

https://farid.ps/articles/project_esther_israel_paying_influencers/es.html

La Revelación FARA de la Campaña de Influencers de Israel y sus Implicaciones Legales, Fiscales y Éticas para Individuos y Plataformas

Presentaciones recientes bajo la **Ley de Registro de Agentes Extranjeros de EE.UU. (FARA)** han expuesto una campaña de influencers denominada “**The Esther Project**”, financiada por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Israel. Documentos presentados por **Bridges Partners LLC** el 26 de septiembre de 2025 detallan contratos canalizados a través de **Havas Media Group Germany** para involucrar a influencers de redes sociales en la publicación de contenido pro-Israel dirigido a audiencias de EE.UU. y globales. El presupuesto revelado asciende a aproximadamente **900.000 USD** para el período de junio a noviembre de 2025, apoyando a 14–18 influencers que produjeron 75–90 publicaciones, con analistas estimando **6.000–7.000 USD por publicación**.

Aunque estas presentaciones cumplen con el requisito de transparencia de FARA para Bridges Partners como agente principal, destacan riesgos en cascada: responsabilidades personales de influencers no registrados, deberes de ejecución de plataformas bajo la ley de publicidad y obligaciones fiscales transfronterizas. El caso demuestra cómo las operaciones de influencia digital ponen a prueba estatutos de mediados del siglo XX en una era de amplificación algorítmica.

El Marco de la Ley de Registro de Agentes Extranjeros

FARA (22 U.S.C. § 611 et seq.) – originalmente diseñada para exponer la propaganda nazi – requiere el registro de cualquier persona que actúe “*bajo la orden, solicitud o dirección o control*” de un principal extranjero para influir en la política o opinión de EE.UU. Los presentadores deben divulgar actividades, finanzas y materiales diseminados, con actualizaciones semestrales.

Disposiciones clave:

1. **Amplia aplicabilidad** – cubre contratistas gubernamentales, firmas de relaciones públicas e individuos que realizan trabajo político o promocional.
2. **Responsabilidad individual** – cada persona natural que ejecute la actividad debe presentar un registro de *Forma Corta*, independientemente de la presentación del empleador.
3. **Sanciones** – multas civiles por omisiones negligentes; hasta **cinco años de prisión o multas de 10.000 USD** por violaciones intencionales (22 U.S.C. § 618(a); 18 U.S.C. § 951).

3. Implicaciones para los Influencers

Obligaciones FARA

Los influencers conscientes del patrocinio israelí y la intención dirigida a EE.UU. se califican como agentes, requiriendo presentaciones individuales de Forma Corta. Solo el principal de Bridges Partners, Uri Steinberg, parece estar registrado. Los participantes no registrados podrían por tanto estar incumpliendo. El renovado enfoque del DOJ en campañas de influencia en línea (ver Informes Anuales de la Unidad FARA 2023-24) sugiere posible escrutinio incluso para micro-creadores.

Deberes de la ley de publicidad

Las **Guías de Endoso de la FTC (16 C.F.R. Part 255)** exigen divulgaciones claras de #ad para contenido pagado. La omisión en mensajería política constituye una práctica engañosa bajo la § 5 de la Ley FTC, sometiendo a creadores o agencias patrocinadoras a órdenes y multas.

Tributación

Los ingresos de publicaciones patrocinadas cuentan como **ingresos de trabajo autónomo** (26 U.S.C. § 1402). Los residentes de EE.UU. deben reportarlos en el Schedule C; los no residentes pueden enfrentar una retención del 30 % en trabajos de fuente estadounidense. La no divulgación arriesga sanciones de hasta el 75 % del impuesto no pagado o procesamiento penal por delito grave (26 U.S.C. § 7201).

Consecuencias reputacionales

Más allá de los deberes estatutarios, la coordinación secreta con un estado extranjero corre la autenticidad en la que dependen las economías de influencers. Para creadores cuya credibilidad es su moneda, la exposición pública de pagos estatales no divulgados puede ser el fin de su carrera.

