

LOS CONTRATOS PUBLICITARIOS CELEBRADOS CON LOS INFLUENCERS

¿Qué es un contrato publicitario?

Los contratos publicitarios son aquellos en que el objeto del contrato consiste en la **implementación**, en cualquiera de sus fases (preparación, creación, programación y difusión, o por cualquier vía, de la actividad publicitaria del anunciante, de la agencia publicitaria o de los medios de comunicación.

De dicho concepto, podemos identificar como tales:

- Contrato de publicidad.
- Contrato de difusión publicitaria.
- Contrato de creación publicitaria.
- Contrato de patrocinio.
- Contrato de product placement.
- Contrato de bartering.



¿Por qué resulta necesario abordar estos contratos?

No han sido lo suficientemente abordados por la doctrina nacional.

Tampoco han sido abordados por el legislador, de modo que actualmente son de naturaleza innominada.

Su importancia radica precisamente en que son la clase de contratos que el anunciante celebra con el influencer.

Por todo lo anterior, se hace necesario indagar su contenido y los límites de éste, así como las consecuencias ante incumplimiento.

Contrato de Patrocinio

El influencer asume el rol de patrocinado y, a cambio de una remuneración, establece un vínculo entre su imagen y la marca y bienes o servicios del anunciante, que devienen en patrocinador, y cede los derechos para promover dicho vínculo.

¿Qué debe precisarse en dicho contrato?

- La cantidad y características de las acciones que debe realizar.
- Incorporación de cláusulas (*exclusividad, no competencia, reserva de no exhibición de publicidad ilícita, de revisión por parte del anunciante antes de ser compartida, etc.*).
- Tipo de colaboración.

¿Cuáles obligaciones del influencer?

1. Colaborar con la publicidad del patrocinador.
2. Informar al patrocinador.
3. No menoscabar el prestigio o reputación del patrocinador.
4. Guardar reserva de la información que se le proporcione.
5. Todas las obligaciones propias del contrato celebrado con el influencer.

Contrato de cesión de derechos de imagen

El influencer cede al anunciante la posibilidad de usar y explotar su imagen con la finalidad de conseguir una rentabilidad económica o patrimonial a través de la inserción en campañas publicitarias a cambio de una remuneración, permitiendo al anunciante reproducir y publicar ese contenido en sus propias RR. SS

A través de plataformas en línea, el influencer se obliga a elaborar videos, fotografías u otro contenido en soporte digital, siguiendo las instrucciones del anunciante, y puede consistir en que se reproduzcan automáticamente anuncios en varios formatos antes de visualizar el contenido elaborado por el influencer en su plataforma digital.

Contrato de creación de contenido digital

Contrato de creación publicitaria.

Aquel en que existe la obligación de idear o elaborar un proyecto global o parcial de campaña publicitaria o de cualquier otro elemento publicitario, a cambio de una contraprestación.

Contrato de difusión publicitaria.

Aquel contrato en que el influencer se obliga a proporcionarle al anunciante, a título oneroso, un espacio en un soporte de comunicación social para insertar en él un mensaje publicitario que se divulgue al público.

Técnica comercial en la cual se inserta un producto o servicio reconocible para el destinatario en un contexto no publicitario.

Emplazamiento de producto

Clasificación de los contratos analizados.

- Bilaterales.
- Onerosos.
- Conmutativos.
- Consensuales.
- Principales.

Naturaleza de los contratos analizados.

Dos posturas al respecto:

1. Como es frecuente que el contrato con el influencer comprenda conjuntamente la creación, difusión publicitaria y el patrocinio, se ha sostenido que se trata de un nuevo concepto de patrocinio aplicable a las actividades en entornos digitales.
2. Entender que nos encontramos ante un contrato de naturaleza mixta, que no puede clasificarse al de patrocinio, y que se asemeja al contrato de publicidad, pues involucra varias prestaciones.