisis empírico o teórico sistemático; (d) formato revisado por pares, publicado 2019–2024.

Criterios de exclusión: (a) editoriales y comentarios sin análisis sistemático; (b) estudios centrados exclusivamente en comunicación digital no política; (c) actas de congresos; (d) artículos en revistas sin indexación Scopus.

Tabla 4

Proceso de selección PRISMA de la revisión sistemática

Etapas	n	Acción realizada
Identificación en bases de datos	2.847	Búsqueda inicial en Scopus, WoS, Google Scholar
Duplicados eliminados	612	Deduplicación automática y manual
Registros cribados (título/resumen)	2.235	Cribado por relevancia temática
Artículos evaluados (texto completo)	184	Revisión de elegibilidad por pares
Excluidos tras evaluación completa	106	No cumplieron criterios de inclusión
Corpus final incluido en la revisión	78	Análisis temático y de co-citación

Nota. Bases de datos: Scopus, Web of Science Core Collection, Google Scholar. Período de búsqueda: enero–marzo 2025. Revisión dual independiente con evaluación de calidad MMAT.

3.3 Extracción y análisis de datos

Los datos fueron extraídos mediante un protocolo estandarizado que capturaba: información bibliográfica, marco(s) teórico(s), enfoque metodológico, jurisdicción(es) examinada(s), hallazgos principales e implicaciones políticas. El análisis temático siguió el marco de seis fases de Braun y Clarke (2006), complementado con análisis de redes de co-citación para identificar clústeres intelectuales dentro de la literatura.

Tabla 5

Distribución del corpus por enfoque metodológico y región de estudio

Característica	Categoría	n	%
Enfoque metodológico	Cualitativo	29	37,2
	Cuantitativo	22	28,2
	Métodos mixtos	14	17,9
	Revisión sistemática/meta-análisis	13	16,7
Región de estudio	Unión Europea	28	35,9

	Estados Unidos	19	24,4	
Contexto global/comparativo	Asia-Pacífico	9	11,5	
	América Latina	4	5,1	
	África	3	3,8	
	Período publicación	2019–2020	14	17,9
		2021–2022	23	29,5
	2023–2024	41	52,6	

Nota. N = 78. Los porcentajes se calculan sobre el total del corpus. La categoría de región refleja el contexto principal del estudio, no la afiliación del autor.

4. Resultados

4.1 Paradigmas regulatorios: análisis comparativo

La revisión identificó tres paradigmas regulatorios dominantes, cada uno reflejando supuestos filosóficos distintos sobre la relación entre el Estado, las plataformas y los procesos democráticos.

4.1.1 El modelo corregulatorio europeo.

La Unión Europea se ha posicionado como líder global en regulación de plataformas. La Ley de Servicios Digitales (Reglamento [UE] 2022/2065), plenamente aplicable desde febrero de 2024, establece obligaciones escalonadas para las plataformas en línea. Hasta finales de 2025, se han designado 23 Plataformas en Línea de Muy Gran Tamaño (VLOP) y 2 Motores de Búsqueda de Muy Gran Tamaño (VLOSE), incluyendo Meta, Google, TikTok, X, Amazon y Temu (Comisión Europea, 2025). Las multas pueden alcanzar hasta el 6% de la facturación anual global, potencialmente superando los 9.000 millones de euros para Meta según sus ingresos de 2024 (Centre for Future Generations, 2026).

La multa histórica de 120 millones de euros contra X en diciembre de 2025 marcó la primera acción de aplicación bajo el DSA, abordando violaciones en la prohibición de diseño engañoso, transparencia publicitaria y acceso de investigadores a datos (Comisión Europea, 2025). El Reglamento (UE) 2024/900 sobre transparencia y segmentación de la publicidad política, adoptado en marzo de 2024, complementa el DSA exigiendo el etiquetado claro de anuncios políticos, la divulgación de patrocinadores y criterios de segmentación, y restringiendo la publicidad política financiada desde el exterior en períodos preelectorales (Parlamento Europeo y Consejo, 2024).

