

Comunicado de Prensa

Aprobación por el Gobierno del Real decreto que regula la actividad de los denominados “usuarios de especial relevancia”.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación advierte del carácter limitado de la norma, que sólo se aplica a los grandes *influencers* residentes en España.

AUC manifiesta su preocupación por la indefensión de la ciudadanía ante los contenidos ilícitos difundidos por los generadores de contenidos online, especialmente en el caso de los menores, y aboga por una ley integral que regule su actividad.

Madrid, 30 de abril de 2024.- La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) ha valorado positivamente el hecho de que por primera vez se regule la difusión de contenidos por parte de las personas *influencers*, pero critica que el Real Decreto de desarrollo de la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) en relación a los denominados “usuarios de especial relevancia” deje fuera del marco de su aplicación a una gran mayoría de generadores de contenidos online, a pesar de que en muchos casos gocen de una gran popularidad especialmente en el segmento de seguidores infantil y adolescente.

Según ha podido conocerse tras su aprobación por el Consejo de Ministros de hoy martes, el Real Decreto considera usuarios de especial relevancia a aquellos influencers que, de modo simultáneo, alcancen la cifra de 300.000 euros de ingresos brutos anuales y al menos un millón de seguidores en una única plataforma o red social o dos millones de forma agregada.

Para la Asociación, los estudios del mercado de los *influencers* ponen de relieve que, con esos criterios, un número muy elevado de grandes generadores de contenidos quedarían fuera del marco de aplicación de la norma, a pesar de que, en algunos

Comunicado de Prensa

casos, puedan contar con niveles de audiencia e ingresos muy superiores a los de algunas cadenas de televisión, obligadas a cumplir la LGCA en su integridad.

AUC se muestra especialmente preocupada por la impunidad con la que la mayoría de las personas *influencers* van a poder seguir difundiendo contenidos perjudiciales para los menores, ya sean de carácter sexual, violento, relacionados con la desinformación y las pseudociencias e incluso con el consumo de sustancias tóxicas, incluyendo tabaco y alcohol.

La Asociación señala que las prácticas ilícitas en materia publicitaria (como es el caso de las comunicaciones comerciales encubiertas) por parte de los *influencers* no considerados de especial relevancia cuentan, al menos, con otras normativas de aplicación en el ámbito publicitario y comercial que pueden compensar esa limitación de la norma. Pero en el caso de la protección de niños y niñas, sólo la LGCA proporciona en la actualidad herramientas regulatorias eficaces para garantizar dicha protección, como el etiquetado de contenidos, la verificación de edad y el control parental.

Una vez aprobado el Real Decreto esos términos, la Asociación de Usuarios de la Comunicación aboga por una futura ley integral que extienda las obligaciones recogidas en el Real Decreto al conjunto de generadores de contenidos online con actividad lucrativa en el mercado, al tiempo que incluye otros aspectos como los criterios de identificación de la naturaleza publicitaria del mensaje; la limitación de su actividad promocional en sectores como las bebidas energéticas, las criptomonedas, las operaciones estéticas o los productos con alegaciones de salud; la responsabilidad ante la publicidad engañosa, las falsificaciones o la piratería; el cuidado de los *influencers* menores de edad; los aspectos laborales y la transparencia fiscal; el uso de patrones oscuros o de IA, o la obligación de contar un representante legal con responsabilidad civil en algún país miembro de la UE.