



MINISTERIO  
DE SANIDAD  
Y CONSUMO



INC  
INSTITUTO  
NACIONAL  
DEL CONSUMO

El programa de "Seguimiento de los Mensajes Publicitarios durante el año 2000" ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad y Consumo - Instituto Nacional del Consumo. El contenido de esta publicación es responsabilidad exclusiva de la asociación.

**LA ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)** es una organización independiente, de carácter progresista, cuyo objetivo principal es la defensa de los intereses de los ciudadanos en tanto que usuarios, receptores de los mensajes y eventual "objeto de atención" de los medios y sistemas de comunicación y de las nuevas tecnologías de la información.

La AUC cuenta con más de 10.000 asociados, un gran número de simpatizantes y una amplia presencia social. Ello indica la progresiva importancia que en nuestra vida cotidiana están adquiriendo aspectos 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, gobiernos y grupos de presión.

En estos últimos años, su actividad 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, siempre en el campo de la comunicación: 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, concienciación social, la creación de opinión y la realización de informes e investigaciones sobre los efectos sociales de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de la información.
- **PARTICIPAR** en organismos nacionales e internacionales de carácter consultivo en representación de los consumidores: Comité Económico y Social de la UE, Agencia de protección de Datos, Consejo de Consumidores y Usuarios, Observatorio de la Publicidad, UNESCO, etc.

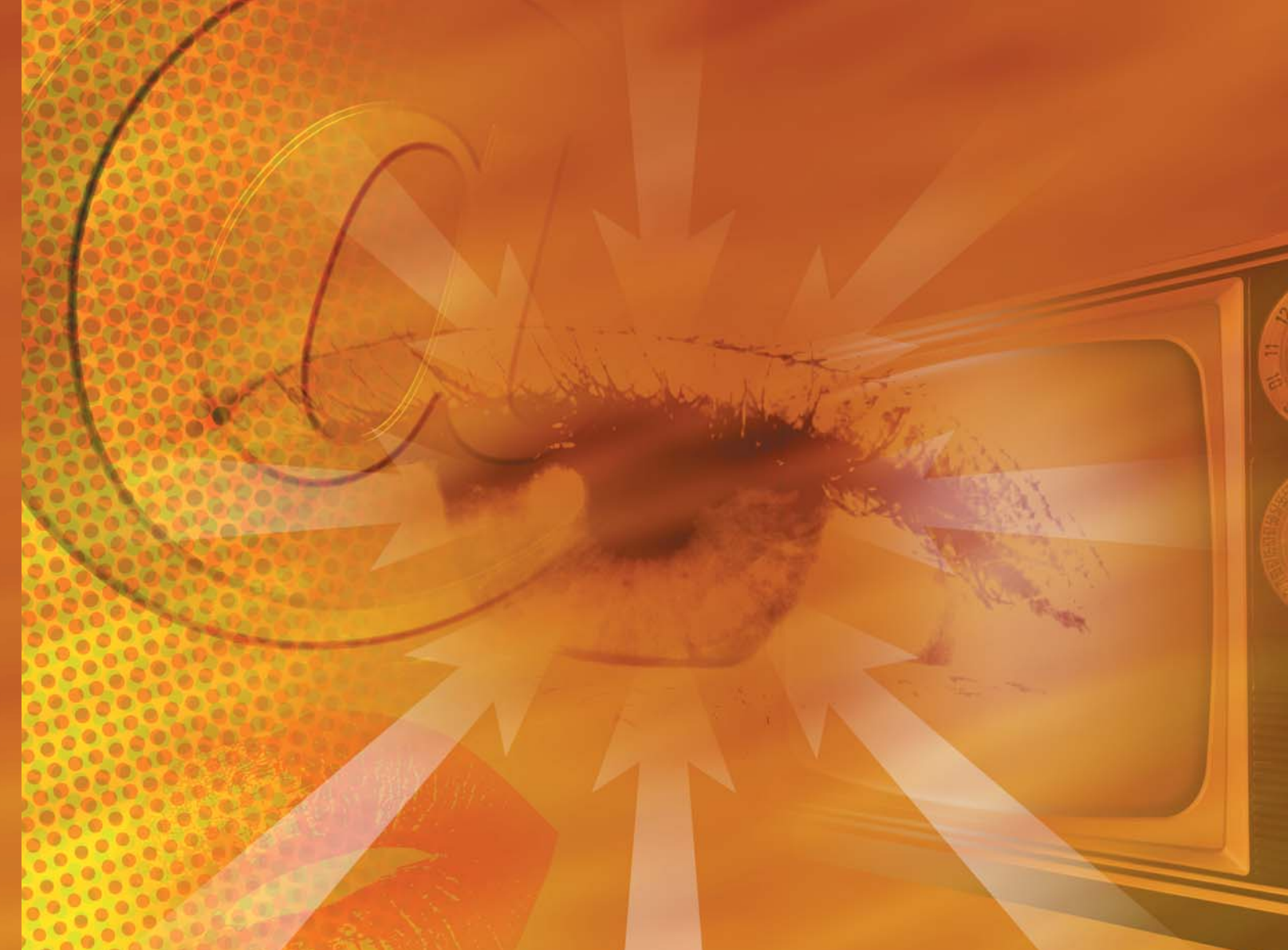
En el ámbito de la publicidad, la AUC realiza anualmente el seguimiento y control de miles de anuncios, en todo tipo de medios y soportes. Como resultado de esta actividad se han modificado o cesado un gran número de campañas ilícitas. También hemos conseguido diferentes sentencias judiciales, que pueden calificarse de históricas. en relación a temas como la publicidad indirecta de alcohol y tabaco o las condiciones abusivas en los folletos promocionales.

