



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

CAMPUS MARIA ZAMBRANO DE SEGOVIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

LA PUBLICIDAD DE LOS CRIPTOACTIVOS: UN
ENFOQUE MULTIDISCIPLINAR

AUTOR: RODRIGO MIGUEL MONSALVO
TUTELADO POR: ANDRÉS IVAN DUEÑAS CASTRILLO

14/02/2022

ÍNDICE:

Portada.

Índice. (Pág 1)

1. Introducción. (Pág 2)

1.1 Planteamiento del problema. (Pág 2)

1.2 Objetivos. (Pág 6)

1.3 Enfoques publicitario, económico, jurídico, deontológico, sociológico.
(Pág 7)

2. Aproximación conceptual a los criptoactivos. (Pág 9)

2.1 Concepto jurídico. (Pág 9)

2.2 Concepto económico.(Pág 10)

2.3 Qué son los criptoactivos. (Pág 12)

3. Régimen jurídico de la publicidad de los criptoactivos. (Pág 14)

4. Análisis de las estrategias publicitarias en el sector de los criptoactivos.
(Pág 17)

4.1 Publicidad convencional: (Pág 17)

4.1.1 Publicidad física en espacios públicos. (Pág 17)

4.1.2 Patrocinios. (Pág 19)

4.1.3 Spots televisivos. (Pág 31)

4.2 Publicidad digital: publicidad en redes. (Pág 32)

4.3 Análisis del mensaje publicitario. (Pág 37)

5. Aspectos deontológicos de la publicidad de los criptoactivos. (Pág 38)

6. Conclusiones. (Pág 40)

7. Bibliografía. (Pág 42)

La publicidad de los criptoactivos: un enfoque multidisciplinar

1. Introducción:

1.1: Planteamiento del problema

A pesar de lo que todo el mundo cree y aunque en los últimos tiempos ha sido muy sonado, el origen de las criptomonedas se remonta algo más atrás de Satoshi Nakamoto y su creación de Bitcoin en 2008¹, concretamente la primera referencia a las criptomonedas fue en el año 1983 cuando David Chaum creó un primer sistema criptográfico denominado “eCash”. Fue pensado como una especie de dinero electrónico criptográfico anónimo o un sistema de efectivo electrónico. Y se utilizó como sistema de pagos pequeños en bancos de EEUU de 1995 a 1998.

Fue en 1998 precisamente cuando Wei Dai creó el sistema de efectivo electrónico “b-money”. El mismo lo definió como “un esquema para un grupo de seudónimos digitales imposibles de rastrear, para pagarse entre sí con dinero y hacer cumplir los contratos entre ellos sin ayuda externa“. En este sistema ya se encontraban cosas como las que vemos en la actualidad, como la necesidad de verificación en un libro contable grupal y la recompensa a quien realiza ese trabajo. Especifica en su ensayo de (Wei Dai, “b-money”, 1998) lo indispensable de mantener la contabilidad colectiva con protocolos criptográficos, que se encargarían de autenticar las transacciones. Con esta propuesta Dai se adelanta y da los primeros pasos en el camino hacia lo que hoy en día conocemos como la tecnología Blockchain.

Por una serie de circunstancias este sistema se quedó en un ensayo y nunca llegó a ser oficial, pero al menos Dai logró cierto reconocimiento ya que la unidad más pequeña del Ethereum, una de las criptomonedas más importantes y de la que hablaré más adelante, se llama “WEI” en honor a él.

¹ <https://economia3.com/como-nacen-las-criptomonedas/>

En 2008, ya 10 años después, alguien con el alias de Satoshi Nakamoto, el 1 de noviembre publicó un documento técnico de lo que llamó Bitcoin en el sitio web de la fundación P2P (Peer to Peer). El Bitcoin es un sistema de efectivo electrónico de igual a igual.

Así es como se dio a conocer públicamente Bitcoin y el nacimiento de las criptomonedas. No es hasta el año siguiente, el 3 de enero de 2009 cuando de manera oficial sale al mercado un primer bloque de 50 BTC (Bitcoins) llamado "Génesis". Este modo de transmisión de punto a punto es un sistema de pago descentralizado. Lo que quiere decir que, a diferencia de las otras monedas tradicionales de circulación legal llamadas dinero fiduciario, Bitcoin no tiene un emisor centralizado, sino que se genera mediante cálculos basados en algoritmos específicos de los nodos de la red. De esta manera, puede circular por todo el mundo. No importa dónde se encuentre, cualquiera puede extraer, comprar, vender o recibir Bitcoins estando en cualquier ordenador conectado y cualquiera puede participar en su fabricación o "minado".

Cuando se hizo la primera transacción con bitcoins su precio era de 0,00076 dólares.

Con los años el Bitcoin ha ido adquiriendo valor, fama e importancia y siguiendo su ejemplo han surgido miles de criptomonedas al mercado cada una con sus diferentes proyectos y particularidades pero todas a la sombra del Bitcoin que siempre tiene gran relevancia en las subidas o bajadas de los precios de las demás.

Pero a pesar de su exponencial crecida en tan pocos años hasta la actualidad que ha llegado a valer 69.000, dólares para el Bitcoin no todo ha sido una curva hacia arriba, consiguió llegar al precio del dólar en 2011.²

Ese mismo año el precio se desplomó por problemas de seguridad y el robo de 600 cuentas, también se lanzó la moneda LTC (Litecoin), de las más importantes en la actualidad.

En 2012 tiene bastantes problemas con la salida al mercado de XRP (Ripple) ya que le hace la competencia en el sentido de moneda que no requiere minería y es considerada la moneda de los bancos, además de que en ese año también el BCE (Banco Central Europeo) ve como una amenaza para el sistema económico tradicional el Bitcoin.

² Para ver siempre el precio en euros hay que saber que aproximadamente un 1€ es igual 1,18\$.

Es ya en 2013 cuando el valor de Bitcoin supera los 1000 dólares e iguala el valor del precio de una onza de oro. Aunque China prohíbe los pagos con esta moneda, varios bancos y gobiernos empiezan a ser atraídos por ella.

En el año 2014, ya hay más de 14 millones de Bitcoins en circulación, se crea “Bitlicense”, una plataforma para comprar y vender Bitcoins y regular así este mercado.

Después del Bitcoin ahora mismo la moneda más importante o al menos con más valor es el ETH (Ethereum), y tuvo su nacimiento en el 2015.

Más tarde, en 2017, Japón legaliza el uso de Bitcoins como forma de pago, sin embargo China ilegaliza las operaciones con esta moneda por orden del Banco Central Chino. Fue también entonces cuando logró entrar en el mercado de futuros, un mercado de futuros es un lugar financiero dentro de lo que se denomina derivado. Un derivado financiero es un activo cuyo precio depende del precio de otro activo, denominado subyacente. La relación entre los precios es conocida.

En ese momento Bitcoin también alcanzó su máximo histórico entonces, 19.000\$.

En 2018 llegó a caer hasta los 3.000\$ para luego subir hasta los 6.000, fue un año donde tuvo bastantes adversidades como por ejemplo ataques a las administraciones, ataques a Coincheck, que es una de las mayores plataformas de intercambio de monedas de Japón además del que el gobierno de Gran Bretaña demostró que Bitconnect era una estafa y se cerró.

Desde entonces hasta la actualidad el auge de Bitcoin y su fama se ha disparado y con grandes y subidas y grandes bajadas en este recién acabado 2021 el valor de un Bitcoin ha llegado a ser de hasta 69.000\$, una cifra muy elevada pero que según varios analistas puede ser completamente anecdótica.

Esto tiene que ver bastante con el hecho de que no hay una oferta infinita de Bitcoin y la cifra final ya se conoce desde 2019: son 21 millones de unidades.³

³Después del año 2140, cuando se supone que el último Bitcoin será extraído, no habrá nuevos disponibles, lo cual según teorías económicas al no poder conseguir más Bitcoins, los que existan adquirirán un valor mayor.

Toda esta evolución en tan pocos años como ya hemos visto al ser una completamente nueva tecnología no está prácticamente reglada ni por gobiernos ni bancos centrales, a pesar de las ventajas que pueden conllevar estos criptoactivos está claro que hay unos riesgos que todo el mundo que quiera entrar en este mercado debe conocer. Es una de las pocas cosas que están regladas en este campo, la obligatoriedad de informar en cada acción publicitaria de los posibles riesgos, hay dudas sobre si deben clasificarse como materias primas o como monedas virtuales.

