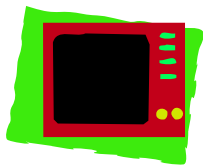


PUBLICITAT



La publicitat és tota forma de comunicació adreçada als consumidors per tal d'aconseguir dos objectius:

- Donar a conèixer productes i serveis
- Induir al consum

La publicitat té diversos canals: televisió, ràdio, Internet, premsa, catàlegs, fullets...

La llei regula les tècniques publicitàries i estableix que l'oferta, la promoció i la publicitat s'ha d'ajustar a les característiques i la utilitat del producte. També estableix que continguts, prestacions, condicions i garanties del producte o servei oferts en la publicitat són vinculants, és a dir exigibles per part del consumidor.

La publicitat pot influir en la voluntat del consumidor i és per això que la llei considera il·lícita la publicitat enganyosa, la publicitat deslleial, la publicitat subliminal i la que no respecti les normatives explícites de determinats productes, especialment sensibles com les joguines i els farmacèutics.

La publicitat il·lícita

La publicitat il·lícita és la que va contra la dignitat de les persones o vulnera els seus drets i valors, i tota publicitat enganyosa, deslleial i subliminal.

Publicitat enganyosa

La publicitat enganyosa és la que pot induir-nos de manera voluntària a l'error, per això ens hem de fixar en el següent:

- Que les característiques dels béns i serveis que es publicitin siguin reals.
- El preu anunciat ha de ser el mateix que el pagat.
- Totes les condicions ofertes s'han de complir.
- Totes les dades de l'anunciant.

Publicitat deslleial

La publicitat deslleial és la que intenta desacreditar, denigrar o menysprear altres empreses. També és deslleial la publicitat comparativa, que es descriu a continuació.

Publicitat comparativa

La publicitat comparativa és permesa sempre que no utilitzi mitjans que desqualifiquin d'alguna manera altres marques, que no sigui enganyosa, que no es pugui confondre l'anunciat amb les marques comparades, que no imiti trets identificatius d'altres marques...

Publicitat subliminal

La publicitat subliminal és la que fa servir tècniques d'estimulació dels sentits de forma desapercebuda per aquests, però que són captades pel subconscient i influeixen de forma inconscient sobre el consumidor.

La publicitat es regeix o s'hauria de regir pels principis bàsics següents:

- Veracitat.
- No ha d'induir a error.

Si una publicitat no es correspon amb la realitat, es pot reclamar o denunciar davant dels organismes de consum o associacions de consumidors. És molt important guardar la publicitat dels productes o serveis adquirits (fullets, catàlegs...) i recordar que la publicitat vincula l'anunciant.