

Nota informativa

Atención influencers: ayudadnos a proteger a los jóvenes consumidores

Día de Internet Segura 2024.

Madrid, 06 de febrero de 2024. A medida que se han popularizado las compras en línea y la publicidad en las redes sociales, los jóvenes consumidores están siendo bombardeados con mensajes que les animan continuamente a comprar productos. Pero no siempre los mensajes publicados son transparentes o veraces. Algunos anuncios se publicitan de forma encubierta, los productos no se presentan de forma adecuada y la publicidad puede llegar a ser desleal. Esto hace que los consumidores más jóvenes desconfíen de lo que ocurre realmente cuando compran por Internet. Por eso, con motivo del Día de Internet Segura que se celebra hoy en Europa, la Red ECC-Net quiere hacer un llamamiento a todos los influencers para que contribuyan a proteger a los jóvenes consumidores en el mercado digital. Bajo el hashtag #DíaDeInternetSegura, ha creado una campaña en las redes sociales con para concienciar y unir a los influencers con contenidos atractivos e informativos. De esta forma, la Red CEC pretende generar debates y motivar a los influencers para que lleven a cabo unas prácticas de consumo más justas y transparentes. Todo ello, con el objetivo de garantizar que el comercio online sea igual de seguro y ofrezca las mismas garantías a las personas consumidoras que las tiendas off-line.

Normativa europea

Según la legislación europea, los influencers que anuncian o venden productos o servicios a través de sus perfiles en las redes sociales, son considerados anunciantes y, por lo tanto, tienen que cumplir con la normativa vigente. Sin embargo, hay que advertir que no todos conocen las normas. Por este motivo, la Red ECC-Net considera crucial dar a conocer la legislación que afecta a los influencers ya que así, podrán garantizar su cumplimiento y, en última instancia, mejorar la protección de los jóvenes consumidores.

11 buenas prácticas para influencers

La Red ECC-Net propone 11 buenas prácticas con las que quiere ayudar a los influencers a proteger a los consumidores más jóvenes, a cumplir con las normas legales y éticas, así como a promover un entorno online más seguro y transparente para sus seguidores. Para ello, anima a todos los influencers a que pongan en marcha cuanto antes estas recomendaciones necesarias para crear una comunidad social de influencers más responsable y respetuosa con los consumidores.

1. Entrar en el [Influencer Legal Hub](#) para conocer la normativa para anunciantes y vendedores.

Influencer Legal Hub es una herramienta online de la Comisión Europea creada para ayudar a los influencers a conocer las normas que regulan la protección al consumidor, las prácticas comerciales desleales y el comercio electrónico y que deben cumplir anunciantes y vendedores. En este espacio, se pueden encontrar casos reales y buenas prácticas que permitirán proteger la reputación de los creadores de contenidos online e influencer y evitar multas por prácticas comerciales desleales.

2. Ser transparente sobre las relaciones con las marcas

Los influencers deben identificar claramente como publicidad aquellos contenidos en los que se anuncien productos o servicios que han sido patrocinados, que se publican como consecuencia de una colaboración o aquellos casos en los que el producto se ha enviado de forma gratuita por la marca. La información que se difunda debe ser, por lo tanto, transparente, veraz y clara con el objetivo de que los consumidores entiendan el contexto en el que se realiza la recomendación y puedan tomar sus decisiones basándose en una información imparcial y honesta. Los contenidos publicitarios deben identificarse siempre de forma adecuada y destacada, como #publicidad", #ComunicaciónComercial o #PatrocinadoPor. El principio básico de estas normas sería que los consumidores puedan distinguir de forma clara cuándo los contenidos que están viendo han sido pagados por una empresa y cuando no, sin inducir a error a los usuarios y sin causarles ofensas graves.

3. Colaborar únicamente con marcas de confianza

Se recomienda a los influencers colaborar con marcas de confianza y probar previamente la calidad y seguridad de los productos antes de anunciarlos. De este modo, sus relaciones se basarán en la confianza y las personas consumidoras podrán tomar decisiones informadas y fiables cuando compren en línea.

4. Verificar la información

Los creadores de contenidos deben comprobar la veracidad de la información de los productos que promocionan o venden en Internet. Igualmente, los contenidos deben basarse en fuentes creíbles y la información que se publica debe ser exacta y estar actualizada. Los datos engañosos o inexactos pueden perjudicar a los consumidores y dañar la credibilidad del influencer.