Implicaciones para X Corp y Otras Plataformas

Cumplimiento de publicidad y divulgación

Bajo las reglas de la FTC y los Artículos 26-39 de la DSA de la UE, las grandes plataformas deben asegurar el etiquetado transparente de material patrocinado. Si los algoritmos de X promueven publicaciones políticas no divulgadas, los reguladores podrían considerar eso como facilitación de publicidad engañosa. Violaciones de las disposiciones de transparencia publicitaria o riesgos sistémicos de la DSA pueden atraer multas de hasta **el 6 % del volumen de negocios global**.

Exposición FARA

Las plataformas normalmente evaden la responsabilidad FARA como transportistas neutrales. Sin embargo, evidencia de colaboración directa – como el impulso algorítmico ven-

dido como parte del Proyecto Esther – podría incitar una investigación del DOJ bajo las cláusulas de “propaganda política” del estatuto.

Impuesto corporativo

Dado que los pagos se realizaron fuera del sistema de ventas de anuncios de X, no afectan la responsabilidad fiscal corporativa. La exposición radica en la regulación, no en los ingresos.

Implicaciones Más Amplias para la Gobernanza y la Política

El Proyecto Esther ejemplifica la convergencia de la propaganda estatal con el marketing de influencers. El lobby tradicional asumía un límite visible entre gobiernos y ciudadanos; las redes sociales lo borran. Cuando el mensajería geopolítica se disfraza de autenticidad peer-to-peer, el discurso democrático se vuelve indistinguible de la publicidad dirigida.

Remedios en discusión incluyen:

- Directrices FARA emitidas por el DOJ para creadores en línea.
- Indicadores obligatorios de “patrocinio extranjero” a nivel de plataforma.
- Coordinación fiscal internacional a través de la OCDE en pagos de influencia transfronterizos.

El Incidente de Verificación y Suspensión de X Corp del 4 de Octubre de 2025

El **4 de octubre de 2025**, los usuarios observaron revocaciones masivas de **insignias de verificación azul y oro** de cuentas críticas con la política israelí o las revelaciones del Proyecto Esther, incluyendo periodistas, académicos y ONGs. Ninguna justificación pública acompañó la acción. Poco después, la cuenta de análisis **@Uncensored.AI**, que había es-
crutado tanto el programa de influencers como la moderación de X, fue **suspendida sin aviso**. Un comentario interno de un empleado describiendo una “revisión de ejecución de políticas” fue retirado más tarde, y se informa que el empleado fue reprendido.

Aunque los términos de X permiten la eliminación discrecional de insignias, el momento – en medio de discusiones intensificadas sobre influencia extranjera – invitó alegaciones de sesgo de punto de vista. Bajo el **Acta de Servicios Digitales de la UE**, el Artículo 34 obliga a plataformas muy grandes a mitigar riesgos sistémicos como la desinformación y la moderación motivada políticamente. Un derribo coordinado o retaliatorio podría así desencadenar el escrutinio de la Comisión Europea. En EE.UU., tales acciones reabren debates sobre el alcance de la Sección 230 y el rol quasi-público de plataformas de comunicación dominantes.

Dimensiones Éticas y Morales

Más allá de los estatutos y presentaciones yace una pregunta moral más profunda: **¿qué significa para la verdad y el consentimiento cuando la conversación democrática es silenciosamente comprada y vendida?**