## POR UNA PUBLICIDAD VERAZ Y RESPETUOSA CON LOS CIUDADANOS

**AUC**

Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

Príncipe de Vergara, 25 - 4º Dcha. 28001 MADRID  
Tel.: 914 310 551 • Fax: 914 315 249  
<http://www.auc.es> • E-mail: [auc@auc.es](mailto:auc@auc.es)



## LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN RELACIÓN A LA PUBLICIDAD

**AUC**

Asociación de Usuarios  
de la Comunicación



## ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)

### ¿Qué se entiende por publicidad?

Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

### Publicidad ilícita y prohibida

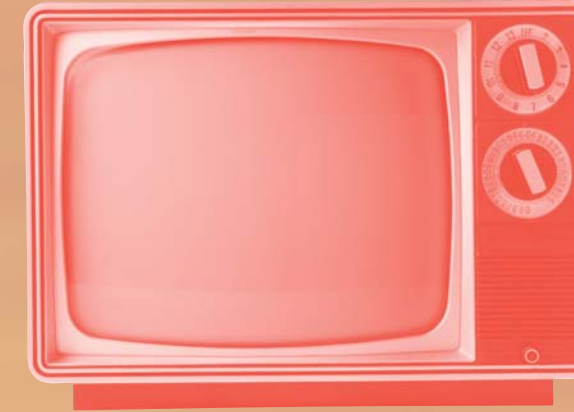
#### En el caso de la publicidad en general:

- La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere sus valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer.
- La publicidad engañosa, que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, afectar a su comportamiento económico, y perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor.
- La publicidad desleal, que provoca descrédito, denigración o menosprecio; induce a confusión entre ofertantes o menciona injustificadamente a otras empresas; realiza comparaciones abusivas, que no se apoyan en características esenciales, afines y objetivamente demostrables; contrapone bienes y servicios no similares o de similar notoriedad y participación.
- La publicidad subliminal, que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, puede actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.
- La publicidad que infrinja lo dispuesto en normativas específicas sobre determinados productos, servicios y actividades.
- La publicidad de bebidas alcohólicas y de tabaco en aquellos lugares en los que esté prohibida su venta y consumo.

## ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)

#### En el caso de la televisión, además:

- La publicidad y la televenta que fomenten comportamientos perjudiciales para la salud o la seguridad de las personas o para la protección del medioambiente. La que incite a la violencia o a comportamientos antisociales. La que apele al miedo o a la superstición. La que pueda fomentar abusos, imprudencias, negligencias o conductas agresivas.
- La publicidad encubierta, que puede inducir al público a error en cuanto a su naturaleza.
- La publicidad de tabaco, medicamentos, tratamientos médicos y productos sanitarios y bebidas alcohólicas de más de 20 grados. Para estos productos se prohíbe o limita también la actividad de patrocinio y la publicidad indirecta, que utiliza marcas u otros rasgos distintivos de productos o empresas sin mencionar directamente dichos productos.
- La publicidad y la televenta dirigida a menores cuando explotan su especial confianza, no informan adecuadamente de las características de los productos o presentan a los menores en situaciones peligrosas.
- La televenta cuando incite a los menores a adquirir o arrendar directamente productos y bienes o a contratar la prestación de servicios.



## ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)

### ¿Qué posibilidades de actuación tienen los ciudadanos ante la publicidad ilícita?

- Solicitar al anunciante la cesación o rectificación de la publicidad ilícita.
- Presentar reclamaciones ante la Asociación de Autocontrol de la Publicidad, organismo de autorregulación creado por anunciantes, agencias de publicidad, medios y centrales.
- Denunciar ante las Administraciones implicadas, a nivel estatal, autonómico y local, a los anunciantes y soportes que difunden publicidad ilícita.
- Recurrir a las Juntas Arbitrales de Consumo.
- Demandar al anunciante ante el Juez, que podrá ordenar la cesación provisional de la publicidad ilícita; prohibir temporalmente dicha publicidad, ordenar su rectificación; su cesación o prohibición definitiva; la publicación total o parcial de la sentencia, o la difusión de publicidad correctora.

Los ciudadanos pueden actuar directamente a través de las anteriores vías o **recurrir, de forma gratuita, a los servicios que ofrece la ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN.**