

Dictamen exploratorio solicitado por el Ministerio de Consumo con motivo de la presidencia española de la Unión Europea

El Comité Económico y Social Europeo pide una normativa armonizada para todos los países miembros en materia de regulación de *influencers*

Madrid, 24 de julio de 2023. El Comité Económico y Social Europeo (CESE) ha hecho público el Dictamen exploratorio, "*La publicidad a través de influencers y su impacto en las personas consumidoras*"¹ en el que apuesta por la armonización normativa de la actividad de estos creadores y distribuidores de contenidos en el marco de la UE.

El Dictamen, que ha tenido como ponente al secretario general de AUC, Bernardo Hernández, y como coponente al consejero Stefano Palmieri, ha sido realizado a instancias del Ministerio de Consumo español con motivo de la presidencia española del Consejo de la Unión Europea durante este semestre.

El CESE es un órgano consultivo de la UE (al mismo nivel que el Comité de las Regiones) compuesto por representantes de las organizaciones de la sociedad civil (empresas, sindicatos, consumidores y otros grupos de interés) encargado de emitir Dictámenes por propia iniciativa o preceptivos a instancias de la Comisión Europea, el Consejo de la UE y el Parlamento Europeo, en materias que afectan a la ciudadanía.

En su Dictamen, el CESE pone de relieve que no existe a nivel europeo una regulación específica de la figura de los *influencers*, aunque su actividad quede encuadrada tanto en la normativa de prácticas comerciales como en la audiovisual, y ante la actual corriente regulatoria nacional por parte de los diferentes estados miembros, señala la conveniencia de una simetría legal que no menoscabe la protección de las personas consumidoras en el mercado único.

En este sentido, el CESE hace una llamada a la Comisión para garantizar en el marco de la UE:

- Un papel más proactivo de plataformas y redes sociales para proteger a los usuarios menores de edad ante contenidos perjudiciales para su desarrollo (alcohol y bebidas energéticas; juegos de azar y apuestas; pornografía, tabaco y derivados; cirugía estética; etc.), que, en todo caso, deberán contener la etiqueta "prohibido a menores de 18 años", obligar a la verificación de edad y permitir el uso del control parental.

¹ <https://www.eesc.europa.eu/es/our-work/opinions-information-reports/opinions/advertising-through-influencers-and-its-impact-consumers>

- La identificación clara de los mensajes con intencionalidad comercial, incluyendo una mención expresa del tipo “publicidad” o “patrocinado por” en los mensajes de esta naturaleza, evitando las comunicaciones comerciales encubiertas.
- La advertencia en el uso de imágenes retocadas, modificadas o creadas por inteligencia artificial, así como del uso de *influencers* virtuales.
- El sometimiento de los mensajes a las diferentes normativas sectoriales, con el fin de garantizar la protección de la salud y la seguridad de las personas consumidoras y usuarias, especialmente de los menores y de otros colectivos vulnerables.
- Considerar específicamente estos incumplimientos como infracción por parte de los *influencers*, sin menoscabo de la responsabilidad solidaria por parte de anunciantes y de plataformas y redes sociales.

El CESE indica también que debe prestarse especial atención al uso de patrones oscuros, al uso indebido o denigratorio de las marcas, a la promoción de productos financieros no autorizados, a los robos de identidad o falsos *influencers*, que se aprovechan de la imagen de personas famosas sin su conocimiento, cada vez más frecuentes sobre todo en el ámbito de las inversiones fraudulentas y de las criptomonedas.

El Comité destaca también el valor complementario de los sistemas de regulación voluntaria (corregulación), en los que participen todos los agentes involucrados: los *influencers*, sus agentes y asociaciones representativas; las plataformas y redes sociales; la industria y los anunciantes; las asociaciones de autorregulación publicitaria; las asociaciones de consumidores y usuarios y otras entidades de la sociedad civil, así como las autoridades reguladoras.

Para el CESE, quedan una serie de cuestiones relativas a la actividad de los creadores de contenido/*influencers*, tales como su lugar en la legislación laboral, cuestiones relacionadas con los impuestos sobre la renta, el impuesto sobre el valor añadido, así como la actividad específica de los niños *influencers*, que consideramos deberían estar sujetas a un cuidadoso análisis a nivel de la UE.