Instagram controlará el contenido patrocinado de los influencers

Instagram, propiedad de Facebook, ha acordado medidas para combatir la publicidad encubierta de los llamados “influencers” en su plataforma de fotos y vídeos, dijo el viernes la Autoridad de Competencia y Mercados de Reino Unido (CMA por sus siglas en inglés).

Estos influencers con miles de seguidores pueden llevarse grandes comisiones pagadas por empresas por promocionar un producto en Instagram.

En lo que la CMA describió como un importante cambio de comportamiento por parte de una importante plataforma de redes sociales, Facebook Irlanda, que opera Instagram en Reino Unido, se ha comprometido a llevar a cabo una serie de cambios.

“Esto hará mucho más difícil para la gente publicar un anuncio en Instagram sin etiquetarlo como tal”, dijo la CMA en un comunicado.

Facebook dijo que la compañía estaba satisfecha de trabajar con la CMA en sus continuos esfuerzos por aumentar la transparencia sobre cuándo se paga a las personas por publicar contenido en Instagram.

“También estamos orgullosos de lanzar un programa con MediaSmart para ayudar a educar a los jóvenes sobre el contenido patrocinado y cómo identificarlo”, añadió Facebook.

La CMA dijo que estuvo investigando por las sospechas de que muchos influencers estaban publicando contenido de empresas sin dejar claro si estas les pagaban o si habían recibido otros incentivos para hacerlo.

Los influencers tendrán que confirmar y aclarar si han recibido algún incentivo para promocionar un producto o servicio.

Instagram también utilizará la tecnología para detectar las publicaciones que puedan no haber indicado claramente que estas son promocionales, dijo la AMC.

El año pasado 16 famosos se comprometieron a mejorar su comportamiento en las redes sociales después de tomar medidas la la CMA, añadió el regulador.

Con información de Tal Cual/Reuters