

**Artículo 158.- Publicidad mediante personas públicas o influenciadores.**

En la actividad de personas públicas o influenciadores, sin perjuicio de otras formas o modalidades, es considerada como publicidad:

- a) La difusión del proceso de apertura, desempaquetado o revelación de productos con el objetivo de fomentar o incentivar su adquisición o utilización;
- b) La difusión de la experiencia positiva con un producto, servicio, marca o proveedor en particular;
- c) La organización, difusión o patrocinio de sorteos o eventos relacionados a productos, servicios, marcas o proveedores;
- d) La difusión de contenido que exponga las ventajas del consumo o adquisición de un producto, servicio, marca o proveedor en particular.

**Artículo 159.- Obligaciones de las personas públicas o influenciadores que realicen actividades publicitarias.**

Son obligaciones a cargo de las personas públicas o influenciadores que realicen actividades publicitarias, además de las generales que surgen del presente Código, las siguientes:

- a) Informar, de modo claro y destacado, si obtienen algún rédito económico o contraprestación por el contenido o práctica divulgada;
- b) Identificar, de modo claro y destacado, la publicidad o actividad publicitaria y la identidad del anunciante;
- c) Identificar, de modo claro y destacado, cuando se trate de bienes o servicios inconvenientes, perjudiciales, potencialmente nocivos o peligrosos, en particular los destinados a niños, niñas y adolescentes, adecuando la publicidad en lo pertinente.



*"2021 - Año de homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein"*

Las obligaciones a cargo de las personas públicas o influenciadores que surgen del presente Código, únicamente les serán de aplicación cuando realicen publicidad o actividades publicitarias, sin que su cumplimiento o exigibilidad puedan ser consideradas como restricciones a la libertad de expresión.

La responsabilidad por el incumplimiento de las disposiciones del presente capítulo y los daños que puedan derivarse de la publicidad realizada, se juzgará conforme las reglas establecidas en el artículo 317.

**Artículo 160.- Publicidad por medios electrónicos o digitales.** La publicidad divulgada o realizada por medios electrónicos o digitales, además de permitir su fácil identificación como tal según lo establecido en el artículo 146, deberá incluir una forma simple y transparente que permita a las y los consumidores expresar su voluntad de no recibir futuras comunicaciones publicitarias. El mecanismo que se establezca debe ser utilizado con este único propósito, además de ser fácil de localizar, entender y utilizar por las y los consumidores.

Los proveedores son responsables de la adopción de las medidas necesarias para que las publicidades o comunicaciones publicitarias, no afecten el normal uso de dispositivos, programas, aplicaciones y otros medios electrónicos por parte de las y los consumidores, ni generen confusión o error al manifestar su voluntad a través de esos medios.