

SOCIEDAD

El «spam telefónico», por encima de la ley

El «spam» telefónico parece no tener freno a pesar de que la ley lo persigue. Las compañías se ocultan detrás de números invisibles o desconocidos para no dar la cara

GLORIA RODRÍGUEZ SUÁREZ / MADRID
Día 30/08/2010



ABC

Las llamadas comerciales suponen una auténtica pesadilla para muchos ciudadanos.

No ha pasado ni un año desde que entró en vigor la nueva ley que persigue el «spam» telefónico y las asociaciones de consumidores ya han puesto en evidencia que esta normativa hace aguas por muchos flancos. Y es que, como se temían, la Ley 29/2009 —por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios— en poco ha ayudado a los acosados ciudadanos que sufren la pesadilla de ventas agresivas en su propia casa o móvil y cuando menos se lo esperan. Miles han puesto el grito en el cielo más de una vez y de dos molestados día tras día en sus momentos de asueto, en la cena o la siesta, con llamadas de empresas que ofertan todo tipo de productos y servicios, a su juicio, de lo más interesantes y ventajosos.

Aunque la ley, en teoría, prohíbe estas prácticas, la realidad resulta bien diferente, pues muchos hogares siguen sufriendo el bombardeo de estas abusivas intromisiones. Lo único que parece estar cambiando es que «cada vez hay más gente que llama para informarse sobre sus derechos y así puede actuar en aras de frenar estas llamadas», indica Antonino Joya, portavoz de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).

Número invisibles

El «spam» telefónico no solo se sigue produciendo, a pesar de la nueva ley que no ha logrado disuadir a miles de compañías que impunemente lo llevan a cabo, sino que además las empresas no tienen ningún pudor en saltarse muchas de las premisas que recoge la normativa. Por ejemplo, la ley exige que las entidades se identifiquen con un número de teléfono, con el cual los usuarios puedan contactar. Esto resuelve la problemática de los números desconocidos u ocultos, que antes empleaban algunas compañías. Pero, en palabras del portavoz de la OCU, el problema es cuando «detrás de estos teléfonos identificables no contesta nadie». Y la cosa se complica cuando, a pesar de la norma, las empresas utilizan números ocultos. En este caso, es muy difícil demostrar que han sido ellos los que han realizado la llamada. No hay pruebas. Y la ley los ampara.

Para la OCU las administraciones juegan un papel fundamental para corregir todas estas irregularidades, pues «tendrían que establecer protocolos de control, que invitaran a denunciar estas prácticas, y que sirvieran para que una vez que se han realizado un número de denuncias importantes, se pudiera sancionar a la empresa. El problema es que hay miles de ellas, y es muy difícil que la gente las denuncie».

Y desde las administraciones esto no se facilita en gran modo. «Parece que no pasa nada por molestar. Si hubiera multas a estas empresas, o las sanciones fueran más conocidas por parte del usuario, la cosa cambiaría», asegura el portavoz de la asociación de consumidores Facua, Rubén Sánchez.

Cómo frenarlo

Para acabar con las llamadas comerciales, los usuarios pueden pedir a la empresa explícitamente que no desean recibir más contactos de este tipo. Es decir, según la ley, ninguna operadora tiene justificación para seguir llamando o contactando con un cliente que le pida que no lo haga. En caso de que estas llamadas se sigan produciendo, el afectado ha de acudir a la Agencia Española de Protección de Datos para denunciarlo, una solución que no siempre es conocida. No todos recurren a las denuncias. Para muchos, la solución tajante es no contestar el teléfono. Algunos esperan y dicen no estar interesados. Otros cuelgan directamente, sin esperar a conocer el servicio ofertado, muchas veces debido a la tozudez de decenas de teleoperadoras que su único cometido es la venta telefónica y que insistentemente llamarán a cada casa en busca de una pequeña comisión.

Para evitar este acoso, las organizaciones de consumidores ayudan en aras de tomar las medidas pertinentes, ya sea para denunciar estas prácticas o para saber qué medidas se pueden tomar contra este hostigamiento.

Por tanto, a falta de una ley más restrictiva o un número mayor de denuncias, el consumidor continúa desamparado, y seguirá recibiendo estas llamadas tan inoportunas, que en el momento menos esperado, hacen sonar el teléfono en busca de alguien que lo quiera escuchar.

Las listas Robinson contra el acoso

Las Listas Robinson son un servicio de exclusión publicitaria personalizada (aquella que va dirigida a un usuario concreto) a disposición de los consumidores de forma gratuita y que gestiona la Federación de Comercio Electrónico y Márketing Directo. El usuario puede, además, seleccionar el medio a través del cual no desea recibir publicidad: llamada telefónica, correo postal, e-mail, SMS o MMS.

Las entidades o empresas que utilizan este servicio (y que abonan una cuota anual por hacerlo) se comprometen a no enviar publicidad a personas que no sean sus clientes, socios, usuarios y hacerlo a

través de medio de comunicación que seleccione el ciudadano. Este tipo de listas funcionan en distintos países de la Unión Europea.

ABC

Copyright © ABC Periódico Electrónico S.L.U.