CAMPAÑAS

Piden vigilar mensajes políticos de influencers

DE LA REDACCIÓN
nacional@gimm.com.mx

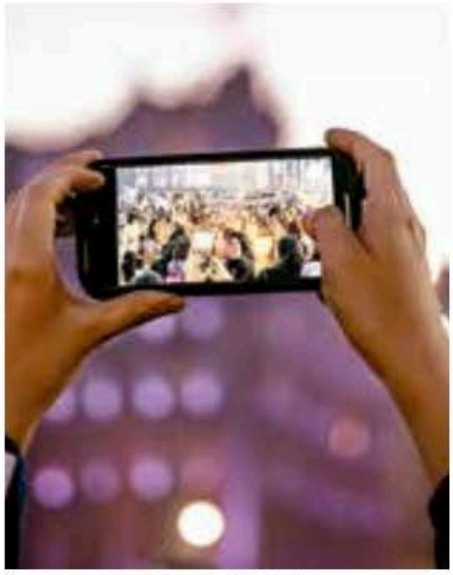


Foto: IDEA Internacional

El documento identifica vacíos en las legislaciones.

La mayoría de las legislaciones electorales no contemplan la actividad de los influencers en redes sociales, pese a su peso en el debate público, advirtió el Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA Internacional).

Lo anterior es parte de la conclusión central del informe Influence and Political Integrity: Mapping Regulatory Frameworks for Influencers, publicado el pasado 5 de noviembre, que analiza las leyes de 18 países, México incluido, y la de la Unión Europea.

El documento identifica cinco vacíos: falta de reglas específicas; pagos difíciles de rastrear, por intermediarios o regalos; regulación dispar, pues en algunos países se reportan ingresos comerciales, pero no por mensajes políticos; definiciones imprecisas de quién es influencer; y autoridades sin herramientas ni personal especializado.

Asimismo, plantea 17 recomendaciones para evitar que la propaganda pagada se difunda sin revelar quién la financia, entre ellas exigir que se identifique como tal, vigilar cuentas pequeñas y regular personajes creados con inteligencia artificial.

El texto aclara que los influencers no deben entenderse sólo como anunciantes, y que no se busca restringir su libertad de expresión.