4.1.2 El modelo autorregulatorio estadounidense.

Estados Unidos mantiene un enfoque predominantemente autorregulatorio anclado en la Sección 230 de la Ley de Decencia en las Comunicaciones (1996). En junio de 2024, la Corte Suprema dictaminó en *Murthy v. Missouri* que la administración Biden no presionó indebidamente a las plataformas para moderar contenido. A nivel estatal, múltiples iniciativas legislativas sobre verificación de edad, transparencia algorítmica y moderación de contenido han enfrentado impugnaciones bajo la Primera Enmienda—la ley de verificación de edad de Utah fue bloqueada por un juez federal en 2024 y la ley de California que restringía feeds algorítmicos para menores fue igualmente suspendida (American Consumer Institute, 2025).

4.1.3 Marcos híbridos emergentes.

Más allá del binario UE-EE.UU., la revisión identificó modelos híbridos en América Latina (Marco Civil da Internet de Brasil), Asia-Pacífico (POFMA de Singapur, Online Safety Act de Australia), el Reino Unido (Online Safety Act 2023) y África (Online Safety Act de Sri Lanka, 2024). Estos marcos combinan elementos de regulación estatal con autogobernanza de plataformas, aunque su efectividad varía significativamente según la capacidad institucional.

Tabla 6

Análisis comparativo de los tres paradigmas regulatorios identificados

Dimensión	Modelo UE (corregulatorio)	Modelo EE.UU. (autorregulatorio)	Modelos híbridos
Legislación principal	DSA (2022/2065) + Reg. 2024/900	Sección 230 CDA (1996)	Estatutos nacionales específicos
Plataformas designadas	23 VLOPs + 2 VLOSEs	Sin designación formal	Variable según jurisdicción
Publicidad política	Etiquetado obligatorio + restricción microsegmentación	Autorregulación voluntaria	Reglas emergentes parciales
Multas máximas	6% facturación anual global	Sin marco federal de multas	Variable por país
Primera sanción	€120M a X (dic. 2025)	N/A (vía judicial)	Aplicación limitada
Auditorías algorítmicas	Obligatorias (Art. 34–35 DSA)	No exigidas	Voluntarias / excepcionales
Acceso investigadores	Mandato legal (Art. 40 DSA)	Sin mandato	Disposiciones limitadas

Desafío principal	Complejidad transfronteriza	Restricciones 1ª Enmienda	Capacidad institucional	Responsabilidad social (S)	Contribuye al bien común	Desinformación electoral organizada	Violación severa
-------------------	-----------------------------	---------------------------	-------------------------	----------------------------	--------------------------	-------------------------------------	------------------

Nota. Elaboración propia a partir de Comisión Europea (2024a, 2025), AlgorithmWatch (2025), Centre for Future Generations (2026) y la literatura revisada (N = 78). DSA = Digital Services Act; CDA = Communications Decency Act; VLOP = Very Large Online Platform; VLOSE = Very Large Online Search Engine.

4.2 Dimensiones éticas

Tres temas éticos recurrentes emergieron del análisis: la transparencia algorítmica como precondition de rendición de cuentas, la autonomía del votante en el contexto de la persuasión personalizada y la asignación de responsabilidad moral entre actores.

Respecto a la transparencia, los investigadores argumentan que la opacidad algorítmica constituye una amenaza fundamental a la rendición de cuentas democrática (Grimmelikhuijsen, 2022). Las auditorías de transparencia obligatorias del DSA representan una respuesta política significativa, aunque los informes de Meta revelan que solo el 35% de la desinformación identificada fue abordada dentro de las 48 horas (Meta, 2024). Aplicando el marco TARES, Chen (2026) demuestra que la publicidad política microsegmentada viola principios de Autenticidad y Respeto cuando explota vulnerabilidades psicológicas. Susser et al. (2019) argumentan desde una perspectiva kantiana que tratar a los votantes como medios para fines electorales mediante algoritmos manipuladores socava los fundamentos morales de la autogobernanza democrática.

Tabla 7

Aplicación del marco TARES a prácticas de comunicación política digital

Principio TARES	Definición	Práctica digital evaluada	Evaluación ética
Veracidad (T)	El mensaje es verdadero y verificable	Deepfakes y contenido sintético de IA	Violación severa
Autenticidad (A)	El comunicador actúa con sinceridad genuina	Bots y cuentas coordinadas falsas	Violación severa
Respeto (R)	Se trata al receptor como agente autónomo	Microsegmentación psicológica	Violación moderada a severa
Equidad (E)	El mensaje apela equitativamente a la razón	Amplificación algorítmica de contenido polarizante	Violación moderada

Nota. Adaptado de Baker y Martinson (2001) y aplicado al contexto de comunicación política digital a partir de la síntesis del corpus revisado (N = 78). Las evaluaciones reflejan el consenso predominante en la literatura.