El riesgo más evidente de las criptomonedas es que son volátiles, los cambios constantes en el sentimiento del mercado pueden causar variaciones enormes del precio tanto hacia arriba como abajo, es un gran riesgo pero es lo que más atrae porque genera grandes posibilidades de ganar mucho dinero rápido. Es bastante habitual que el valor de las criptomonedas sufra caídas repentinas de cientos, incluso miles de dólares denominadas "deep" y por el contrario las grandes subidas se conocen como "pump".

Las redes sobre las cuales se realizan las transacciones son susceptibles a ataques informáticos, no hay formas perfectas de evitar fallos técnicos, errores humanos o ataques informáticos, esto no es solo un problema de las criptomonedas sino de todo internet sobre todo en el tema de las contraseñas donde por mucha tecnología de la seguridad que exista los expertos nos aconsejan siempre el papel como método más seguro.

1.2: Objetivos del trabajo:

Los objetivos que se persiguen en este trabajo son los siguientes:

- Analizar las estrategias publicitarias de las principales entidades en este sector, tanto los modos publicitarios como las técnicas como los lugares donde hace estas acciones publicitarias.

- Conocer los factores por los que genera tanto interés la publicidad en las criptomonedas en los últimos tiempos.

- Averiguar los cambios que las criptomonedas pueden provocar en la economía.

- Conocer los límites legales de las criptomonedas y lo que pueden suponer.

- Analizar la ética del mercado de las criptomonedas.

- Analizar lo instauradas que están las criptomonedas en la sociedad.

- Conocer cuáles son las criptomonedas más relevantes y sus proyectos.

- Conocer las diferentes maneras de operar con criptoactivos.

1.3: Enfoques publicitario, económico, jurídico, deontológico y sociológico.

1.3.1: Enfoque publicitario:

Para empezar, desde el punto de vista de la publicidad el surgimiento del mundo de las criptomonedas supone un gran filón por explotar, es un universo nuevo, sin precedentes ni nada similar, por lo tanto tienen infinidad de posibilidades para realizar acciones publicitarias, en las campañas están usando publicidad de todo tipo, es decir, campañas 360°, a priori al ser un producto relacionado con lo digital cabe esperar que la publicidad en redes sea el lugar donde se enfoque, por ejemplo en redes sociales anunciando sus plataformas, monedas menos conocidas, formas de invertir, etc, pero de manera a mi parecer bastante inteligente también están presentes en spots de televisión, publicidad en vayas, en grandes eventos sobre todo deportivos e incluso últimamente y de manera enorme están centrando sus acciones en patrocinios.

1.3.2: Enfoque económico

Por otro lado desde un punto de vista económico, las criptomonedas suponen una oportunidad de mercado para todo el mundo, por su fácil accesibilidad, sus constantes cambios de valor o volatilidad, se puede entrar en este mercado de manera individual, de manera conjunta, esto atrae la mirada de muchas empresas que ya están haciendo grandes inversiones de capital.

Viéndolo desde el lado puramente mercantil pueden ser un gran recurso y actualmente quizá la única manera de luchar contra la inflación.

Invertir en criptomonedas tanto para empresas o individuos particulares, supone la búsqueda de una ganancia económica en normalmente en un largo medio o largo plazo, pero lo que está claro es que al igual que cuando inviertes en acciones o en bolsa corres el riesgo de tener pérdidas.

1.3.3: Enfoque jurídico

Desde el punto de vista jurídico lo que supone el mercado de las criptomonedas son bastantes problemas. Este mundo nace aprovechándose de vacíos legales y siendo muy escurridizo ante las leyes, no había ningún tipo de ley que regulase estos activos en sus orígenes, es algo que suscita grandes polémicas ya que uno de los grandes factores que apoyan su éxito y expansión es que nadie tiene el control del dinero gracias a la descentralización, pero por otro lado esto puede suponer grandes estafas y en el largo plazo fraudes fiscales, ya que mucha gente podría aprovechar para realizar grandes blanqueos de capitales. Poco a poco se van anunciando acuerdos entre gobiernos en los que de cara a un futuro se anuncia que habrá mayor control y más restricciones legales para el comercio de criptomonedas.

1.3.4: Enfoque deontológico

Viéndolo desde una perspectiva deontológica el mercado de criptoactivos está en las antípodas de la ética y la moral que teóricamente todos deberíamos practicar, la gente que invierte aquí busca obtener beneficios por pura especulación, y es un hecho conocido por todos que para que alguien gane dinero otro lo tiene que perder, se busca

de esta manera aprovecharse de la desgracia del otro con tal de obtener el beneficio propio sin mostrar empatía alguna para con los demás, es un dicho popular que para los negocios no hay que tener sentimientos o te irá mal y en este mercado al ser tan alto el nivel de especulación como de volatilidad este dicho cobra más sentido que nunca.

1.3.5. Enfoque sociológico

Finalmente desde un punto de vista social, las criptomonedas suponen una revolución, este nuevo mercado es visto por mucha gente como la vía para lograr la libertad económica, pero a pesar de que ya casi todo el mundo ha oído hablar algo sobre ellas o conoce a gente que ha invertido, es solamente un 5% de la población mundial la que tiene dinero invertido en criptomonedas, por lo tanto se puede decir que aún estamos en

el comienzo de la economía de las criptomonedas ya que son un mercado que más regulado o menos ha venido para quedarse.

2. Aproximación conceptual a los criptoactivos:

2.1: Concepto jurídico:

Para seguir hablando sobre criptomonedas, es conveniente conocer los términos básicos⁴ a nivel jurídico que tiene este mercado:

Dinero electrónico: El dinero electrónico es un valor o medio de pago que se almacena en un soporte electrónico, es un medio de pago que no tiene unidad física y sus transacciones se realizan a través del intercambio de bits sin utilizar billetes, monedas o cualquier otro medio convencional.

El dinero digital: es una herramienta imprescindible para el mundo actual en el que la mayor parte de las transacciones se llevan a cabo mediante vínculos de confianza entre las partes involucradas y un posible tercero que de fiabilidad a la transacción.

Aunque no existe aún una regulación específica para las criptomonedas a la hora de hacer campañas publicitarias y anunciarse, las plataformas deben regirse por la ley general de publicidad.

Aquí en España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y el Banco de España están trabajando en colaboración con el gobierno para establecer unas normas jurídicas que le den a este mercado una reglamentación que reduzca los riesgos que ellos consideran que son muy elevados para la economía.

Pero aún a día de hoy les queda mucho trabajo para regular todo este mundo ya que actualmente no hay más que unas pocas normas básicas que traten sobre ello.

2.2: Concepto económico:

Además de los términos jurídicos es incluso hasta más necesario conocer estos términos económicos básicos:

⁴ <https://economia3.com/que-son-las-criptomonedas-y-cuales-son-las-mas-conocidas/>
<https://www.businessinsider.es/50-conceptos-criptomonedas-tenes-conocer-935297>

P2p: Las tecnologías 'peer to peer' hacen referencia a un tipo de arquitectura para la comunicación entre aplicaciones que permite a individuos comunicarse e intercambiar monedas para pagos con otros individuos sin necesidad de un servidor central que facilite la comunicación.

Altcoin: (Alternatives coins), son las monedas alternativas a las más tradicionales, BTC, ETH, LTC, son por ejemplo: LUNA, BNB, SOL, EGLD, etc.

Stablecoin: Son monedas digitales creadas cuyo valor es igual a monedas físicas reales por ejemplo al euro o al dólar americano, por ejemplo existen BUSD, USD, USDT, son monedas muy seguras que apenas varía nunca su precio. Se suele recomendar tener una parte de lo invertido en algunas de estas monedas como seguro por si se da una gran bajada o una gran crisis tener una especie de comodín y no perder todo tu dinero.

Shitcoin: Es uno de los términos que se utiliza para denominar a determinadas criptomonedas. Se trata de un término despectivo que busca señalar activos que son fraudulentos, no son atractivos, no aportan nada o han fracasado. Pero también es común usarlo para denominar a criptomonedas que tienen un valor muy bajo, normalmente por debajo del dólar.

Blockchain: Se traduce como cadena de bloques. Básicamente, blockchain es un conjunto de tecnologías que permiten llevar un registro seguro, descentralizado, sincronizado y distribuido de las operaciones digitales, sin necesidad de la intermediación de terceros. El Blockchain es un sistema de transferencia digital basado en la distribución de la información (o dinero) en multitud de nodos independientes (ordenadores de usuarios) que registran y validan dicha información (token) de forma anónima, eliminando intermediarios e impidiendo que la información pueda ser borrada.