5. Las declaraciones de propiedades saludables deben estar permitidas por la UE

La UE define qué declaraciones de propiedades saludables están permitidas. Por lo tanto, las declaraciones de los influencers sobre productos que tienen beneficios para la salud, además de ser veraces deben estar autorizadas. Los influencers deben limitarse a publicar información objetiva por lo que no deben exagerar o inventar afirmaciones relacionadas con la salud. Las afirmaciones engañosas no sólo infringen las normas, sino que también erosionan la confianza del consumidor. Sin embargo, cumplir con la normativa contribuye a generar confianza entre la audiencia, especialmente de los consumidores más jóvenes. Se trata, en definitiva, de cumplir con la normativa destinadas a proteger la salud y seguridad de los consumidores y usuarios, especialmente los menores y otros grupos vulnerables, así como actuar de manera responsable.

6. Proteger a los menores

Los influencers, deben garantizar que -técnicamente- los menores de edad no puedan ver contenidos sensibles y que, en todo caso, estén marcados como "prohibidos para menores de 18 años", exigir la verificación de la edad y permitir el uso del control parental.

7. Los productos que se venden o promocionan deber ser seguros

Si un producto ha sido retirado del mercado, no debe venderse ni promocionarse ya que podría poner en riesgo la seguridad y la salud de las personas consumidoras. Para comprobar la seguridad de los productos, se recomienda entrar en [Safety Gate](#), el sistema de alerta rápida de la Unión Europea para productos peligrosos no alimentarios.

8. Destacar la importancia de la ciberseguridad

Es importante educar a los seguidores sobre los métodos de pago seguros, destacar la necesidad de utilizar sitios web de confianza y el valor de proteger la información personal ya que ayuda a crear un entorno de compra online más seguro para los consumidores y alimenta la confianza en el mercado único europeo.

9. Compartir los datos de contacto

Aunque la privacidad es importante, hay que cumplir con la legislación europea. En este sentido, la ley de protección del consumidor establece la necesidad de publicar ciertos datos cuando se vende online, como los datos de contacto.

10. Destacar los derechos de las personas consumidoras

Cuando se promocionan o venden productos, debe incluirse información sobre los derechos del consumidor como, por ejemplo, la garantía legal, el derecho de desistimiento y la política de devolución, los datos de contacto de atención al cliente o cómo reclamar. Esto permite a los consumidores comprar con confianza, sabiendo lo que pueden hacer si el producto no cumple sus expectativas.

11. Crear contenidos con autenticidad y honestidad

Las recomendaciones y contenidos basados en la autenticidad, honestidad y transparencia generan confianza, fomentan las relaciones a largo plazo basadas en la credibilidad y contribuye a que los consumidores jóvenes puedan tomar decisiones informadas basándose en recomendaciones responsables: leales, veraces, honestas, legales y fiables. Por ejemplo, las imágenes editadas deben identificarse como "imagen retocada" mientras que los productos de inteligencia artificial se distinguirán como "imagen virtual".

Informes de la Red ECC-Net

La Red ECC-Net publica periódicamente investigaciones e informes sobre distintos temas de consumo europeo. En el informe [Digital Fairness Fitness Check](#) se profundiza en las recomendaciones de ECC-Net sobre las prácticas de los influencers.

Sobre el Día de Internet Segura o Safer Internet Day (SID). Se trata de un evento internacional organizado por las redes Insafe/INHOPE de Centros de Seguridad en Internet en Europa, con el apoyo de la Comisión Europea. Se realiza todos los meses de febrero para promover el uso seguro y positivo de la tecnología, especialmente entre niños, niñas y jóvenes. Así, millones de personas se unen en todo el mundo para inspirar cambios positivos en línea, crear conciencia sobre los problemas de seguridad y participar en eventos y actividades.

Sobre el espacio online Influencer Legal Hub

La Comisión Europea ha lanzado el espacio online [Influencer Legal Hub](#) con información sobre la legislación europea en el ámbito de la protección a las personas consumidoras. A través de vídeos y recursos gráficos desarrollados por expertos académicos, se puede profundizar sobre los derechos que tienen los consumidores.