



Fashion Law: «influencers» y embajadores de marca. ¿Qué protección jurídica puede otorgarse a sus derechos de imagen?

La Publicidad se ha adaptado a las nuevas tecnologías y cada vez hacen más uso del método de “embajadores de marca” para llegar a sus potenciales clientes, pero ¿y los derechos que tienen los “influencers”? ¿cómo pueden proteger su imagen para que ningún tercero utilice la misma sin su consentimiento y beneficiándose de su reputación? Lo analizamos a continuación.

•

INTRODUCCIÓN

El artículo 18 de la [Constitución Española](#) establece como derecho fundamental de los españoles: el derecho al honor, intimidad y propia imagen. Este derecho a la propia imagen es susceptible en la actualidad de multitud de intromisiones para todas las personas pero **en especial para aquellos que se dedican al mundo de la moda o la publicidad**. La reciente inclusión de la figura de los “influencers” como método de marketing conlleva la cesión de los derechos de imagen de los mismos mediante una relación contractual. De esta relación contractual pueden derivarse multitud de situaciones que pueden ocasionar **inc ...**