Minería: Minería es ayudar en el funcionamiento de la blockchain registrando las transacciones.

Holder: Holdear significa conservar la tenencia de una o varias criptomonedas durante un largo período de tiempo sin venderlas.

Stacking: El staking es hacer una pila para que el sitio donde hagas (binance por ejemplo) tenga un fondo de esa moneda que se puede usar para espacios que permiten a los mineros trabajar de forma cooperativa, para que la gente los coja prestados. Consiste en tener una moneda en lugar dentro de una plataforma donde por el simple hecho de

tenerlo ahí recibes recompensas tanto de esa criptomoneda como de otras relacionadas con ese proyecto o de su mismo ecosistema. La participación en criptomonedas implica "bloquear" una parte de la criptomoneda durante un período de tiempo como una forma de contribuir a una red blockchain.

Nft: Token no fungible, por sus siglas en inglés, es un tipo especial de token criptográfico que representa algo único. Los tokens no fungibles no son, por tanto, mutuamente intercambiables.

Altcoin season: Con el crecimiento de Bitcoin y la entrada masiva de capital en el mercado de criptomonedas, el interés en otras criptomonedas también creció. Cientos de miles de inversores se dieron cuenta que, en esas monedas extremadamente baratas, había la posibilidad de una especie de nuevo Bitcoin, cuyo precio podría crecer rápidamente a corto y medio plazo. Cuando la burbuja de Bitcoin estalló, la demanda por las altcoins creció enormemente, y así comenzó la altseason. Su ápice fue en enero de 2018, y casi todos las altcoins tuvieron aumentos significativos en ese período.

Bull run: Este término hace referencia a un período de tiempo en el que hay gran presencia de inversiones sobre las criptomonedas, lo que desemboca en un aumento de la demanda, subida de precios y gran confianza de mercado.

Bear market: (mercado del oso) se refiere a la tendencia contraria bull run, es decir, escenarios con mercados bursátiles a la baja donde existe alta incertidumbre y creciente desconfianza.

Scalping: La compra y venta inmediata, es una estrategia de comercio a muy corto plazo en la que el comerciante realiza pequeñas pero numerosas operaciones comerciales al día.

Trader: Es un comerciante que obtiene rentabilidad al efectuar operaciones de compra y venta de activos en los mercados financieros y bursátiles.

Farming: Es una estrategia por la cual los inversores buscan establecer la mejor forma de inversión para maximizar sus ganancias, apalancando sus posiciones mientras usan una o varias plataformas en sus operaciones.

Invierno crypto: Período en el que los precios de Bitcoin y otros activos digitales permanecen en niveles bajos después de que se produzca una caída de precios durante largos períodos.

Par bitcoin y Par dólar: Un par de criptomonedas es la comparación del valor de dos criptomonedas o tokens diferentes, en el que se compara el valor de una de ellas frente a la otra. Un ejemplo sería el par BTC/USD (Bitcoin/Dólares) que muestra la equivalencia de un bitcoin en dólares o ETH/BTC (Ethereum/Bitcoin) que muestra la equivalencia del Ethereum o la moneda que queramos poner en cantidad de bitcoin.

2.3: Qué son las criptomonedas:

Una criptomoneda es un activo digital que emplea un sistema cifrado criptográfico para asegurar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, y controlar la creación de otros activos iguales extra, esto sirve para evitar que se puedan realizar imitaciones o copias. Las criptomonedas no existen de manera física, no las tenemos en el mundo real, por eso se guardan en billeteras virtuales o wallets.

Como ya he indicado antes, las criptomonedas tienen varias propiedades que las hacen distintas a otros sistemas tradicionales, el no estar reguladas ni controladas por ninguna institución, las hace ser en su mayoría descentralizadas y no requieren de intermediarios en las transacciones. Para el control de estas transacciones se utiliza una plataforma de datos descentralizada llamada blockchain.

El hecho de no estar reguladas por ley hace que las criptomonedas no sean consideradas un medio de pago, no cuentan con el respaldo de un banco central y no tienen protocolos de protección al usuario.

Respecto a la operatividad de estos activos digitales, un detalle esencial a la hora de hacer operaciones es que una vez se hace una compra de criptomonedas, no es posible cancelar la operación porque el blockchain es un sistema que no deja eliminar los datos. Para "anular" el efecto de la primera transacción lo que hay que hacer es la operación inversa a la primera, se contra opera, nunca se puede anular.

Las plataformas de billeteras virtuales, las cuales veremos luego que son las principales anunciantes de criptomonedas, son monederos digitales o wallet, son en realidad, un software o aplicación donde es posible almacenar, enviar y recibir criptomonedas. Pero hay una gran distinción con un monedero de dinero físico, lo que se guarda aquí son las claves que nos dan la propiedad y derecho sobre las criptomonedas, y nos permiten operar con ellas. Si perdemos por error por hackeo o por accidente estas claves puede suponer que si alguien se hace con ellas nos quite todo lo almacenado ahí, por eso es importante su seguridad.

Hay dos tipos de billeteras, las calientes y las frías. Se distinguen en que las calientes están conectadas a internet y por el contrario las frías no. En los monederos calientes tenemos monederos web, los monederos móviles y los monederos de escritorio. De otro modo en los monederos fríos existen los monederos hardware y los monederos de papel, que es sencillamente la clave exclusiva en folio.

Las criptomonedas funcionan mediante el registro contable compartido o blockchain. Esta tecnología otorga una alta seguridad en el sistema, tiene capacidad para evitar, que un mismo activo digital se pueda transferir dos veces o que se falsifique. La tecnología blockchain funciona como un gran libro de contabilidad donde se pueden registrar enormes cantidades de información. Toda ella está compartida en la red y protegida de manera que todos los datos que contiene no se pueden modificar ni eliminar.

Uno de los conceptos que más difícil explicación tienen en el mundo de las criptomonedas es el de la minería. Este concepto hace referencia al proceso necesario para validar las operaciones que se llevan a cabo mediante este tipo de activos digitales. En el caso de Bitcoin, es sencillo, su minería se basa en la validación y el registro de las transacciones en el registro blockchain.

Como resumen de esta actividad se podría decir que minar criptomonedas supone resolver con éxito los problemas matemáticos que se presentan. Pero esto no se hace así sin más la mayor rentabilidad de los mineros de criptomonedas es que obtienen a cambio criptomonedas como recompensa, en este sentido comparte esta característica con el stacking y el farming.

3. Régimen jurídico de la publicidad de los criptoactivos:

Ante la gran revolución de los criptoactivos la Comisión Nacional del Mercado de Valores publicó el 9 de febrero de 2021 una circular, nombrada (Circular X/2021 CNMV). Recalca la volatilidad y la posible falta de liquidez de estos mercados. Con esta situación, el Real Decreto-ley 5/2021, de 12 de marzo, introdujo un nuevo artículo 240 bis en la Ley del Mercado de Valores (LMV) para reforzar el marco legal de protección de los ciudadanos e inversores en lo relativo a la publicidad de nuevos instrumentos y activos financieros en el ámbito digital, esto vino derivado también por los efectos económicos mundiales de la pandemia del Covid-19.

Teniendo en cuenta lo que es el dinero electrónico la emisión de criptomonedas tiene como una de sus principales características que es una exclusiva y normalmente controlada por la autorización por los supervisores bancarios. La entidad que controla esto es la Organización de Dinero Electrónico que se ampara principalmente en la Ley de Dinero Electrónico.

Una de las premisas que esta ley impone sobre el dinero electrónico o las criptomonedas es que de manera obligatoria deben ser herramientas para pagos en los que su propietario conserve en último término un derecho de reembolso y reclamo contra su emisor.

Como consecuencia de esta normativa de dinero electrónico quedan fuera de ser consideradas esas monedas digitales que no estén acompañadas de una garantía de posible reembolso contra el emisor, este en absolutamente todos los casos debe estar identificado. Esto adquiere gran importancia ya que supone que la difusión y uso de criptomonedas como Bitcoin como medio de pagos no estaría sometido a la normativa establecida. Entre los grandes objetivos declarados de los emisores descentralizados de estas criptomonedas es lograr quedar aparte del control de las autoridades públicas sobre los medios de pago y la absoluta desconexión de las leyes aplicables por un lado a la actividad de emisión de monedas digitales y por otro a la prestación de servicios de pagos.

Estas son normas algo más específicas creadas en los últimos tiempos para tratar de controlar un poco estos nuevos mercados pero además como es lógico están las normas generales por las que también deben regirse como son por ejemplo la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, y sobre todo por la Ley General de Publicidad.