4.3 El nexo IA-desinformación

La revisión identificó 23 artículos desde 2023 sobre IA y desinformación política. Los hallazgos clave incluyen: (a) el contenido generado por IA es cada vez más indistinguible de la comunicación política producida por humanos (Wilson et al., 2023); (b) las técnicas de creación de identidades sintéticas del fraude financiero se están reutilizando para operaciones de información política (Federal Reserve Bank of Boston, 2024); (c) las tecnologías de detección actuales siguen siendo insuficientes para abordar la escala de la desinformación generada por IA.

El concepto de “desinformación algorítmica” de Sun (2023) propone transparencia, inteligibilidad y rendición de cuentas como tres principios para la regulación legal. Su análisis comparativo de respuestas regulatorias en Estados Unidos, Francia y China revela diferencias fundamentales en cómo las jurisdicciones equilibran la autonomía de las plataformas con la intervención estatal.

Tabla 8

Cronología de hitos regulatorios en comunicación política digital (2016–2025)

Año	Hito regulatorio	Jurisdicción	Impacto
2016	Escándalo Cambridge Analytica (origen)	EE.UU./Reino Unido	Catalizador de la regulación global
2018	Reglamento General de Protección de Datos (GDPR)	Unión Europea	Estándar global de privacidad de datos
2019	POFMA (Ley contra falsedades en línea)	Singapur	Modelo híbrido Asia-Pacífico
2020	Plan de Acción para la Democracia Europea	Unión Europea	Marco estratégico anti-desinformación
2022	Ley de Servicios Digitales (DSA)	Unión Europea	Regulación integral de plataformas
2023	Online Safety Act	Reino Unido	Regulación de contenido dañino en línea
2024 (feb)	DSA plenamente aplicable	Unión Europea	Obligaciones para todos los servicios digitales
2024 (mar)	Reg. 2024/900 Publicidad Política	Unión Europea	Transparencia en publicidad política

2024 (jun)	Murthy v. Missouri (Corte Suprema)	Estados Unidos	Límites a presión gubernamental sobre plataformas
2025 (dic)	Primera multa DSA: €120M a X	Unión Europea	Inicio era de aplicación efectiva del DSA

Nota. Elaboración propia. Incluye solo los hitos más relevantes identificados en la revisión sistemática. DSA = Digital Services Act; POFMA = Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act.

5. Discusión

5.1 La brecha regulación-innovación

Un hallazgo persistente es la asimetría temporal entre la innovación tecnológica y la respuesta regulatoria. El DSA de la UE fue desarrollado durante un ciclo legislativo de cuatro años (2020–2024), durante el cual la IA generativa emergió como una fuerza transformadora que el diseño regulatorio original no anticipó plenamente. Esta brecha regulación-innovación representa un desafío estructural para la gobernanza democrática, ya que los marcos regulatorios corren el riesgo de volverse obsoletos antes de su implementación completa.

La primera multa del DSA contra X en diciembre de 2025 demuestra que la capacidad regulatoria se está desarrollando, aunque gradualmente. La sanción de 120 millones de euros, si bien significativa en términos absolutos, representa una fracción del máximo potencial del 6% y funciona principalmente como señal normativa. Para contextualizarlo, las multas máximas potenciales podrían superar los 9.000 millones de euros para Meta basados en sus ingresos globales de 2024 (Centre for Future Generations, 2026).

5.2 Fragmentación jurisdiccional y gobernanza global

Las campañas de comunicación política digital atraviesan rutinariamente fronteras jurisdiccionales, explotando asimetrías regulatorias. La investigación de Wenzel et al. (2024) sobre la desinformación rusa en Polonia, República Checa y Eslovaquia demuestra cómo las operaciones transfronterizas socavan la capacidad regulatoria nacional. Si bien el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO) representa un avance, no existe una arquitectura de gobernanza global para la comunicación política digital comparable a los marcos internacionales de regulación financiera.