1. **Engaño de audiencias** – Pagar a influencers para presentar propaganda estatal como convicción personal socava el consentimiento informado. Los ciudadanos merecen saber cuándo la persuasión es pagada por un gobierno – especialmente uno involucrado en un conflicto armado.
2. **Manipulación de la empatía** – Explotar la confianza parasocial transforma la conexión emocional en un instrumento de estado. Los seguidores piensan que escuchan a un amigo; en realidad, son el objetivo de una campaña encubierta.
3. **Erosión del espacio periodístico** – Cuando “opiniones personales” patrocinadas inundan los feeds, desplazan al periodismo independiente y voces cívicas sin financiamiento equivalente. La asimetría informativa se convierte en asimetría moral.
4. **Responsabilidad de la plataforma** – La opacidad algorítmica de X Corp convierte la responsabilidad moral en probabilidad estadística. Una corporación que se beneficia del engagement – incluso la indignación – lleva responsabilidad ética por cómo sus sistemas moldean la percepción.
5. **Complicidad y conciencia** – Los influencers que aceptan tales contratos pueden satisfacer la letra de la ley mediante divulgación posterior, pero el espíritu de la autenticidad – el pacto moral entre hablante y oyente – ya está roto.

En términos morales, el Proyecto Esther no es meramente una nota al pie legal; es un síntoma de un deriva ética más amplio donde la verdad se convierte en mercancía y la confianza democrática en un activo negociable.

Conclusión

Las presentaciones FARA del Proyecto Esther marcan una pequeña victoria para la transparencia, pero revelan vastas brechas en la ejecución y la ética. Los intermediarios se registraron; los influencers individuales aparentemente no. Cada uno enfrenta exposición potencial bajo FARA, FTC y ley fiscal, mientras X Corp confronta escrutinio creciente bajo la DSA y censura pública por censura percibida.

Sin embargo, la consecuencia más grave puede ser moral: una corrosión de la fe pública en el habla auténtica. A medida que las narrativas estatales compran voces privadas y las plataformas arbitran la visibilidad, el límite entre persuasión y manipulación se disuelve. Actualizar las leyes es necesario; reconstruir la integridad es imperativo. Hasta que la verdad y el patrocinio ocupen espacios separados nuevamente, el discurso democrático permanecerá rehén del postor más alto.

Referencias

- Bridges Partners LLC, *Presentaciones bajo la Ley de Registro de Agentes Extranjeros*, Departamento de Justicia de EE.UU. (26 sept. 2025).

- *Responsible Statecraft*, “¿Quiénes son los ‘influencers’ a los que Israel paga 7.000 USD por publicación?” (2 oct. 2025).
- *Jerusalem Post*, “Dentro del ‘Proyecto Esther’ de Israel” (1 oct. 2025).
- *Al Mayadeen English*, “Proyecto Esther: Influencers pro-‘Israel’ pagados eluden las reglas FARA” (3 oct. 2025).
- *Middle East Eye*, “Israel paga a influencers de EE.UU. para revertir la opinión pública negativa” (3 oct. 2025).
- *ProPublica*, “Cuentas Verificadas en X Prosperan Mientras Difunden Desinformación sobre el Conflicto Israel-Hamas” (19 dic. 2023).
- *Rolling Stone*, “Grok Afirma que Fue Brevemente Suspendido de X Después de Acusar a Israel de Genocidio” (12 ago. 2025).
- *Business Standard*, “Por Qué el Grok AI de Musk Fue Brevemente Suspendido en X” (12 ago. 2025).
- *Finance Yahoo News*, “X Retira la Insignia de Verificación de Oro de The New York Times” (oct. 2023).
- *Al Jazeera*, “Sombreado: ¿Están Censurando los Gigantes de Redes Sociales Voces Pro-Palestinas?” (24 oct. 2023).
- Comisión Europea, *Procedimientos bajo la Acta de Servicios Digitales contra X Corp*, 2023–2025.
- Departamento de Justicia de EE.UU., *Informes Anuales de la Unidad de Ejecución FARA* 2023–2024.
- Comisión Federal de Comercio de EE.UU., *Guías de Endoso*, 16 C.F.R. Part 255 (2023).
- Servicio de Impuestos Internos, *Publicación 334: Guía Fiscal para Pequeños Negocios* (2024).