



## La Asociación de Usuarios de la Comunicación

La ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC) es una organización independiente, sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo y pertenece al Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

La AUC cuenta con más de 11.000 asociados, un gran número de simpatizantes y una amplia presencia social. Ello es indicativo del progresivo peso que los medios de comunicación están adquiriendo en nuestra vida cotidiana como el incremento de la oferta telefónica y audiovisual, el uso de Internet, el comercio electrónico, la digitalización y la convergencia tecnológica. Tanto por las oportunidades positivas que conlleva su desarrollo como por los riesgos de su utilización abusiva por parte de empresas, gobierno y grupos de presión.

### En los últimos años, la actividad de la AUC se ha centrado en los siguientes objetivos:

- ▶ **Vigilar** el respeto a los derechos fundamentales y derivados reconocidos por la Constitución Española, entre ellos:
  - Derecho a recibir **información veraz**.
  - Derecho al **honor** y a la intimidad.
  - Derecho a la **no discriminación por razones de sexo, edad o creencia**.
  - Protección de la **infancia** y a la **juventud**.
  - Derecho de participación en la toma de decisiones públicas por parte de los consumidores organizados.
- ▶ **Denunciar**, consecuentemente, los posibles **incumplimientos** de las leyes que desarrollan estos derechos: Ley General de Publicidad, Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, Ley que incorpora la Directiva sobre la Televisión sin Fronteras, Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, etc.
- ▶ Desarrollar acciones en el campo de la **educación**, de la **concienciación social**, y de la **creación de opinión**: formación del profesorado de la ESO y de posgraduados en comunicación, publicidad y nuevas tecnologías; participación en foros, jornadas y debates; campañas de prensa, etc.
- ▶ Participar en **organismos nacionales e internacionales** de carácter consultivo en representación de los consumidores: Comité Económico y Social de la UE, Consejo Consultivo de la Agencia de Protección de Datos, Consejo de Consumidores y Usuarios, Observatorio de la Publicidad, Grup d'Usuaris del Consell Audiovisual de Catalunya, Grupo Español de Comunicación de la UNESCO, etc.

En el ámbito de la **publicidad**, la AUC realiza anualmente el seguimiento y control de miles de anuncios, en todo tipo de medios y soportes. Como resultado de esta actividad se han modificado o cesado un gran número de campañas ilícitas.

También hemos conseguido diferentes sentencias judiciales, que pueden calificarse de "históricas" en relación a temas como la publicidad indirecta de alcohol y tabaco o las cláusulas abusivas en los folletos promocionales.



MINISTERIO  
DE SANIDAD  
Y CONSUMO



INC  
INSTITUTO  
NACIONAL  
DEL CONSUMO

El programa de "Seguimiento exhaustivo de los mensajes publicitarios difundidos durante el año 2008" ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad y Consumo, Instituto Nacional del Consumo. Su contenido es de responsabilidad exclusiva de la Asociación.

La nueva  
regulación de los  
**905**

La nueva  
regulación de los  
**905**

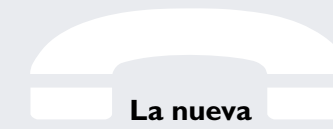


Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

Cavanilles, 29 - 2º D • 28007 MADRID  
Tel.: 915 016 773 • Fax: 915 018 766  
www.auc.es • E-mail: auc@auc.es



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación



## La nueva regulación de los 905

El 4 de diciembre de 2008 se aprobó una **Resolución** de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se atribuye al código telefónico **905 la condición de servicio de tarificación adicional**.

La Resolución establece que los números 905 serán utilizados para la recepción de llamadas masivas, es decir, aquellos servicios a través de los cuales los abonados pueden recibir un elevado número de llamadas, coincidentes total o parcialmente en el tiempo, con motivo de la difusión de un evento en el que se invita a la audiencia a participar mediante la realización de llamadas telefónicas.