De manera más reciente en el BOE el 17 de enero de 2022 se ha publicado la Circular 1/2022, de 10 de enero, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, relativa a la publicidad sobre criptoactivos presentados como objeto de inversión.

No es un capricho que se haya emitido en ese momento, que la crisis en Kazajistán ha provocado una gran bajada en el precio de bitcoin y el resto de monedas, se debe advertir a la población de que existe este tipo de riesgos y son más habituales de lo que se cree e influenciados por sucesos imprevisibles en el mundo.

Como toda ganancia o pérdida de dinero en España hay unos tramos de ganancias los cuales indican la cantidad que debes pagar en impuestos a la hora de hacer la declaración de la renta. Las ganancias y pérdidas por transmisión tributan en la parte especial, así como los rendimientos de capital, de manera que: 19% desde 0 hasta 6.000 euros. 21% desde 6.001 hasta 44.000 euros. 23% desde 44.001 hasta 200.000 euros.

Respecto a la regulación de las plataformas de criptomonedas actualmente la mayor de las plataformas de criptomonedas, Binance, ha comunicado a sus usuarios de España mediante este comunicado en su blog lo que pretenden llevar a cabo de inmediato:

¿Para qué nos hemos registrado en el Banco de España?

2022-02-01

Querido Binancian,

Es probable que hayas leído que Binance ha solicitado recientemente su incorporación al Registro del Banco de España para Proveedores de Servicios de Criptoactivos. Como se trata de un hito relevante en nuestra todavía corta historia, quiero explicarte en detalle las razones de este trámite.

Imagen 1: Comunicado de Binance sobre su regulación en España.

En primer lugar, se trata de un registro cuyo objetivo es verificar que empresas como Binance disponen de procedimientos y herramientas de prevención en materia de blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo. Gracias a su inscripción en este registro, Binance podrá seguir colaborando con las autoridades españolas en la lucha contra estos delitos. Es una cuestión de estricto cumplimiento de la ley y de responsabilidad social. Creemos que nuestros usuarios no quieren que sus activos y fondos queden expuestos a delincuentes financieros o que se puedan ejecutar transacciones sin su permiso. Al solicitar nuestro registro y contar con un programa integral de Prevención del Blanqueo de Capitales (AML/CTF), estamos enviando un mensaje claro a cualquiera que planea hacer un mal uso de Binance: no eres bienvenido en nuestra plataforma.

En segundo lugar, también es preciso destacar que se trata de un registro obligatorio. Es decir, todas las empresas de criptoactivos, tanto españolas como extranjeras, que deseen operar en España legalmente deberán solicitar, más pronto que tarde, su registro. A este respecto, nos enorgullece que Binance sea de las primeras empresas que han decidido hacer las cosas bien y cumplir con sus obligaciones en materia de prevención del blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo.

Imagen 2: Comunicado de Binance sobre su regulación en España.

En tercer lugar, Binance ha querido también establecerse formalmente en España y echar raíces con un único fin: proteger a nuestros usuarios. Queremos que Binance sea accesible para todos. En el mundo de las criptomonedas, cuando hay problemas, muchos usuarios descubren que no tienen siquiera un lugar donde reclamar ni a quién dirigir su queja. Por eso nos establecemos en España: para estar más cerca que nunca de nuestros usuarios y para que estos se sientan verdaderamente protegidos.

Binance ha dado un paso al frente, una vez más, para liderar la industria. La adopción masiva de los criptoactivos pasa necesariamente por su regulación, por lo tanto, este registro representa un avance en el proceso de maduración del sector que debe ser bien recibido. En los próximos años, la tecnología blockchain y los criptoactivos van a llegar a la vida de millones de personas en España y Binance se encuentra ya en una posición privilegiada para ofrecerles seguridad.

Un abrazo,

Imagen 3: Comunicado de Binance sobre su regulación en España.

4. Análisis de las estrategias publicitarias en el sector de los criptoactivos.

4.1 Publicidad convencional: (anuncios tv, vallas, patrocinios.)

A pesar de tratarse de un mercado nuevo, la publicidad no cambia tanto, solo en apariencia, se adapta a los nuevos, sin embargo cuando los anunciantes quieren vender su producto deben tratar de llegar a conseguir el mayor número de impactos posibles especialmente dentro de su target, y en este caso aunque es desde los 18 años hacia arriba es probable por contexto social que quien más capacidad de invertir aquí sea la gente con más edad, y precisamente para ese público mayor, más tradicional han escogido anunciarse por los métodos convencionales.

4.1.1 Publicidad físicas en espacios públicos.

Cuando hablamos de métodos convencionales hablamos especialmente de publicidad física como autobuses, marquesinas, mupis, carteles, vallas publicitarias aunque también entra en este ámbito spots de tv, cuñas de radio etc.



Imagen 4: Cartel publicitario de la plataforma Binance.



Imagen 5: Marquesina publicitaria de bit 2 me en Madrid.



Imagen 6: Autobus con publicidad de la plataforma Binance.



Imagen 7: Valla publicitaria de la plataforma bit 2 me.

4.1.2 Patrocinios

Además de la publicidad física en espacios públicos, también se utiliza otro gran método publicitario tradicional, el patrocinio, ya sea con publicidad en eventos o con empresas, hemos podido ver esto en eventos como ha sido recientemente la copa de África, la cual en el mundo del fútbol ha tenido gran visibilidad ya en todas las imágenes de partidos que han llegado a España hemos podido ver la publicidad de Binance en las vallas publicitarias que rodean el campo de fútbol, esta gran visibilidad la plataforma la ha logrado gracias a un contrato con la organización de la copa de África convirtiéndose en su principal sponsor.

Quizá se pueda pensar que el fútbol africano no tiene mucha relevancia en el mundo del futbol pero su gran crecimiento en los últimos años y el surgimiento de grandes estrellas africanas jugando en las grandes ligas como son el egipcio Salah y el senegalés Mané han hecho que sea de las copas de África más vistas de la historia, además de selecciones como Marruecos o Guinea Ecuatorial que aunque no contaban con estrellas de tanto nombre si tenían gran cantidad de futbolistas que juegan en equipos de la liga española.



Imagen 8: Valla publicitaria de la plataforma Binance en un partido de la Copa de África.

Pero no hace falta irse tan lejos, incluso en la liga española existen actualmente estos patrocinios, el Real Club Deportivo Celta De Vigo ha firmado como uno de sus sponsors a Bitci una plataforma de criptomonedas con origen turco. Desde este mismo enero es uno de sus patrocinadores en la segunda mitad de la liga profesional de fútbol. Aunque no sea el principal equipo de España ni mucho menos, es algo muy sonado ya

que este club se caracteriza por tener una gran fidelidad con sus patrocinadores clásicos como son estrella Galicia y Citroën, han cambiado este último, después de 31 años juntos, por Bitci, marcando una gran apuesta por la modernidad y la adaptación a nuevos anunciantes.

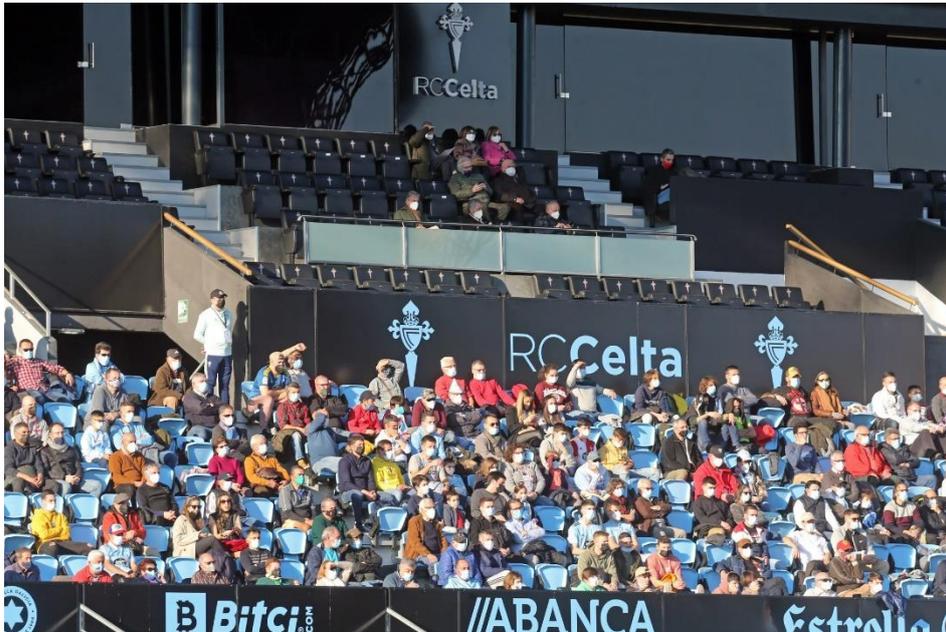


Imagen 10: Fotografía de la publicidad de Bitci en el estadio de Balaídos.

