

Arancha de Dios

DIRECTORA JURÍDICA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES (AEA)

“El certificado para influencers es un avance muy significativo”



Arancha de Dios, directora jurídica de la Asociación Española de Anunciantes, analiza en esta entrevista el impacto de la reciente actualización del Código de Conducta sobre el uso de la publicidad con influencers, que entró en vigor el pasado mes de octubre de 2025. Así mismo, valora positivamente la acogida del Certificado de Capacitación Básica para Influencers.

TEXTO ANA EGIDO
FOTOS AEA



Qué acciones está llevando a cabo la Asociación Española de Anunciantes para garantizar que el nuevo Código de Conducta se aplique correctamente en todo el sector?

Por una parte, llevamos a cabo una importante labor didáctica de comunicación dirigida a nuestros socios. Más aún tras la revisión y actualización del Código de Conducta sobre el uso de la publicidad en Influencers realizada recientemente y que entró en vigor en el pasado mes de octubre de 2025. También empleamos la vía del asesoramiento dando repuesta a las dudas que nos llegan por parte de nuestros asociados sobre la aplicación del Código, con el objetivo de ayudarles en la correcta implementación. Para fomentar que en el contrato con el influencer se incluya la obligación de cumplir las normas del Código, hemos colaborado en la elaboración de una plantilla ad-hoc. Asimismo, participamos en diversas jornadas y foros organizados con la finalidad de difundir y fomentar la aplicación del Código. Igualmente, formamos parte junto con Autocontrol y la IAB de la Comisión de Seguimiento del Código y

mantenemos una relación de colaboración con la Administración.

Certificado de Capacitación Básica

El Certificado de Capacitación Básica para creadores de contenido ha sido una de las grandes novedades. ¿Qué balance hacen de su acogida y cómo influye en la profesionalización del medio?

La acogida ha sido muy buena, el número de inscritos y certificados actuales así lo evidencia. En solo seis meses, ya ha habido más de 3.800 influencers inscritos y de 3.274 certificados. Además, desde que se puso en marcha se observa una significativa mejora en la publicidad difundida a través de influencers, especialmente en términos de transparencia. Incluso, según la valoración del curso por parte de los propios influencers certificados, sobre una puntuación con máximo 5, le otorgan un 4.7, destacando su utilidad práctica.

Este certificado no solo se contempla como una herramienta para que los influencers adquieran los conocimientos básicos en el ejercicio de su actividad para que ejerzan una publicidad responsable, sino que implica su directa adhesión al Código. Así la comunidad de influencers comprometidos con las reglas básicas de actuación supone un paso adelante en la profesionalización del sector. No hay profesionalización sin formación y adquirir este certificado es un avance muy significativo.

Con la incorporación de la inteligencia artificial en la actualización del Código, ¿cuál debe ser el rol de los anunciantes para asegurar la transparencia y la ética en estos contenidos?

Simplemente habría que aplicar el cumplimiento de la legalidad en general respecto a la inteligencia artificial que afecte a cualquier pieza, elemento o campaña publicitaria. No es un caso exclusivo para los influencers sino para cualquier mensaje que se elabore mediante IA. Desde la AEA siempre propugnamos por una publicidad responsable, ética y transparente sean cuales sean los métodos de su elaboración y difusión. En el caso de la IA siempre debe primar que no induzca a error sobre la veracidad del contenido.

Dado el respaldo institucional y el contexto del programa AdEthics, ¿consideran que este modelo de autorregulación español tiene potencial para convertirse en un referente europeo?

Sí, efectivamente y por los resultados obtenidos por este modelo implantado en España puede ser seguido o imitado por otros países europeos debido a su éxito. Los datos de influencers registrados en el curso y certificados sitúan a España como el país europeo con mayor número de influencers certificados dentro del programa AdEthics de EASA, en el que este certificado se enmarca. Además, hay organismos internacionales que, según nos consta por Autocontrol, ya se han puesto en contacto con esta entidad para conocer mejor su modelo de cara a implementarlo en su propio país. ■