

Asociación de Internautas



Consumo denunciará a las telefónicas por "spam"

Consumo denunciará a las telefónicas por "spam"

Las tres de la tarde, el usuario se encuentra durmiendo la siesta o aprovechando la sobremesa para descansar, en ese momento suena el teléfono. Al otro lado del aparato un trabajador de una compañía telefónica le sugiere suscribirse a una oferta o servicio que el usuario no ha pedido. Y así una y otra y otra vez. Es el llamado "spam telefónico", comparable con el correo electrónico basura, y que consiste principalmente, en llamar a los hogares o a los móviles para anunciar ofertas y servicios no solicitados. Ante estas malas artes de las empresas que dan servicio telefónico, el Ministerio de Sanidad y Consumo ha sido tajante. Denunciará a las operadoras que utilicen el denominado "spam telefónico". Ninguna compañía se libra de estas prácticas. Las sanciones se prevé que sean ejemplarizantes.

[Agencias](#) El ministro de Sanidad y Consumo, Bernat Soria, quien ha exigido a las principales compañías que cesen de inmediato estas prácticas comerciales, a las que ha calificado de "agresivas" y "desleales".

Soria ha advertido a las operadoras de que el Gobierno podrá actuar contra ellas por vía judicial, porque en otoño incorporará al ordenamiento jurídico español una directiva europea que tipifica la "ilegalidad" de esta forma de publicidad abusiva.

El titular de Sanidad y Consumo ha señalado que desde hace dos años, pero sobre todo en las últimas semanas, se ha observado un "aumento abusivo" de estas comunicaciones. Al amparo de la iniciativa, las asociaciones de consumidores y usuarios también podrán acudir a los tribunales contra estas llamadas insistentes y tremendamente molestas que, por regla general, se produce en el momento de descanso familiar, a primera hora de la tarde y por la noche.

Los usuarios padecen estas molestias, en ocasiones provocadas por aseguradoras y bancas telefónicas, al no tener forma de discriminar las llamadas y recibirlas la mayoría de las veces en números fijos y sin identificar, como números privados.

El departamento que dirige Soria se ha puesto manos a la obra, en colaboración con los Ministerios de Justicia, Economía e Industria, para trasponer al ordenamiento interno, antes de fin de año, la directiva comunitaria 2005/09 sobre prácticas comerciales desleales.

Sanidad y Consumo prevé llevar próximamente al Consejo de Ministros el anteproyecto del texto normativo, no sólo para proteger los derechos de los consumidores sino también los de las empresas que compiten de forma legítima en el mercado y que, de forma indirecta, se ven perjudicadas.

El Ministerio, a través del Instituto Nacional de Consumo (INC), ya ha enviado una comunicación con carácter disuasorio a las principales operadoras de telefonía para informarles de que el "spam" vulnera los derechos de los usuarios.

Este organismo, encargado de velar por la defensa de los consumidores, emprenderá acciones "más fuertes" para solicitar el cese de esas actividades por vía judicial si las compañías no desisten de su

Consumo denunciará a las telefónicas por "spam"

comportamiento ilegal de forma voluntaria.

El intrusismo telefónico de carácter publicitario se considerará en la nueva normativa infracción grave o muy grave en el caso de que exista reincidencia.

La directiva califica de práctica comercial desleal realizar propuestas no solicitadas y reiteradas por teléfono, fax, correo electrónico u otros medios de comunicación a distancia, "salvo en las circunstancias y en la medida en que esté justificado legalmente para hacer cumplir una obligación contractual".

Hasta la fecha, las llamadas de teléfono no estaban reguladas de forma específica, a diferencia del "spam electrónico", correo basura, que está prohibido y puede perseguirse al amparo del artículo 21 de la ley de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

Sanidad promoverá, en el marco de estas actuaciones, la participación de las organizaciones empresariales, profesionales y de consumidores en la elaboración de códigos de conducta que ayuden a controlar las prácticas publicitarias irregulares de las empresas y a elevar el nivel de protección de los consumidores.

Los códigos de conducta deberán respetar la normativa de defensa de la competencia y se les dará una publicidad suficiente para su conocimiento por los destinatarios.

Estos sistemas de autorregulación se dotarán de órganos independientes de control, a fin de asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos por las empresas que se adhieran a ellos y deberán establecer sistemas de resolución extrajudicial de las reclamaciones.

[Más información sobre SPAM en el sitio web de la Asociación de Internautas](#)

2018 ©Asociación de Internautas