Llama la atención que se lleven a cabo estas relaciones de patrocinios entre clubs de la Liga con empresas de criptomonedas ya que por ejemplo la propia Liga y también la Eurocopa, tienen otros patrocinadores como la red social tik tok, también en un auge increíble en los dos últimos años y un gran poderío comercial y que está en guerra abierta con el mercado de las criptomonedas, habiendo llegado al punto de prohibir la publicidad de cualquier empresa plataforma o influencer sobre criptomonedas en su plataforma.

Como podemos ver la propia liga de fútbol tiene un patrocinador en la plataforma de criptomonedas Socios.com.



Imagen 11: Publicidad de la liga con su patrocinador Socios.com.

Además de estos patrocinios con vallas publicitarias en estos recintos privados donde se realizan grandes eventos multitudinarios, podemos ver cómo, en muchos equipos de fútbol de nuestra liga, cada uno con sus matices particulares, tienen la marca de sus patrocinadores en sus camisetas.

Por ejemplo en el caso del Cádiz es la misma plataforma Bitci, la que se encuentra impresa en su camiseta, con la particularidad de que se ha llegado a convertir en su "main sponsor" o principal patrocinador. Pero por si no fuese suficiente tiene también de patrocinador a Floki, ya no una plataforma, sino una moneda⁵ propiamente como sponsor.

⁵ Cuando hablo de moneda, generalmente me estoy refiriendo a un criptoactivo.



Imagen 12: Publicidad de Floki.com en la camiseta del Cádiz.



Imagen 13: Publicidad de Bitci en la camiseta del Cádiz.

Otro ejemplo parecido es el de Club Atlético de Madrid, este club tiene la publicidad de la plataforma Plus 500 en su camiseta como uno de sus patrocinadores desde este año, pero no solo eso, el equipo madrileño es uno de los clubs que se han sumado a las criptomonedas de manera total, quiero decir con esto que tiene su propia moneda ATM, se puede operar con ella en varias plataformas como Socios.com o Binance. Hay varios equipos en el mundo con este tipo de monedas propias del club, están a la venta para cualquiera y están pensadas para en un futuro cuando estén del todo integradas en la sociedad sirvan para que los aficionados que las tengan puedan tener influencia en algunas decisiones en el club, son como una manera diferente de tener acciones de la empresa, además es muy probable que para comprar entradas o camisetas o algún producto del equipo si pagas con estos tokens obtengas algún descuento o regalo extra.



Imagen 14: Camiseta del Atlético de Madrid con publicidad de la plataforma Plus 500.

Un ejemplo más lo tenemos en el Valencia Club de Fútbol, lleva en su camiseta la publicidad de la plataforma Socios.com, la única donde de momento se puede operar con la moneda del club, además lleva también impresa la publicidad de ese token propio, VCF, la utilidad en está pensada de la misma manera que la del Atlético de Madrid, para comprar entradas o productos del club o incluso tener relevancia en la toma de decisiones del club.

Particularmente en este caso podemos ver en las camisetas de temporadas anteriores publicidad de bwin, una famosa casa de apuestas, hasta hace escasos años, estas casas de apuestas han sido las que tenían gran parte del poder publicitario en el fútbol como en otros deportes pero las últimas leyes publicitarias han prohibido prácticamente por completo su actividad, no es casualidad que haya coincidido su gran desaparición, con el gran surgimiento de publicidad de criptomonedas, estas han ocupado su lugar de manera rápida y muy efectiva. Pensándolo detenidamente tiene lógica que hayan sido su sustituto ya que los usuarios de esas plataformas se dedicaban a apostar para tratar de obtener ganancias y lo más similar que pueden encontrar son el mercado de las criptomonedas ya que también consiste en invertir tu dinero para intentar sacar más, esto deja claro que las plataformas publicitarias han acertado entrado en este ámbito ya que ahí tiene un gran target fiel. Es más hay determinadas maneras de inversión en las que las operaciones consisten en apostar por más cantidad de la que inviertes ya que te la plataforma te presta dinero a que va a subir el precio o bajar y no simplemente a especular con tu propio dinero, son operaciones de riesgo al igual que lo son las casas

de apuestas pero donde puedes obtener también mayor beneficio aún, han encontrado el espacio correcto.



Imagen 15: Camiseta del Valencia Club de Fútbol con publicidad de la casa de apuestas bwin.



Imagen 16: Camiseta del Valencia Club de Fútbol con publicidad de su token.

Finalmente en España está también el caso del Fútbol Club Barcelona, se filtraron informaciones⁶ sobre el supuesto contrato que iba a lograr con nuevo patrocinador y se dijo que era Binance, se difundieron las cifras incluso del contrato llegando a correrse el rumor de que serían unos 70 millones por temporada, durante 5 años, que estarían

⁶ <https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20211216/1001726252/dos-ofertas-valora-barca-patrocinar-camiseta.html>

vinculados este tiempo con la publicidad de la plataforma en la camiseta y que el nombre del estadio, el camp nou, podría pasar a llamarse Camp Nou Binance, esto finalmente a última hora se echó para atrás, parece que el club catalán ha preferido firmar con otro patrocinador, Spotify, el cual parece haber mejorado sus pretensiones económicas, y se está especulando con que al final el estadio sea Camp Nou Spotify. Como medida de lo cerca que estuvo este acuerdo podemos ver la imagen que se difundió de la camiseta del equipo con la publicidad de este patrocinador y después la imagen con la publicidad del que parece acabará siendo el patrocinador.



Imagen 17: Camiseta del Fútbol Club Barcelona con la publicidad de Binance.



Imagen 18: Camiseta del fútbol club Barcelona con publicidad de Spotify.

Ya fuera de España, clubs como el Paris Saint Germain o la Juventus de Turín tienen también sus propios tokens PSG Y JUV, se encuentran disponibles para realizar operaciones en Binance, sus tokens tienen más o menos la misma utilidad que los de Atlético y Valencia, solo que en el caso del Paris Saint Germain su token ha llegado a ser en su momento álgido una moneda con un precio de 61,50 dólares.



Imagen 19: Publicidad de los token PSG y JUV en relación con CHZ.

Más allá de los patrocinios de clubs individualmente con plataformas o con monedas propias, está el gran proyecto de las criptomonedas en el fútbol, CHZ (Chiliz), se ha convertido en patrocinador y socio a la vez de los equipos que vemos en la siguiente imagen, es una criptomoneda y un ecosistema dedicado a unir el mundo de los deportes con el de la tecnología blockchain, ofreciendo una plataforma para la creación de fan tokens, NFT y servicios relacionados con el mundo deportivo.



Imagen 20: Marco de empresas en sociedad con CHZ.

Como podemos ver CHZ no solo está presente en los patrocinios del fútbol, también tiene su presencia publicitaria en el mundo del boxeo como se puede ver en la siguiente imagen.



Imagen 21: Anuncio de la UFC con publicidad de CHZ.

Dentro de las aplicaciones o plataformas de criptomonedas, por ejemplo en binance podemos ver muchos de estos tokens de equipos de fútbol en las listas de criptomonedas, están los mencionados anteriormente junto con alguno más como LAZIO, CITY, PORTO, ACM, ASR, SANTOS.

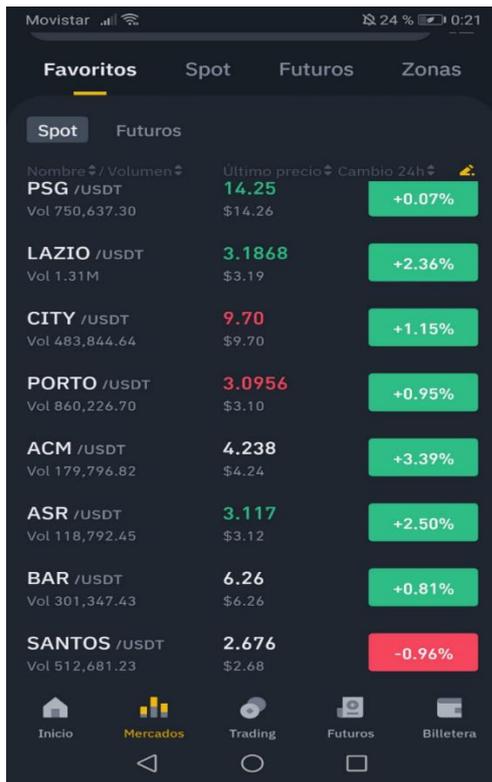


Imagen 22: Interfaz de la aplicación Binance.