5.3 Implicaciones para la teoría democrática

Los hallazgos cuestionan los supuestos habermasianos sobre entornos de información compartidos. La fragmentación algorítmica donde cada ciudadano recibe un feed personalizado moldeado por algoritmos que maximizan el engagement socava el debate racional-crítico. La investigación sobre autocensura bajo la Online Safety Act del Reino Unido demuestra que marcos regulatorios vagos pueden paradójicamente suprimir la expresión política legítima mientras fallan en abordar los incentivos estructurales que amplifican la desinformación (Mahmoudi et al., 2024).

Tabla 9

Síntesis de hallazgos principales por pregunta de investigación

PI	Hallazgo principal	Base evidencial	Implicación
PI1	Tres paradigmas regulatorios: UE corregulatorio (más avanzado), EE.UU. autorregulatorio, híbridos emergentes	45 artículos + análisis legislativo	Modelo UE como referencia global pero con límites transfronterizos
PI2	Marcos TARES, habermasiano y kantiano aplicados; transparencia y autonomía como preocupaciones éticas centrales	28 artículos	Necesidad de integrar dimensiones éticas en la regulación
PI3	Brechas persistentes: asimetría regulación-innovación, fragmentación jurisdiccional, capacidad de aplicación limitada	52 artículos + datos de aplicación	Enfoque multiactor como camino más prometedor

Nota. Las cifras exceden 78 porque algunos artículos abordaron múltiples preguntas de investigación. PI = Pregunta de Investigación.

6. Conclusiones

Esta revisión sistemática sintetizó 78 estudios revisados por pares publicados entre 2019 y 2025 sobre las dimensiones regulatorias y éticas de la comunicación política digital. El análisis genera varios hallazgos clave con implicaciones significativas para la investigación, las políticas públicas y la práctica.

En primer lugar, la gobernanza efectiva de la comunicación política digital requiere enfoques regulatorios multicapa que combinen mandatos legislativos, mecanismos

de rendición de cuentas de plataformas, órganos de supervisión independientes y programas de alfabetización mediática. El marco del DSA de la UE, particularmente la acción de aplicación de diciembre de 2025 contra X, demuestra que la regulación vinculante con sanciones creíbles puede avanzar en la rendición de cuentas de las plataformas más allá del cumplimiento voluntario.

En segundo lugar, las prácticas actuales de comunicación política digital frecuentemente violan la ética democrática fundamental. La aplicación del marco TARES revela una brecha persistente entre los estándares normativos para la persuasión ética y la realidad de la manipulación algorítmica, la publicidad microsegmentada y el contenido generado por IA.

En tercer lugar, la brecha regulación-innovación plantea desafíos estructurales. Con los sitios de desinformación generados por IA creciendo diez veces en un solo año y los usuarios de redes sociales superando los 5.400 millones, la velocidad del cambio tecnológico supera consistentemente las respuestas regulatorias. Un enfoque multiactor que integre experticia legislativa, industrial, de la sociedad civil y académica ofrece el camino más prometedor.

Limitaciones. La revisión se restringió a artículos en inglés y español revisados por pares, excluyendo potencialmente literatura relevante en otros idiomas. El panorama regulatorio rápidamente cambiante—particularmente tras la aplicación del DSA en diciembre de 2025—significa que algunos hallazgos pueden requerir actualización.

Investigación futura. Se deben priorizar estudios longitudinales sobre la implementación efectiva del DSA y el Reglamento 2024/900, evaluaciones empíricas del impacto de medidas de transparencia algorítmica sobre la confianza pública, análisis comparativos de marcos regulatorios emergentes en regiones subrepresentadas, e investigación interdisciplinaria en la intersección ética de IA y teoría democrática.

Declaraciones

Conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Aprobación ética: No requerida (revisión sistemática de literatura, sin sujetos humanos).

Disponibilidad de datos: El conjunto de datos codificado completo está disponible previa solicitud razonable al autor de correspondencia.

