

Madrid, 27 de octubre 2020

## La BCMA Spain y ECIJA publican la primera Guía Legal sobre Branded Content en español

Ante la falta de una regulación específica en la materia, la Asociación Española de Branded Content (BCMA Spain) y el despacho de abogados ECIJA han elaborado **la primera guía legal en español sobre Branded Content**. La iniciativa, pionera en la industria, tiene como principal objetivo clarificar el marco legal de esta disciplina, facilitando pautas y directrices que otorguen seguridad jurídica en la creación, producción y difusión de los activos de comunicación enmarcados bajo el paraguas de esta disciplina.

Esta guía es **exclusiva para los socios de BCMA**, pero se pone a disposición un **resumen ejecutivo [aquí](#)**.

A pesar de que cada vez más marcas producen y difunden activos de Branded Content en nuestro país, habiéndose constatado un aumento de la inversión del 41% desde 2017 (Estudio Content Scope 2019), esta práctica tiene una compleja cabida en la regulación normativa actual, adoleciendo de seguridad jurídica en su puesta en marcha. La guía presentada aglutina a las principales voces del sector, define los límites del Branded Content y recalca sus diferencias y similitudes con otras formas de comunicación y publicidad, concluyendo que el Branded Content se distingue por ser un contenido producido o coproducido por una marca, mediante formatos de entretenimiento, información y/o utilidad, con el fin de comunicar sus valores y conectar con una audiencia que, al encontrar el contenido relevante, dedica su atención voluntariamente.

La guía destaca la **laguna legal que existe en torno a estos activos y propone un protocolo para producir y difundir los Branded Content**. Se trata de evitar conductas ilícitas, como la publicidad encubierta, y de conseguir la transparencia del emisor como pilar fundamental. Por otro lado, también recalca el vacío en cuanto a cómo proteger los activos intangibles de la acción y presenta la creación de un registro de activos de Branded Content, a cargo de BCMA Spain, para que las marcas puedan garantizar su titularidad frente a terceros.

En este sentido, durante la presentación de la guía, **Pablo Muñoz, vicepresidente ejecutivo de BCMA**, ha señalado: "Además de la producción de la guía, desde BCMA estamos trabajando en una iniciativa novedosa como es la creación de un registro propio para la inscripción de este tipo de activos de comunicación, para cubrir las carencias que presentan hoy las distintas herramientas de registro privado del mercado".

**Alejandro Touriño, socio director de la firma de abogados ECIJA**, ha recalcado: "Nos enorgullece ser el colaborador jurídico de BCMA Spain y poder arrojar luz sobre la naturaleza jurídica de estos activos de comunicación, aportando así seguridad legal a todas aquellas marcas que deseen producir activos de Branded Content".

Por último, durante el acto de presentación de la guía, se ha hecho hincapié en cómo España lidera la regulación en este ámbito, ya que solo se han localizado aisladas puntualizaciones sobre el concepto de Branded Content en el Reino Unido. El acto ha concluido subrayando la importancia de integrar al equipo jurídico desde el comienzo de los proyectos de este tipo para garantizar el éxito y viabilidad jurídica de los mismos.



Acceso al resumen ejecutivo de la Guía [AQUÍ](#)  
Acceso a la grabación de la sesión (modo audio) [AQUÍ](#)  
Más info [AQUÍ](#)

### Imágenes de apoyo:

Portada Guía legal (socios BCMA Spain):



Imágenes de la sesión / presentación online 27.10.20:



ECIJA



### **Sobre ECIJA**

ECIJA, con más de 20 años de experiencia, está en el Top 10 de las mejores firmas de España, según los prestigiosos rankings de *Chambers & Partners* y *The Legal 500* y se ha consolidado en el primer lugar como firma de asesoramiento jurídico full service. Ha sido reconocida por *The Lawyer* como mejor firma de TMT de Europa y por *Financial Times* entre las diez firmas más innovadoras del continente. Su relevancia en el mercado español ha sido reconocida por *Expansión* y por *Forbes*, que la han reconocido como mejor firma en Economía Digital de España. ECIJA cuenta con un equipo de 121 socios y más de 600 profesionales a nivel global, distribuidos en países como España, Portugal, Estados Unidos, Chile, Honduras, Costa Rica, República Dominicana, Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Puerto Rico, Panamá, México, Brasil y Ecuador.

### **Sobre BCMA**

BCMA España (Branded Content Marketing Association) es una asociación sin ánimo de lucro abierta a la participación de todo tipo de empresas implicadas en la cadena de valor del Branded Content. Entre sus objetivos está trabajar colaborativamente en el desarrollo del mercado del Branded Content en España en los siguientes ámbitos: Investigación, marco legal y formación, así como en la divulgación del uso del Branded Content como herramienta complementaria a la publicidad en la comunicación.

---

### **Responsable de prensa de BCMA**

Milagros Martín-Lunas  
milagros.martin@bcma.es  
629 12 47 13  
[www.bcma.es](http://www.bcma.es)

---

### **BCMA Spain**

Ana Lorenzo / Gerente / [Ana.lorenzo@bcma.es](mailto:Ana.lorenzo@bcma.es)

---

### **Comunicación y Marketing de ECIJA**

+ 34 91 781 61 60  
[info@ecija.com](mailto:info@ecija.com)  
[www.ecija.com](http://www.ecija.com)