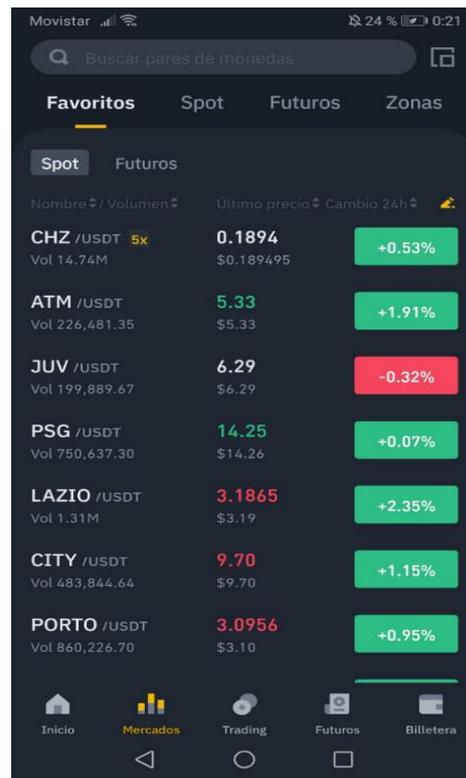


Imagen 23: Interfaz de la aplicación Binance.

Viendo estas empresas tan grandes, mundialmente conocidas, con gran poder económico y un enorme estatus social, se podría llegar a pensar que su techo está aquí, pero para llegar a publicitar aún más las criptomonedas, las plataformas han ido un paso más allá y han entrado también en el fútbol de selecciones, y precisamente de las más importantes a nivel futbolístico del mundo, están los casos de la selección argentina e italiana que han llegado a acuerdos publicitarios de patrocinios con las plataformas de criptomonedas Binance y Socios.com respectivamente, además de estar dentro del proyecto del CHZ, la selección italiana es la más avanzada en esto ya que tiene de manera extra un token propio ITA, puede parecer como uno más de estos tokens, pero con la gran diferencia de que ya no se representa a un club o su afición, sino es el token de todo un país.



Imagen 24: Publicidad de la selección argentina de fútbol y su patrocinador Binance.



Imagen 25: Publicidad del token ITA y su relación con la selección italiana de fútbol, CHZ y Socios.com.

Otra plataforma de criptomonedas famosa como es crypto.com ha escogido un deporte que está en absoluto auge en los últimos tiempos como es la fórmula 1, una competición que a pesar de ser de pago desde hace años en esta última temporada ha batido sus records de audiencias, y se espera que vaya a más a partir de esta nueva temporada, con lo cual está claro que han escogido un buen lugar donde posicionarse, por si fuera poco, una plataforma de invertir dinero, en este mundillo es muy probable que genere usuarios ya que es un deporte asociado a gente que maneja grandes capitales, se puede decir que su target sí se encuentra bien ubicado.



Imagen 26: Publicidad de crypto.com como patrocinador de la Fórmula 1.



Imagen 27: Publicidad de crypto.com como patrocinador de la Fórmula 1.

Otro deporte que ya se sumergido en la publicidad de cryptomonedas es el baloncesto, al menos en liga estadounidense conocida como la NBA, por ejemplo en el equipo de los Chicago Bulls.



Imagen 28: Publicidad de Chicago Bulls y su patrocinador Socios.com.

4.1.3 Spots televisivos.

Finalmente además de publicidad física en espacios públicos y de los patrocinios, dentro de la publicidad tradicional se encuentran los spots televisivos, el más famoso actualmente por la figura del actor que lo protagoniza, es el anuncio de crypto.com que cuenta con el famoso actor Matt Damon, es un anuncio que ha salido en las televisiones en nuestro país siendo pionero en los spots de criptomonedas, forma parte de la campaña 360 de crypto.com.⁷

Otro spot publicitario visto en television es el de la plataforma eToro, aplicación que no es exclusiva de inversión en criptomonedas, es más general, te ofrece la oportunidad de invertir en acciones de cualquier empresa importante del mundo, pero el funcionamiento es similar al de las aplicaciones exclusivas de criptomonedas.⁸

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=9hBC5TVdYT8>

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=FjOzPJfnhLA>

4.2 Publicidad digital: publicidad en redes, (influencers, nfts, aprende y gana, sorteos.)

Por otro lado las plataformas de criptomonedas han escogido la estrategia de anunciarse usando la publicidad digital, teniendo en cuenta que es un mundo virtual tiene bastante relación y cabía esperar que optasen por esta línea, aunque aquí el target será más joven con lo cual menos pudiente económicamente, es un público que conoce mucho mejor el uso de estas aplicaciones y está más relacionado con gastar dinero o moverlo con mayor inconsciencia. Es un público muy influenciado por sus ídolos o figuras conocidas además de abierto a los cambios. Por eso es recurrente no solo en este mercado, en los últimos tiempos hacer publicidad mediante influencers o figuras muy conocidas por los jóvenes ya que pasan en redes sociales gran parte de su tiempo.

Tenemos los casos de la publicidad en redes que Binance ha hecho con los futbolistas famosos Luis Suarez y Andrés Iniesta, ambos subieron a sus respectivos instagrams publicaciones publicitarias asegurando que ellos estaban aprendiendo a usar la plataforma, que era muy sencillo y animando a sus seguidores a hacer lo mismo. El caso de Iniesta ha sido muy sonado ya que ha provocado bastante polémica, la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores), le ha recriminado mediante redes sociales que los criptoactivos, al ser productos no regulados, tienen algunos riesgos relevantes que es recomendable leer e informarse a fondo antes de invertir en ellos o de recomendar a otros que lo hagan.

Binance ha reconocido públicamente que pagó a estos futbolistas para que anunciaran la plataforma en sus redes, con esto se confirma que era publicidad y no un acto espontáneo.



Imagen 29: Publicidad de Binance en el instagram de Luis Suarez.

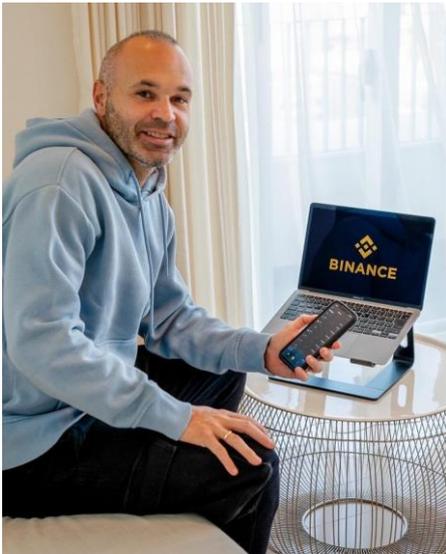


Imagen 30: Publicidad de Binance en el instagram de Andrés Iniesta.

Siguiendo con la publicidad en redes, estas plataformas han escogido instagram como lugar para publicitarse de manera masiva, es un lugar perfecto donde realizar publicidad ya que todo usuario tiene asumido que cada 3 historias que vea le saldrá un anuncio, es una publicidad muy agresiva pero ya a nadie le resulta extraño, con lo cual puedes llegar a muchos impactos o impactar muchas veces.



Imagen 31: Publicidad en historias de instagram.

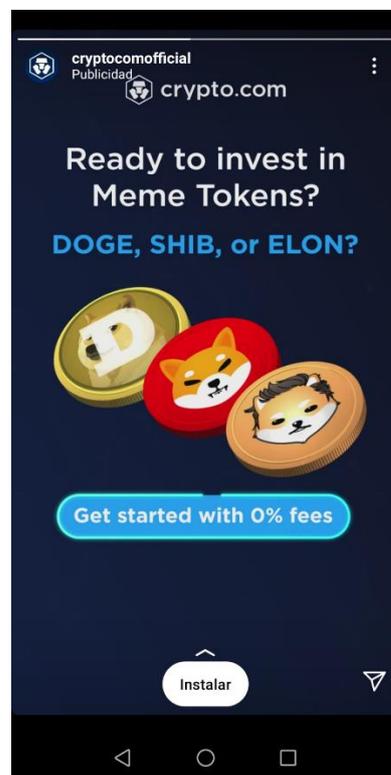


Imagen 32: Publicidad de historias de instagram.