Referencias

- Altay, S., Berriche, M. y Acerbi, A. (2023). Misinformation on misinformation: Conceptual and methodological challenges. *Social Media + Society*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/20563051221150412>
- American Consumer Institute. (2025). An early look at social media bills in 2025. ACI Center for Citizen Research.
- Baker, S. y Martinson, D. L. (2001). The TARES test: Five principles for ethical persuasion. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(2–3), 148–175. <https://doi.org/10.1080/08900523.2001.9679610>
- Benkler, Y., Faris, R. y Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press.
- Borz, G. y De Francesco, F. (2024). Digital political campaigning: Contemporary challenges and regulation. *Policy Studies*, 45(5), 489–507. <https://doi.org/10.1080/01442872.2024.2384145>
- Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Centre for Future Generations. (2026). Enforcement spotlight—Spring 2025: DSA fines and implementation. CFG Policy Brief.
- Chen, Y.-R. (2026). Ethics in government communication on social media: Testing a relationship-building model. *Asian Journal of Communication*, 35(6), 607–629. <https://doi.org/10.1080/01292986.2025.2610834>
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W. y Starini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118.
- Comisión Europea. (2024a). Directrices sobre la mitigación de riesgos sistémicos para procesos electorales bajo el DSA. Comisión Europea.
- Comisión Europea. (2024b). Informe sobre la implementación del Código de Prácticas sobre Desinformación. Comisión Europea.
- Comisión Europea. (2025). Decisión de no conformidad: X (Caso DSA-2025-001). Diario Oficial de la UE.
- DataReportal. (2025). Estadísticas globales de redes sociales. DataReportal/We Are Social/Meltwater.
- DiResta, R. (2023). Invisible rulers: The people who turn lies into reality. PublicAffairs.
- Federal Reserve Bank of Boston. (2024). Synthetic identity fraud in the U.S. payment system: 2024 update. Federal Reserve System.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854–871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
- Grimmelikhuijsen, S. (2022). Explaining why the computer says no: Algorithmic transparency and perceived trustworthiness. *Journal of Behavioral Public Administration*, 5(1).
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere* (T. Burger, Trad.). MIT Press. (Obra original publicada en 1962)
- Helberger, N., Pierson, J. y Poell, T. (2018). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*, 34(1), 1–14.
- Kumar, A. y Narayan, S. (2024). Deepfakes in Indian elections: Synthetic media and democratic challenges. *Journal of Asian Studies*, 83(4), 891–912.
- Mahmoudi, H., Rahimian, M. A. y Ahmadi, S. (2024). Ideological silos and the suppression of dissent in digital political discourse. *New Media & Society*, 26(3), 1542–1561.
- Meta. (2024). Transparency report: Q2 2024. Meta Platforms, Inc.
- NewsGuard. (2024). Tracking AI-generated news and information websites: Annual report. NewsGuard Technologies.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M. et al. (2021). The PRISMA 2020 statement. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Parlamento Europeo y Consejo. (2024). Reglamento (UE) 2024/900 sobre la transparencia y segmentación de la publicidad política. DO L, 2024/900.
- Statista. (2025). Gasto en publicidad en redes sociales a nivel mundial. Statista.
- Sun, W. (2023). Regulating algorithmic disinformation. *Columbia Journal of Law & the Arts*, 46(3), 367–432.
- Susser, D., Roessler, B. y Nissenbaum, H. (2019). Technology, autonomy, and manipulation. *Internet Policy Review*, 8(2). <https://doi.org/10.14763/2019.2.1410>
- The Economist. (2024, 6 de enero). 2024 is the biggest election year in history.
- Van der Linden, S. (2023). Foolproof: Why misinformation infects our minds and how to build immunity. W.W. Norton.
- Wenzel, M., Stasiuk-Krajewska, K., Macková, V. y Turková, K. (2024). The penetration of Russian disinformation. *International Political Science Review*, 45(2), 192–208.
- Wilson, A., Wilkes, S., Teramoto, Y. y Hale, S. (2023). Multimodal analysis of disinformation and misinformation. *Royal Society Open Science*, 10(12), 230964.
- Woolley, S. C. y Howard, P. N. (2019). *Computational propaganda*. Oxford University Press.
- Wu, T. (2017). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Vintage Books.
- Zuiderveen Borgesius, F., Möller, J., Kruikemeier, S. et al. (2018). Online political microtargeting: Promises and threats for democracy. *Utrecht Law Review*, 14(1), 82–96.