

4 RECOMENDACIONES PARA IDENTIFICAR LA PUBLICIDAD DE INFLUENCERS

La Asociación Española de Anunciantes (**aea**) y **AUTOCONTROL**, comprometidas con una **publicidad responsable**, han acordado un **Código de Conducta sobre el Uso de Influencers en la Publicidad** con el **Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital** y el **Ministerio de Consumo**, en el que se recomienda que las menciones o los **contenidos digitales publicitarios** divulgados por los influencers, sean...



1

EXPLÍCITOS Y CLAROS

Usar indicaciones genéricas **claras**, como:



"Publicidad"
"Patrocinado por"
"Regalo de (marca)"...

Y que **no pasen desapercibidas** mezcladas con el resto del mensaje, desaconsejando expresiones como:



"Info"
"Legal"
"Colab"...

2

TAMBIÉN CUANDO SE COMPARTE

La **indicación debe mantenerse** o añadirse cuando el influencer **comparte o "repostea"** el contenido en otras redes, plataformas o páginas web.



4

VISIBLE

Directamente visible sin necesidad de acciones por parte del usuario. Preferiblemente al inicio del mensaje de forma que sea claramente percibida (por ejemplo, en el título o foto o inicio del texto).

3

ADECUADA AL MEDIO Y MENSAJE

Escrita y/o verbal dependiendo del medio y del mensaje.



Los seguidores deben saber que es publicidad



Si como empresa o influencer tienes **dudas sobre la corrección legal o deontológica de una mención o contenido publicitario** podrás someter el mismo al **Gabinete Técnico de AUTOCONTROL**, para su examen previo a través del sistema de **Copy Advice®** (**consulta previa, voluntaria, confidencial y no vinculante**).



El **Jurado de la Publicidad** se encargará de **resolver eventuales reclamaciones** que pudieran presentarse por **incumplimiento de las normas éticas** contenidas en el Código.