Pero además de la publicidad en las historias de instagram, en la misma plataforma también encontramos este tipo de publicidad de criptomonedas entre los post normales, como una publicación más de un usuario particular a la que se puede dar me gusta y comentar.



Imagen 33: Publicidad en post de instagram.



Imagen 34: Publicidad en post de instagram.

Otra actividad muy de moda para publicitar algo son los sorteos y en las redes están de manera masiva, ofrecen pequeñas recompensas en criptomonedas a cambio de unirse a algún grupo o suscribirse a plataformas, o también simplemente te dan regalos y recompensas en criptomonedas de manera gratuita para conseguir que llame tu atención este mercado y que una vez esté suscrito o una vez el cliente tenga dinero ahí quiera invertir un dinero ya que habrá visto cómo funciona y creerá que sabe operar y los riesgos no le afectarán.



Imagen 35: publicidad de un sorteo de tarjeta regalo.



Imagen 36: publicidad de suscripción a un grupo de telegram.

Algunas plataformas como coinbase optan por la estrategia de no solo decirte que inviertas, sino que te propone enseñarte sobre criptomonedas a la vez que te da simbólicas recompensas para que vayas probando a jugar y enganchándote poco a poco. Aquí su estrategia publicitaria es captar a su target que claramente son los principiantes para conseguir su registro en la plataforma, es la aplicación más sencilla de utilizar con lo que suele ser la que la mayoría de usuarios de criptomonedas empieza.



Imagen 37: Publicidad de coinbase para enseñarte a usar su plataforma.

Finalmente, en los tiempos está causando un furor enorme el tema de los Nfts, conocidos como arte digital, único e inimitable con el que se comercia con frecuencia aprovechando la especulación de sus precios para intentar sacar beneficios con su compraventa. Muchas personas famosas como Neymar han compartido en Twitter que han comprado un Nft y su imagen, la cual no puede ser plagiada aunque se haga captura ya que el valor en sí del Nft radica en sus claves únicas.



Imagen 38: Publicación de neymar en twitter mostrando su Nft.

Otra persona muy influyente y que está metida muy de lleno en esto es precisamente el influencer Willy Rex, está causando bastante polémica ya que su figura al igual que podía ser también la de Iniesta estaban asociadas a personajes muy comprometidos con sus seguidores y con temas sociales y no tanto con la ganancia de grande cantidades de dinero de las que el youtuber no deja de hablar en su canal. Es un caso especial porque los Nfts los puede crear cualquiera y el suyo en concreto lo lanzó él al mercado.



Imagen 39: Willy rex y su Nft propio.

4.3 Mensaje publicitario que usan:

La publicidad de criptomonedas como cualquier otra publicidad tiene una estrategia en su mensaje, es importante qué vender y cómo venderlo, transmite valores como ser valiente, ser inteligente, adelantarse al mundo, mensajes futuristas de invertir como refugio.

Hemos visto en el caso de la publicidad en vallas que usan eslóganes de otras marcas conocidas como Ikea adaptándoselas a su mercado, ‘bienvenido a la república independiente de tu pasta’, es un mensaje que busca concienciar de la posibilidad de ganar beneficios aquí siendo independiente de tu trabajo o al menos en menor medida.

En muchos casos se deja caer que la pobreza se puede resolver existiendo bitcoin y las criptomonedas, que la solución a este problema la tiene este mercado ya que todo el mundo puede hacerse rico.

Uno de los conceptos que se vende es la libertad financiera, conseguir ser libre de rendir cuentas al estado y tener que trabajar para vivir.

En estos tiempos de crisis económica acrecentada por el covid-19 se venden las criptomonedas como un valor refugio para luchar contra la inflación, similar a lo que han sido productos como el oro en tiempos de guerra, cuando la economía se hundía y estos materiales le otorgaba a sus propietarios la posibilidad de tener liquidez financiera.

Otro eslogan que hemos visto es fácil, rápido y seguro, son tres características de las criptomonedas que más ventajas le otorgan a este mercado, es una gran novedad poder ganar dinero o hacer pagos en un segundo, puedes hacerlo de casi cualquier sitio tan solo apretando un botón en tu teléfono móvil y de una manera en que te sientes seguro ya que en tu cuenta nadie puede entrar sin las claves.

En el anuncio de Socios.com con Matt Damon, usa el eslogan, ‘‘la fortuna es para los valientes’’, lema muy usado por los romanos con este discurso anima al cliente a comprometerse, usa la estrategia de lo emocional, transmite el valor de que las personas que invierten ganan y son los que realmente pueden tener éxito en este mercado.

En el anuncio de Etoro el mensaje que deja es que el usuario puede formar parte de cualquier empresa o tener alguna pequeña acción, generando así un vínculo con las compañías más grandes del mundo, es algo que a cualquier cliente le atrae ya que de otra manera es muy difícil que pueda tener alguna relación con estas entidades.

5. Aspectos deontológicos de la publicidad de los criptoactivos:

Desde el punto de vista deontológico, el mercado de las criptomonedas no es precisamente un ejemplo de ética, ya que se caracteriza por su falta de transparencia, falta de un organismo regulador y volatilidad alta, lo que supone una gran competencia entre usuarios.

Existe el debate entre gente⁹ que cree fielmente en los servicios públicos ya que le chirría bastante que su menor contribución fiscal repercute negativamente en el sostenimiento de estos servicios y gente que ve en estos activos la posibilidad de mejorar la economía gracias a estos porque ve en esa contribución fiscal una excesiva actitud recaudatoria por parte del estado.

El gran problema surge con lo que supone esa falta de transparencia de donde va a parar en algunas ocasiones el dinero ya que es sabido que con frecuencia acaba sirviendo para

⁹ <http://www.miscelaneanatural.org/derechos-y-libertades/dinero-alternativo-y-etica-criptomonedas-criptodivisas-y-monedas-sociales>

llevar acabo negocios fraudulentos, actividades en contra de los derechos humanos, como organizaciones terroristas, pagos por rescate en secuestros, asesinatos o extorsiones o propiamente comercios anti éticos de minerales, comercio con medicamentos falsos, órganos humanos, especies amenazadas y pesticidas peligrosos.

Otra gente en cambio defiende la continuidad de estos mercados ya no solo como posible fuente de beneficios sino como un valor refugio del capital para luchar contra la inflación de la economía ya que se dice de manera errónea que están exentos de inflación por no pertenecer a ningún banco, muchas veces de manera hipócrita se vende que sirven para fomentar los derechos humanos y puede ser que sea cierto pero en los negocios mencionados antes precisamente con el dinero obtenido de aquí lo que hace es atentar contra ellos.

Es un mercado poco o nada ético donde los que más tienen más mandan y cada vez se va aumentando las diferencias entre quien tiene y quien no, en los negocios no hay sentimientos, y en este mercado menos aún, es una constante lucha en competición con el resto de usuarios donde unos van a obtener pérdidas y otros ganaran lo que perdieron los primeros, ya que para que alguien gane otro tiene que perder.

Yendo más allá de la publicidad de los criptoactivos, la propia publicidad en sí debe estar obligada a mencionar los riesgos como pasa en la publicidad del tabaco o de las casas de apuestas, aclarar siempre la obligatoriedad de ser mayor de edad y de que es necesario leer y aceptar las condiciones antes de consumir este tipo de productos o servicios.

Muchos famosos que salen en anuncios tienen la responsabilidad social de prevenir de los riesgos de estos productos que anuncian ya sea en el mismo anuncio o de manera aparte en sus redes o hablando sobre ellos en público.

6. Conclusiones:

Para terminar, como conclusiones de este trabajo opino que las criptomonedas son un mercado que ha llegado para quedarse en nuestra sociedad, la publicidad como con cualquier otra novedad que ha habido en algún momento de la historia lo que hace es tratar de explotar esta novedad. Aunque parezca algo muy único y sin precedentes el mundo de manera general no cambia, es otro mercado que funciona con muchos términos que son iguales al resto, solo cambia en apariencia, lo cual fomenta la adaptabilidad, en mi opinión es probable que la gente que realmente saque beneficios enormes y se pueda ganar la vida en este mercado sean los que hayan entrado primero y se hayan informado bien al meter dinero, lo creo firmemente a pesar de que ha habido casos famosos en mi opinión aislados de gente que se ha solucionado la vida invirtiendo en alguna moneda sin conocimiento y por pura suerte. Es por esto que es importante que cuando se invierta dinero aquí se haga sabiendo cómo funciona, con dinero que se pueda perder y sabiendo en el momento de mercado en el que se entra, es altamente recomendable estudiar el mercado un tiempo antes de entrar en él.

