



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 al 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.



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 protección de los consumidores ante las cláusulas abusivas



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

La protección de los consumidores ante las cláusulas abusivas



Asociación de Usuarios de la Comunicación

El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias reconoce, en su artículo 8, como derecho básico de los consumidores “la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos”.

Por ello, se establecen tres requisitos que han de cumplir todas las cláusulas introducidas en los contratos que no hayan sido negociadas unilateralmente:

a) **Concreción, claridad y sencillez** en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual.

b) **Accesibilidad y legibilidad**, de forma que permita al consumidor el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido. En los casos en los que el contrato se realice telefónica o electrónicamente con condiciones generales será necesario que conste la aceptación de todas y cada una de las cláusulas del contrato, sin necesidad de firma convencional. Además, ha de enviarse inmediatamente al consumidor justificación de la contratación efectuada por escrito o, salvo oposición expresa del consumidor, en cualquier soporte de naturaleza duradera adecuado a la técnica de comunicación a distancia utilizada, donde constarán todos los términos de la misma.

c) **Buena fe y justo equilibrio** entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.

El Real Decreto considera abusivas todas aquellas cláusulas no negociadas individualmente y todas aquéllas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor; un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato. Para determinar si una cláusula es abusiva se ha de tener en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato, todas las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración y todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa.

En todo caso, considera siempre abusivas las cláusulas que:

► **Vinculen el contrato a la voluntad del empresario**, por ejemplo, las que reserven al empresario un plazo excesivamente largo o insuficientemente determinado para aceptar o rechazar una oferta o satisfacer la prestación debida; las que concedan al empresario el derecho de interpretar o modificar unilateralmente el contrato; las que prevean la prórroga automática del contrato sin permitir al consumidor que se manifieste en contra de dicha prórroga, etc.

► **Limiten o priven al consumidor de derechos reconocidos**, como por ejemplo, el de conformidad con el contrato; los de compensación de créditos, retención o consignación; el de resolución del contrato por incumplimiento del empresario, etc.

► **Determinen la falta de reciprocidad en el contrato**, contraria a la buena fe, y en perjuicio del consumidor como por ejemplo, la obligación de cumplir por parte del consumidor cuando el empresario no ha cumplido; la autorización al empresario de que resuelva el contrato discrecionalmente si al consumidor no se le

reconoce la misma facultad; las estipulaciones que permitan el redondeo al alza o el cobro por productos o servicios no usados o consumidos, etc.

► **Impongan al consumidor garantías desproporcionadas** al riesgo asumido o le impongan indebidamente la carga de la prueba en los casos en los que debería de corresponder a la otra parte contratante.

► **Resulten desproporcionadas en relación con el perfeccionamiento y ejecución del contrato**, como obligar al consumidor a adherirse a cláusulas que no ha conocido antes de celebrarse el contrato; a asumir errores administrativos o de gestión y gastos de documentación y tramitación que no le son imputables; a adquirir bienes, servicios o accesorios complementarios no solicitados, etc.

► **Contravengan las reglas sobre competencia y derecho aplicable**, obligando al consumidor a someterse a arbitrajes distintos del de consumo; a juez o tribunal distinto del que le corresponda por domicilio, lugar de cumplimiento de la obligación o lugar en el que se encuentre el inmueble o, a un Derecho extranjero con respecto al lugar donde se ha realizado el negocio o donde el consumidor desarrolla su actividad.

Cuando se ejerciten acciones individuales, en caso de duda sobre el sentido de una cláusula prevalecerá la interpretación más favorable al consumidor.

Todas aquellas cláusulas consideradas abusivas serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas.

Tanto la introducción de cláusulas abusivas en los contratos como la recomendación de utilización de

dichas cláusulas son consideradas por el Real Decreto una infracción en materia de defensa de los consumidores y usuarios y será calificada como leve, grave o muy grave por la Administración Pública competente atendiendo a los criterios de riesgo para la salud, posición en el mercado del infractor; cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, gravedad de la alteración social producida, generalización de la infracción y reincidencia.

El consumidor que se encuentre en los diferentes elementos de la oferta (incluida la publicidad y el etiquetado) aspectos que puedan considerarse cláusulas abusivas puede:

► **Reclamar** ante las organizaciones de consumidores y usuarios que a su vez pueden requerir al anunciante para que cese en la práctica abusiva, presentar denuncia ante la Administración o acudir a los Tribunales si, como es el caso de AUC, esa asociación está facultada para ejercer la acción de cesación.

► Presentar directamente **denuncia** ante el Instituto Nacional de Consumo, ante las autoridades autonómicas correspondientes teniendo en cuenta la legislación específica de cada territorio, o ante las autoridades competentes en cada caso.

► Acudir al **Sistema Arbitral del Consumo**, como vía extrajudicial de resolución de conflictos entre los consumidores y usuarios y los empresarios mediante el cual, sin formalidades especiales y con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, se resuelven las reclamaciones de los consumidores.

► Todo ello independientemente de la presentación de **demanda** ante los Tribunales para obtener indemnización por los daños y perjuicios ocasionados.