

VÍAS PARA RECLAMAR

La publicidad forma parte del contrato. Si el anuncio no se ajusta a la realidad, se puede denunciar incumplimiento de contrato y pedir indemnización.

- Primero recurriendo al Sistema Arbitral de Consumo y, si la empresa no se somete a su decisión, llegando a los tribunales (si los daños no son cuantiosos, no compensa).
- Utilizando la vía administrativa, presentando una reclamación en los órganos competentes en consumo de la localidad, para que en el supuesto de infracción se sancione a la empresa (en esta vía no es posible pedir indemnización).
- La vía de la acción de cesación, pedir que se retire la publicidad engañosa. La petición la puede presentar un organismo público (AECOSAN o un ayuntamiento), una asociación de consumidores o un consumidor individual.
- El Jurado de Autocontrol de la Publicidad también puede emitir una resolución que, aunque no resarcirá directamente al consumidor, vincula a la empresa anunciante en caso de que esté sometida a este organismo. La decisión de este jurado puede usarse como argumento en un proceso judicial.

ES CONVENIENTE CONSERVAR EL ANUNCIO EN PRENSA, FOLLETOS, CATÁLOGOS O PANTALLAZOS SI ES EN INTERNET.

TODOS ESTOS DOCUMENTOS SERVIRÁN PARA LAS RECLAMACIONES. SI SE OBSERVAN IRREGULARIDADES O SE REQUIERE INFORMACIÓN, ACUDIR A LOS ORGANOS COMPETENTES EN MATERIA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

Consejería de Presidencia y Salud Pública
DIRECCIÓN GENERAL DE SANIDAD Y CONSUMO
Ctra. Alfonso XIII, 52-54 - 52005 MELILLA
Tel.: **95 297 62 51** - Fax: 95 297 62 52



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Presidencia y Salud Pública
DIRECCIÓN GENERAL DE SANIDAD Y CONSUMO

LA PUBLICIDAD

Derecho a la Información de los Consumidores



LA PUBLICIDAD

La publicidad debe realizarse conforme a los principios de suficiencia, objetividad y veracidad, de forma que no se pueda inducir a engaño a los consumidores sobre las características y las condiciones de adquisición de los productos y contratación de servicios.

TIPOS DE PUBLICIDAD PROHIBIDOS

Se prohíben los siguientes tipos de publicidad:

1. PUBLICIDAD ILÍCITA
2. PUBLICIDAD ENGAÑOSA
3. PUBLICIDAD DESLEAL
4. PUBLICIDAD SUBLIMINAL
5. PUBLICIDAD QUE INCUMPLA NORMAS ESPECÍFICAS
6. PUBLICIDAD ENCUBIERTA

1. PUBLICIDAD ILÍCITA

Es la que atenta contra la dignidad de las personas o vulnera los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente si se refieren a la infancia, la juventud y la mujer. Asimismo es ilícita la publicidad que incita a los menores, aprovechando su inexperiencia, a adquirir un bien o servicio, la que persuade a los padres a la compra o la que presenta a los niños en situaciones peligrosas.

2. PUBLICIDAD ENGAÑOSA

Es la que induce o puede inducir a error a sus destinatarios de cualquier manera, incluida su presentación, pudiendo afectar por ello a su comportamiento económico, o la que puede perjudicar a un competidor. Es igualmente engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios y, en consecuencia, induce a confusión a los destinatarios.

También se consideran publicidad engañosa las prácticas comerciales que afirmen, sin ser verdad, que la empresa está adherida a un código de conducta o exhiba sellos de confianza o calidad sin tener la autorización de un organismo público.

LA OFERTA, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD FALSA O ENGAÑOSA DE PRODUCTOS, ACTIVIDADES Y SERVICIOS ES SANCIONADA POR FRAUDE

3. PUBLICIDAD DESLEAL

Es la que por su contenido, forma o difusión provoca descrédito, denigración o menosprecio de una persona o empresa, o de sus productos, servicios o actividades.

También se considera desleal la publicidad comparativa si no se apoya en características esenciales y objetivamente demostrables de los productos o servicios, así como la publicidad agresiva que, mediante el acoso, la coacción o la influencia indebida, disminuya la libertad de elección del consumidor. Igualmente es publicidad desleal, por agresiva, el "spam" telefónico.

4. PUBLICIDAD SUBLIMINAL

Es la que presenta un producto o servicio de manera tan leve o breve que no es conscientemente percibida y lleva al consumidor a su uso o consumo sin que sea consciente de ello (por ej.: un anuncio televisivo que inserte unas imágenes que no pueden ser percibidas por el ojo humano de forma consciente y que transmitan un mensaje al consumidor incitándole a comprar determinado producto).

5. PUBLICIDAD QUE INCUMPLA NORMAS ESPECÍFICAS

Es la que infringe lo dispuesto en determinadas normas sectoriales (por ej.: normas que limitan la promoción del tabaco, alcohol, productos alimenticios, medicamentos...).

Así, está prohibida en televisión y en aquellos lugares donde no esté permitida su venta o consumo, la publicidad de tabacos y de bebidas alcohólicas con una graduación superior a 20 grados. La publicidad de tabaco y alcohol no está permitida en ámbitos educativos, sanitarios y deportivos.

Asimismo la publicidad de los alimentos no puede inducir a error al consumidor sobre las características del producto alimenticio y en particular sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación. No se pueden atribuir al producto efectos o propiedades que no posea o cualidades preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad, a excepción de lo que se aplique a las aguas minerales naturales y a los productos alimenticios destinados a una alimentación especial. Tampoco se puede sugerir que el producto tiene unas características particulares cuando todos los productos similares posean estas mismas características. (por ej.: alegar que determinado zumo 100% no lleva colorantes ni conservantes, cuando ningún zumo 100% debe llevarlos).

PUBLICIDAD ENGAÑOSA: RECLAMAR

La publicidad solo es engañosa cuando induce a error. El engaño es recibir algo distinto a lo que se creía haber contratado.

Algunos ejemplos cotidianos:

- Publicitar descuentos sin decir cuáles eran los precios originales.
- Ofertar un producto a un precio muy bajo para atraer a los consumidores y luego intentar venderlo más caro, aludiendo a un error tipográfico.
- Afirmar que se participa en un concurso o se ha ganado un premio que nunca llega.
- Crear la falsa impresión de ofrecer un regalo o un servicio gratuito.