

JORNADAS SOBRE EL *INFLUENCER* GASTRONÓMICO:  
*ASPECTOS JURÍDICOS Y ÉTICOS DE SU ACTIVIDAD*  
(Área de Derecho Civil)

*SEMINARS ON THE GASTRONOMIC INFLUENCER:*  
LEGAL AND ETHICAL ASPECTS OF THEIR ACTIVITY  
(*Civil Law Area*)

**ALEJANDRO PLATERO ALCÓN<sup>15</sup>**

El día 1 de diciembre del año 2022 en la Facultad de Derecho de Cáceres se desarrolló un evento académico con un marcado talante de actualidad, sobre todo en lo que respecta a la actividad diaria cotidiana que desarrolla o puede desarrollar un alumno universitario, donde seguro que consume numerosas horas al día actividades desarrolladas por *influencers*.

Pues bien, en este caso, se decidió orientar la citada actividad, a un sector en concreto, el de carácter gastronómico, contando para ella con la presencia del *influencer* Sezar Blue, que en la actualidad cuenta con 436.000 suscriptores en la plataforma *Youtube*. En concreto, durante la celebración de la jornada se abordaron en primer lugar las cuestiones de carácter jurídico, posponiendo para el final de la misma, un interesante debate, entre representantes del sector hotelero de la ciudad, sobre su percepción general, en relación con la actividad que desarrollan los *foodies* en la actualidad.

Así, en primer lugar se produjo una conferencia a cargo de la profesora titular de Derecho Financiero y Tributario de la Universidad de Extremadura, Doña Elena Manzano Silva, donde durante su intervención, explicó los principales aspectos complejos que se derivan de la tributación de la actividad de los *influencers*. Debe recordarse que, al existir en la actualidad distintas plataformas con la que monetizar los contenidos, puede ocurrir que cada una de ellas tenga sede en distintos territorios, aplicando en sus pagos diferentes reglas, aunque si el *influencer* reside en España, evidentemente, tendrá que tributar en el

---

<sup>15</sup> Profesor del Área de Derecho Civil de la Universidad de Extremadura.

citado país por el rendimiento económico que obtenga. Además, entre otras cuestiones, la ponente explicó con suma brillantez, la polémica existente entre un conocido *youtuber* denominado el Rubius y la Hacienda española, ya que, recientemente el mismo, ha sido condenado a pagar una cantidad de 73.000 euros, debido a un engaño en el método correcto de la tributación de sus ingresos.

La segunda conferencia correspondió a la letrada en ejercicio Sonia Contreras Pazos, quien abordó los aspectos administrativos derivados de la actividad publicitaria del *influencer*. Como es sabido, una de las principales fuentes de rendimiento económico de los creadores de contenido, es el obtenido por realizar publicidad de diferentes productos, aunque en ocasiones, la citada publicidad puede ser de carácter encubierto, es decir, no se especifica expresamente que se trata de una actividad publicitaria, para dar una mayor veracidad al contenido creado, creando, obviamente, un importante perjuicio hacia el consumidor final del producto.

Por ello, la ponente expuso con detalle la situación actual existente en las normas sobre contenido publicitario y, puso de relieve la existencia de un importante vacío legal sobre la actividad de los creadores de contenido, a los que todavía el Derecho, no tiene demasiado encasillados. Dicha situación, provoca que en la práctica, el *influencer* que realice campañas publicitarias encubiertas, en realidad, se quedaría sin sanción de ningún tipo.

Después de un pequeño descanso, se reanudaron las jornadas con la conferencia impartida por el *influencer* gastronómico Sezar Blue, quién contó de primera mano al público existente, lo difícil que es competir en igualdad de condiciones, junto a otros creadores de contenido gastronómico que, solo realizan críticas de determinados restaurantes con los que han llegado previamente a un acuerdo económico, provocando así una distorsión pactada, de la opinión que percibe el público del citado negocio. En realidad, como expuso el ponente, cuando ese acuerdo se realiza en forma de colaboración legal y, se queda claro al consumidor durante la emisión del mismo que se trata de un contenido publicitario, no deben existir impedimentos legales para que se pudiera realizar, pero el problema aparece bien, cuando no se indica que es publicidad, o se realiza una indicación somera, difícilmente perceptible para el consumidor.

En último lugar, se realizó un debate entre los principales representantes de la actividad restauradora en Cáceres, donde participó el citado *influencer*, contando además con la opinión de numerosos de los asistentes al evento. Durante la charla, se plantearon diferentes escenarios, donde se puso de manifiesto

que el sector restaurador, tiene ciertas reticencias hacia el creador de contenido de carácter gastronómico, debido fundamentalmente, a diferentes casos mediáticos donde alguno de ellos, ha chantajeado a ciertos restaurantes, con hacer una crítica negativa en el caso de no obtener un rendimiento de carácter económico.

Precisado lo anterior, las jornadas se clausuraron por parte de su director, el profesor Alejandro Platero Alcón, suponiendo la misma, un germen importante sobre futuras actividades que se desarrollaran, en relación a la actividad jurídica de los creadores de contenido.