Las criptomonedas aunque sean un valor refugio o una manera de especulación que puede parecer humo tiene grandes y empresas detrás, estamos en un momento en el que se están dando pasos agigantados hacia la adopción del mercado en la sociedad, aún queda mucho porque queda mucha gente fuera, pero empresas como uber ya son pioneras en aceptar pagos con criptomonedas, muchas empresas, bancos entidades y gobiernos como el de El Salvador ya están sentando las bases para estos comercios, Rusia, China y algunos países también poderosos han criticado e intentado ilegalizar públicamente a criptomonedas para poco después decir que están a favor de uso y que las legalizan, se cree que han hecho esto para manipular los mercados y hacer que bajen los precios para comprar y después hacer que suban generando beneficios de manera artificial.

Esto es un ejemplo por otro lado de que no es un ejemplo de ética y ciudadanía pero ningún mercado que se mueva con grandes cantidades de dinero lo es, este tipo de especulación también lo tiene la bolsa, las noticias sucesos declaraciones y eventos oficiales tienen gran impacto en la volatilidad del mercado junto con la publicidad de muchos famosos, deportistas actores o influencers en sus redes como hemos visto.

Aunque sea ínfimo el porcentaje de gente que tiene invertido dinero en criptomonedas poco a poco casi todo el mundo tiene algún conocido en su entorno o amigo de algún amigo que ha invertido en este mercado, es un primer paso para la adopción de la sociedad a las criptomonedas como un método de pagos habitual más.

Haciendo una comparación con la llegada de internet a nuestras vidas considero salvando las distancias que la integración de las criptomonedas ahora mismo a Febrero de 2022 está en el mismo punto de desarrollo que estaba internet en el año 2000, nadie por entonces esperaba el nivel de influencia que ha tenido internet en estos años, y tratando de verlo en perspectiva es probable que en unos 10 años aproximadamente las criptomonedas tengan una importancia para nada imaginada ahora y también unos precios muy lejanos a los actuales.

Pienso que la publicidad de criptomonedas está siendo bastante agresiva ya que como he dicho anteriormente está tanto en los medios convencionales como en los no convencionales, y aún me atrevería a decir que en un tiempo a corto plazo saldrán campañas mucho más invasivas pero a la vez explicativas, ya que uno de los principales problemas que muchos tienen para entrar al mercado es que no saben cómo manejar estas plataformas o no saben de ninguna y si nadie les explica cómo invertir no van a molestarse en hacerlo.

Toda esta innovación siempre crea enemigos estoy seguro de que habrá un tiempo en el que muchas entidades y sobre todo medios que vivan muy bien con el sistema actual se opondrán rotundamente a la normalización de las criptomonedas pero esto solo lo retrasará un tiempo ya que creo que es algo que ya no se puede parar, aunque puede que si consiguen imponerle una serie de impedimentos que hagan que haya alternativas si alguien no quiere pasar por este aro ya sea por cuestiones morales o por falta de habilidad.

Por último creo que la situación cambiará mucho porque a nivel legal surgirán muchas medidas regulatorias, una mayor centralización y muchos acuerdos restrictivos para con este mercado, pero aún con esas modificaciones será un mercado en auge durante los próximos años.

7. Bibliografía

<http://ajtapia.com/2022/01/criptoactivos-circular-1-2022-de-la-cnmv-sobre-la-publicidad-de-criptoactivos-una-norma-particularmente-oportuna/>

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/12/28/mercados/1640708976_134122.html

<https://criptointercambio.com/blog/es/educacion/que-es-altseason/>

<https://cryptoshitcompra.com/es-etico-el-concepto-de-tecnologia-blockchain-y-criptomonedas-en-una-empresa>

<https://economia3.com/como-nacen-las-criptomonedas/>

<https://indret.com/wp-content/uploads/2021/04/1637.pdf>

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021-3946>

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156>

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

<https://www.cmcmarkets.com/es-es/aprenda-a-operar-con-criptomonedas/cuales-son-los-riesgos>

https://www.cnmv.es/DocPortal/DocFaseConsulta/CNMV/CP_CircularCriptoactivos_junio2021.pdf

https://www.cnmv.es/DocPortal/DocFaseConsulta/CNMV/CP_CircularCriptoactivos_junio2021.pdf

https://www.elespanol.com/invertia/mercados/criptomonedas/20210614/cnmv-vigilara-influencers-hagan-publicidad-bitcoin/588941922_0.html

<https://www.expansion.com/especiales/pwc/2021/10/28/6179675a468aeb5e4c8b46f2.html>

https://www.google.com/search?q=dinero+digital&sxsrf=APq-WBvnGFMEOp5mkDE-s5f1Axj340Ayg%3A1643910972046&ei=PBf8Ya6VAveX9u8P-5Wh-AE&oq=dinero&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAEYBTIECCMQJzIHCAAQsQMQQzIECAAQQzIECAAQQzIHCAAQsQMQQzIECAAQQzIECAAQQzIHCAAQsQMQQzIECAAQQzIGCAAQChBDOgcIABBHELADOGsIABCABBCxAxCDAToHCAAQyQMQQzoFCAAQkgM6CAgAEIAELEDogcIIxDqAhAnOhEILhCABBCxAxCDARDHARCvAToHCC4QsQMQQzoQCC4QsQMogwEQxwEQ0QMQQ0oECEEYAEoECEYYAF CbB1jFGGCdKmgCcAJ4BIABrAGIAa0MkgEEMC4xMZgBAKABAbABCsgBCMA BAQ&scient=gws-wiz

https://www.google.com/search?q=chz+&bih=661&biw=1366&hl=es&sxsrf=APq-WBvuMUWgOZKTLiLFQPi6emaLRfxMXw%3A1644195639613&ei=N28AYuPuJImP9u8PsIO4uAQ&ved=0ahUKEwIj5qiIsuz1AhWJh_0HHbABDkcQ4dUDCA4&uact=5&oq=chz+&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBAgjECcyBAgAEEMyBggAEAoQQzIECAAQQzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIHCAAQsQMOCjIFCAAQgAQyBQgAEIAEOgcIABBHELADSgQIQRgASgQIRhgAUK8EWK8EYOcFaAFwAngAgAFmiAFmkgEDMC4xmAEAoAEBYAEIwAEB&sclient=gws-wiz

https://www.google.com/search?q=tramos+de+declaracion+de+criptomonedas+en+espa%C3%B1a&sxsrf=APq-WBu31IETVO27ZzJhCCUTd6q1aL2E5A%3A1643910939082&ei=Gxf8YeWNBOOF9u8P9eSD6Ao&oq=tramos+de+declaracion+de+crip&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAEYA_TIFCCEQoAEyBQghEKABMgUIIRCgAToHCAAQRxCwAzoECCMQJzoGCAAQFhAeOgcIIXDqAhAnOgQIABBDOhAILhCxAXCDARDHARDRAxBDOgsIABCABBCCxAXCDAToKCAAQsQMOCgwEQQzoLCC4QgAQQsQMOCgwE6CAGAEIAEELEDOgUIABCABDhHCAAQyQMOCzoFCAAQkgM6CAGAELEDEIMBOggIABCABBDJAz_oKCAAQsQMOCgwEQCjoHCAAQsQMOCjoECAAQCjoICCEQFhAdEB5KBAhBGBABKBAhGGABQkQVY9YMBYOWTAWgDcAJ4A4ABvgKIAew2kgEJMTIuNDguMS4xmAEAoAEBsAEKyAEIwAEB&sclient=gws-wiz

<http://www.miscelaneanatural.org/derechos-y-libertades/dinero-alternativo-y-etica-criptomonedas-criptodivisas-y-monedas-sociales>

<https://www.osi.es/es/campanas/criptomonedas/historia-criptomonedas>

<https://www.pwc.es/es/auditoria/assets/impacto-regulatorio-mica-en%20los-criptoactivos.pdf>

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/matt-damon-campana-crypto-2021-television-espana>

<http://www.rdmf.es/2021/12/preguntas-respuestas-la-advertencia-realizada-la-cnmv-influencers-ofrecer-consejos-inversion/>

<https://www.santander.com/es/stories/guia-para-saber-que-son-las-criptomonedas>

<https://www.xataka.com/criptomonedas/que-son-los-futuros-de-bitcoin-y-que-efectos-podrian-tener-en-la-criptomoneda>

<https://www.youtube.com/watch?v=FjOzPJfnhLA>

<https://www.youtube.com/watch?v=9hBC5TVdYT8>