

---

## **PUBLICIDAD**

---

### **Derechos del consumidor y publicidad**

La Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios determina que:

- El contenido de la publicidad podrá ser exigido por los consumidores y usuarios siempre.
- Las prestaciones, condiciones y garantías son exigibles aunque no figuren expresamente en el contrato.
- Las cláusulas y condiciones que se apliquen a la oferta, a la promoción y a la venta, deben ser claros, concretos y sencillos.
- La publicidad debe cumplir siempre el derecho de los consumidores a una información cierta, eficaz, veraz y objetiva. Debe ser veraz, sobre todo en :
  - Origen, naturaleza, composición y finalidad de lo ofrecido.
  - Categoría, calidad y cantidad.
  - Peligrosidad y cualquier circunstancia especial.
  - Precio o presupuesto.
- La oferta, promoción o publicidad ilícitas, serán perseguidas y sancionadas como fraude.

### **La publicidad ilícita**

El concepto de publicidad ilícita engloba las siguientes categorías:

- La publicidad que atente contra la dignidad de las personas o contra los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y a la mujer.
- La publicidad engañosa que es la que de algún modo, incluida su presentación, puede inducir a error a sus destinatarios y afectar a su comportamiento económico. También es engañosa la publicidad que silencie datos fundamentales de un producto o servicio si dicha omisión induce a error a los destinatarios de la publicidad. La publicidad engañosa, está tipificada como infracción administrativa por fraude al consumidor y puede ser sancionada por ello.
- La publicidad desleal la que tiene como objeto desacreditar o menospreciar a otra empresa de la competencia. También es desleal la que se aprovecha del nombre, marca y prestigio de un producto o servicio para imitarlo de algún modo: en el nombre, envase, etc. y producir error o confusión en el destinatario. La publicidad desleal que provoque error en el consumidor también está tipificada como infracción administrativa por fraude al consumidor y puede ser sancionada por ello.
- La publicidad subliminal aquella que utiliza métodos que se basan en que el destinatario no es consciente de que se emite publicidad pero siente el estímulo de consumir un determinado

producto. Es muy difícil de probar y para algunos expertos no existe. La Ley por si acaso, la incluye dentro de la publicidad ilícita.

- La publicidad encubierta en televisión. La Ley que rige las emisiones de televisión prohíbe utilizar nombres de marcas comerciales en carteles y decorados o hablar de ellas si no es indicando claramente que se trata de un espacio publicitario dentro del programa que se esté emitiendo. Para ello debe anunciarse claramente e indicarse expresamente en pantalla que se está haciendo publicidad.

## Vías de defensa

Hay dos casos en los que aplicar las vías de defensa:

- En el caso de la publicidad ilícita.
- En el caso de la publicidad personalizada por correo.

### A. En el caso de la **publicidad ilícita**

Existen dos vías de reclamación: a través de la Administración Pública de Consumo o a través de los Juzgados y Tribunales de Justicia.

Es importante acompañar las denuncias o peticiones con toda aquella documentación que certifique nuestra postura. No olvidemos que estamos denunciando la divergencia existente entre las características de productos y servicios publicitados y lo realmente comprado o prestado. De modo que resulta imprescindible acreditar dichas diferencias como base para presentar la reclamación, bien sea a través de la presentación de los folletos publicitarios, anuncios recortados de los medios de comunicación escritos o de las grabaciones de los spots radiofónicos y televisivos.

### B. En el caso de la **publicidad personalizada por correo.**

Con frecuencia, recibimos en nuestro buzón de correspondencia cartas, folletos o catálogos de publicidad con nuestro nombre y dirección. Así pues, es fácil que nos preguntemos quién tiene nuestros datos, cuáles son y para qué los utiliza.

En relación a los ficheros de datos informatizados que se usan para la publicidad personalizada por correo, la legislación de protección de datos nos reconoce los siguientes derechos:

Cuando nos soliciten datos personales, el **DERECHO DE INFORMACIÓN**, entre otras circunstancias, sobre la existencia del fichero, de su finalidad, de los destinatarios de la información y de la identidad y dirección del responsable del fichero.

**EL DERECHO DE ACCESO**, que consiste en la facultad de solicitar información al responsable del fichero sobre qué datos nuestros tiene, cómo los ha conseguido, a quiénes se han cedido y para qué se han almacenado.

Los **DERECHOS DE RECTIFICACIÓN Y CANCELACIÓN**, que consisten en la capacidad de solicitar al responsable del fichero a rectificar o, en su caso, cancelar nuestros datos de carácter personal cuando resulten incompletos o inexactos, o bien sean inadecuados o excesivos.

En todo caso, salvo que lo consintamos expresamente, no pueden informatizarse datos sobre nuestra ideología, religión, creencias, origen racial, salud o vida sexual.

En el caso de vulnerarse nuestros derechos de información, acceso, rectificación o cancelación de nuestros datos en ficheros informatizados, podemos dirigirnos a la Agencia de Protección de Datos (Paseo de la Castellana 41, 28046 Madrid).

**Normativa:** Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de publicidad (BOE núm. 274, de 15-11-1988).

[**Modificada** por la Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios (BOE núm. 259, de 29-10-2002, pp. 37922-37933). Se modifican los artículos 6, 25 y 26 y se añaden los artículos 6 bis y 29.]

[**Modificada** por la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (BOE núm. 313, de 29-12-2004, pp. 42166-42197). Se modifica el artículo 3, letra a) y se añaden un nuevo apartado 1 bis al art. 25 y una disposición adicional.]

[**Modificada** por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores (BOE núm. 315, de 31-12-2009, pp. 112039-112060). Se modifican el artículo 1 y el título II (artículos 3, 4, 5 y 6) y se reenumeran los artículos 9 a 24 como artículos 7 a 22 ]

#### **Enlaces:**

**Instituto Nacional de Consumo** (<http://www.consumo-inc.gob.es> )

**Centro Europeo del consumidor** (<http://cec.consumo-inc.es> )

**Agencia de Protección de Datos** (<http://www.agpd.es> )