



¿Viene ley para *influencers*? (I)

Mauricio Jalife

Opine usted:
mjalife@cicp.mx

@MauricioJalife



Una nueva iniciativa se suma a las previamente presentadas ante el Congreso —esta vez más seria y más robusta—, impulsada por la priista María Guadalupe Alcántara, para regular el ejercicio publicitario de los llamados “*influencer*”. La aparente trivialidad del tema encierra un debate profundo y actualiza la siempre vigente confrontación de la libertad de expresión frente a las capacidades de censura del Estado. Además, cuando la controversia se gesta en el entorno de las redes sociales, adquiere tintes particulares.

La propuesta legislativa define su objetivo en regular la figura de “personas creadoras de contenido”, así como la publicidad y demás comunicaciones digitales que ejercen en redes sociales, a fin de fomentar la transparencia en la publicidad

de productos y servicios en plataformas digitales para que los consumidores comprendan que se trata de publicidad veraz e identificable.

En su exposición de motivos la iniciativa sostiene que la accesibilidad inmediata y sin restricciones de cualquier persona a las redes sociales, trae como consecuencia que la información que se ve reproducida se asuma como verdadera por el público, sin cuestionamiento alguno, moldeando el actuar y el comportamiento de las personas que la consumen. De este modo, al fungir como medio totalitario, las redes sociales (y las personas influyentes) poseen un poder extenso que, a la fecha, carece de regulación en nuestro país. De hecho, el protagonismo de los *influencer* en la publicidad supera ya a medios tan dominantes en la actualidad como Facebook o

Google, constituyendo una alternativa empleada en forma creciente por todo tipo de empresas.

Dos preocupaciones se aprecian en particular del contenido de la iniciativa. Por una parte, limitar la publicidad que los *influencer* realizan de productos y servicios y por el otro, su incidencia en preferencias electorales como se apreció en las elecciones intermedias del 2021. Como un elemento adicional para justificar la regulación se refieren los ingresos no declarados por estos personajes, que constituyen en la actualidad una clara evasión fiscal.

Para evaluar los objetivos, los medios y las posibles consecuencias de una reforma de esta envergadura es necesario atender una serie de enfoques y reflexiones. Un primer punto es que es cierto que el impacto que determinados *influencer*

están teniendo en la sociedad es creciente y su actuación no puede estar al margen de la ley. El caso de mensajes destinados a niños y adolescentes cobra especial relevancia por la modificación que tiene en su comportamiento y la formación de hábitos. Otro elemento por considerar es que, si bien internet es un medio en el que se favorece notablemente el libre intercambio de ideas, no es una burbuja que escape a la vigilancia y aplicación de la ley. Un ejemplo plausible es la reciente reforma que ha gravado las actividades de las plataformas digitales para que paguen impuestos como los demás mortales.

En la siguiente entrega revisaremos los puntos específicos de la iniciativa, mismos que parecen escapar de la siempre justificada aspiración en esta clase de leyes para alcanzar el correcto equilibrio.

... limitar la publicidad que los *influencer* realizan de productos y servicios y su incidencia en preferencias electorales...

... el impacto que los *influencer* están teniendo en la sociedad es creciente y no pueden estar al margen de la ley.



PERIÓDICO

PÁGINA

FECHA

SECCIÓN

27

05/04/2023

COLUMNAS Y
ARTÍCULOS