

CONSECUENCIAS DERIVADAS DE LA INOBSERVANCIA DE LOS LÍMITES A LA ACTIVIDAD DEL INFLUENCER: PUBLICIDAD ILÍCITA Y TUTELA DEL CONSUMIDOR

¿Cuándo la actividad del influencer será publicidad engañosa o encubierta?

La publicidad del influencer es **engañosa** cuando es **falsa**, o aun siendo veraz, induce a error o engaño a los **consumidores** a través de una acción, omisión o acto de confusión respecto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedad, origen, precio o **cualquier otro dato relevante** que pueda afectar su comportamiento económico.

La publicidad del influencer es **encubierta**, cuando no siendo falsa y sin ánimo de engaño induce o puede inducir a error o engaño al destinatario, **al encubrir la naturaleza publicitaria del mensaje**.

Medios de tutela del consumidor.

1. Tutela prevista en la LPC: **Cesación publicitaria; integración publicitaria e indemnización por daños.**
2. **Nulidad relativa** (si el consumidor lo estima conveniente).

Cuando acose, coaccione o inflencie indebidamente al consumidor, vulnerando su libertad de elección y limitando su capacidad para adoptar una decisión económica.

¿Cuándo la actividad del influencer será publicidad agresiva?

¿Cuándo la actividad del influencer será publicidad abusiva?

Cuando infrinja garantías constitucionales o los derechos de la personalidad del consumidor y las regulaciones que tienen por objeto protegerlas, efectuando anuncios sexistas, promoviendo el consumo de tabaco, bebidas alcohólicas, etc.

Medios de tutela del consumidor.

1. **Indemnización del daño moral causado.**
2. **Nulidad relativa**, en el caso de la agresiva por coacción psicológica si es grave, injusta y determinante o por influencia indebida si estima que el equilibrio prestacional es cualidad esencial del acto o contrato.

¿Cuándo la actividad del influencer será desleal?

La publicidad del influencer será **desleal** cuando contraviene el deber de corrección que rige el mercado y el principio del respeto a la competencia. En otras palabras, cuando no respete los productos o servicios de la competencia, los denigre, menosprecie.

Medios de tutela del consumidor.

La tutela prevista en la LPC, esto es:

- **La cesación del anuncio o campaña publicitaria o la prohibición de ambos;**
- **La acción declarativa de competencia desleal;**
- **La remoción de los efectos producidos por el acto mediante la publicación de una sentencia condenatoria o la corrección publicitaria;**
- **Indemnización de daños extracontractual.**



¿Contra quién deben activarse las tutelas?

a. Si el consumidor contrató con el anunciante, éste deberá impetrar la tutela en su contra.

b. A menos que el influencer haya conocido o debido conocer la ilicitud publicitaria y aun así realiza el anuncio respectivo, en tal caso el influencer será solidariamente responsable con el anunciante de conformidad al artículo 2317 del Código Civil.

c. Con todo, si el influencer contradice o se aleja significativamente de las indicaciones o instrucciones dadas por el anunciante, será responsable exclusivamente de los daños causados.

d. La misma regla se aplica al competidor perjudicado, quien deberá dirigirse contra el anunciante en caso de la cesación de la acción declarativa y de la remoción de los efectos del acto o del influencer si se trata de los daños causados.

