



## LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia  
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

## PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior  
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

## El Comité Económico y Social Europeo presenta el Dictamen sobre “La Publicidad a través de influencers y su impacto en las personas consumidoras”

13 de septiembre de 2023

La Categoría de Consumidores y Medio Ambiente del Comité Económico y Social Europeo (CESE), formada por miembros procedentes del Grupo «Organizaciones de la sociedad civil» (Grupo III), presentó el Dictamen exploratorio “La Publicidad a través de influencers y su impacto en las personas consumidoras”, en la conferencia celebrada en Madrid el 13 de septiembre sobre “Los nuevos retos para el consumo y el medio ambiente de la Presidencia española”. La conferencia fue organizada por el CESE con la colaboración de la Presidencia Española del Consejo de la UE y del Consejo de Consumidores y Usuarios.

El Dictamen exploratorio fue iniciado a solicitud del Ministerio de Consumo, en el marco de la Presidencia española, para abordar la regulación actual de los influencers y el debate en curso sobre ella en distintos Estados miembros de la UE. En este sentido, la Presidencia española planteó dos grandes preocupaciones: la protección a los consumidores vulnerables y la falta de transparencia e identificabilidad de este tipo de comunicadores comerciales.

En su Dictamen, el CESE pone en relieve la inexistencia de una regulación específica de los influencers o creadores de contenido, si bien su actividad se encuadraría dentro de la [Directiva relativa a las Prácticas desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior](#) y en la [Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual](#).

No obstante, dada la problemática existente, el CESE considera necesario impulsar una iniciativa europea para garantizar la aplicación de una normativa armonizada y orientada a regular la actividad y figura de los influencers en la UE.

En su dictamen, el CESE sostiene que se deberían tener en cuenta en la regulación de los siguientes aspectos:

- Identificación de los mensajes con intencionalidad comercial, evitando la publicidad encubierta.
- Sometimiento a normativas de protección de consumidores, para garantizar la protección de la salud y seguridad de los consumidores, especialmente de los menores y colectivos vulnerables.
- Aplicación de la regulación a toda la cadena de valor (influencers, empresas, agencias de relaciones públicas...)
- Acreditación y registro de las personas influencers.
- Exclusión de los usuarios menores de edad de la exposición de contenidos inadecuados.
- Identificación mediante leyendas expresas de las imágenes retocadas y virtuales.

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia  
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

**PRESIDENCIA**

Secretaría General de Acción Exterior  
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

Asimismo, también se aboga por un papel más proactivo de las plataformas y redes sociales del Reglamento de Servicios Digitales sobre supervisión, transparencia y actuación diligente y que se incluya:

- Responsabilidad solidaria frente al contenido ilícito difundido por creadores de contenidos.
- Obligación a realizar las acciones necesarias para neutralizar la comunicación de contenidos ilegales y su denuncia.
- Obligación de solicitar la asunción de la normativa europea para los proveedores de contenido que operen fuera de la UE y la posesión de un seguro de responsabilidad civil profesional para actuar en caso de daños causados por un comportamiento ilegal.

Por último, el CESE propone la complementación de la armonización regulatoria propuesta con marcos de co-regulación en los que participen los influencers, agentes, asociaciones de autorregulación publicitaria, asociaciones de consumidores y usuarios, interlocutores sociales, así como las autoridades reguladoras.