Los servicios a los que irá destinado este código 905 y su precio, varían en función de la cuarta cifra del número marcado, distinguiéndose entre:

► **Entretenimiento y usos profesionales:** son los servicios de voz que el Código de Conducta para los servicios de tarificación adicional de 23 de julio de 2004 define como servicios de "ocio y entretenimiento" y servicios "profesionales", siempre y cuando tengan la consideración de servicios de llamadas masivas. La cuarta cifra podrá ser el 1, el 2, el 4 o el 5 y, el precio por llamada oscilará entre 0,30 € y 1,20 € desde redes fijas y 0,75 € y 1,65 € desde redes móviles.

A los servicios prestados a través de este código les serán de aplicación la regulación vigente para los servicios de tarificación adicional y la protección del usuario de servicios de comunicaciones electrónicas. En particular se les aplicará:

► La **Orden PRE/361/2002**, de 14 de febrero, de desarrollo, en lo relativo a los derechos de los usuarios y a los servicios de tarificación adicional, del Título IV del Real Decreto 1736/1998, de 31 de julio (las obligaciones establecidas en esta Orden para los códigos 803, 806 y 807 se entienden también referidas para el código 905).

► **Televoto:** son los servicios de cómputo automatizado de llamadas recibidas sin que exista conversación entre la persona que llama y el destino llamado. En estos servicios se ha de computar la opción elegida por el usuario desde el mismo momento del establecimiento de la llamada. La cuarta cifra podrá ser el 1, el 7 ó el 8 y, el precio por llamada oscilará entre 0,30 € y 1,20 € desde redes fijas y 0,75 € y 1,65 € desde redes móviles.

► El **Código de Conducta** para la prestación de los servicios de tarificación adicional, de 23 de julio de 2004, con independencia de las modificaciones que pueda sufrir el Código para adaptarlo a las peculiaridades de los servicios prestados a través del código 905.

Esta normativa regula los derechos que tiene el usuario de estos servicios, como por ejemplo:

- Derecho a ser **informado**, tanto en la publicidad como en el menú de inicio de los propios servicios, del coste máximo por minuto (desde red fija y móvil); de la edad que ha de tener el usuario del servicio y, de la identidad del prestador del servicio.
- Derecho a solicitar a su operador la **desconexión** de estos servicios.
- Derecho a recibir la **factura desglosada**, separándose el importe de los servicios de tarificación adicional del importe del resto de servicios de comunicación o información.
- Derecho a **no pagar** la parte relativa a los servicios de tarificación adicional, si no estuviera conforme, sin que el operador le pueda cortar el servicio telefónico.

El Código de Conducta es de obligado cumplimiento tanto para los prestadores de servicios como para los operadores.

Por ello, se creó la Comisión para la Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional (CSSTA) que es la encargada de la vigilancia y seguimiento del Código y la que, si detecta algún incumplimiento, bien de oficio o a instancia de parte, puede proponer que el número denunciado sea cortado.

El consumidor que detecte o se vea afectado por un posible incumplimiento de la normativa que regula estos números de tarificación adicional, tiene varias vías de actuación:

- Si la reclamación **se dirige tanto contra el operador de telefonía como contra el prestador del servicio, por ejemplo, por cortes indebidos del servicio** telefónico, por facturación indebida o excesiva, etc. el consumidor, independientemente de la posibilidad de acudir a los Tribunales, puede reclamar, con el fin de obtener la devolución de las cantidades cobradas indebidamente o una indemnización por daños y perjuicios, ante:
  - las organizaciones de consumidores y usuarios
  - las Juntas Arbitrales de Consumo [www.consumo-inc.es](http://www.consumo-inc.es).
  - la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI) [www.usuarioteleco.es](http://www.usuarioteleco.es) (en caso de que el operador no estuviera adherido al sistema arbitral)
- Si la denuncia **se dirige contra el titular del servicio de tarificación adicional por incumplimiento del Código de Conducta**, el consumidor ha de dirigirse ante la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional (CSSTA), especificando en dicha denuncia, entre otros: los motivos, el número que se denuncia, fotocopia de la factura telefónica, etc. La CSSTA retirará, en su caso, el número telefónico al prestador que incumple pero no resuelve sobre si el denunciante ha de pagar o no la factura telefónica.