

# **NOTICIAS**

NUEVA JERSEY  
OFICINA DEL FISCAL GENERAL

---

DEPARTAMENTO DE LEY Y SEGURIDAD PÚBLICA

**Stuart Rabner**  
Fiscal General  
**Stephen B. Nolan**  
Director Interino

**Para publicación inmediata**  
Día 28 de Septiembre del 2006

**Para más información llamen:**  
Kara Wood  
973-504-6327

## **NUEVA JERSEY SE UNE AL F T C PARA ADVERTIR A LOS PUBLICITARIOS QUE LOS ANUNCIOS EN LA MEDIA PUEDEN SER DECEPCIONANTES PARA LOS HISPANOS**

NEWARK- Más de 160 publicitarios y 77 puntos de media están usando anuncios que son potencialmente engañosos dirigidos al público hispano, de acuerdo al resultado de observar por un día en toda la nación la media en lengua española, anunciaron hoy el Fiscal General Stuart Rabner y el Director Interino de la División de Asuntos del Consumidor Stephen B. Nolan. Nueva Jersey se unió a la Federal Trade Commission o FTC (Comisión Federal de Comercio) y 59 otros grupos de toda la nación el pasado Abril en un día para observar los anuncios en los de periódicos, las revistas, el Internet, la radio y la televisión en español.

“No toleraremos falsos anuncios, y cuando sea apropiado, usaremos nuestro Acta de Fraude para el Consumidor con toda su fuerza para proteger a nuestros ciudadanos.” dijo el Fiscal General Stuart Rabner.

Nolan dijo que en el día del monitoreo se encontraron muchos anuncios dirigidos a la comunidad hispana llenos de información engañosa o levantando esperanzas falsas en asuntos desde enfermedades, pérdida de peso y oportunidades para invertir.

El día 19 de Abril el día de Surf Day (Día de monitoreo), individuos de todas partes de los EE:UU. y cinco países de América del Sur participaron. Los participantes, se enfocaron en identificar a los anuncios potencialmente engañosos y dirigidos a Hispanos en tres áreas: salud, crédito y oportunidades de negocios. Diez empleados de la División de Asuntos del Consumidor revisaron 20 periódicos y el Internet y encontraron 67 sitios webs y 51 anuncios de periódicos dudosos. Los resultados fueron mandados a la FTC.

En los anuncios potencialmente engañosos encontrados por los participantes durante la observación, más de la mitad estaban relacionados con la salud y hacían dudosos reclamos de pérdida de peso, y “curas de enfermedades”. Los anuncios proclamaban el tratamiento y curas de enfermedades graves, con más frecuencia diabetes y cáncer. Más de la mitad de los anuncios para perder peso contenían reclamos de “banderas rojas” que no se podían

respaldar, dijo la FTC.

Anuncios de trabajo en casa y oportunidades de negocio con reclamos dudosos representaron la segunda clase de anuncios encontrados durante el día de análisis. Algunos anunciaban como hacerse rico rápidamente ensamblando artículos de artesanía y rellenando sobres. Muchos de los anuncios prometían ganar cantidades extravagantes de dinero que la FTC ha encontrado que muy pocos o casi ningún consumidor podría obtenerlo. Los participantes también encontraron anuncios relacionados con el crédito ofreciendo reparos de crédito y garantía de obtener crédito, entre otros servicios.

Los empleados de la División de Asuntos del Consumidor fueron parte de los 167 individuos que tomaron parte incluyendo personal de la Administración de Fármacos y Alimentos (Food and Drug Administration), Servicio de Inspección de Correos de EE.UU. (United States Postal Inspection Services), y los Burós de Mejores Negocios (Better Business Bureaus), así como también las oficinas de los Fiscales Generales (Attorney General), agencias locales y estatales de protección para el consumidor, grupos de comunidad y estudiantes universitarios, entre otros. Agencias de protección para el consumidor en Colombia, Costa Rica, México, Nicaragua y Panamá también tomaron parte en este esfuerzo.

La FTC mandó cartas a 166 publicitarios informándolos que sus anuncios podrían estar en infracción de la ley, y les urgió que revisaran sus materiales de publicidad y promoción. Las cartas también recomendaban vigorosamente que revisaran los materiales de negocios y educación para el consumidor en la web de la FTC para aprender más acerca de las leyes relevantes y los requisitos. Las cartas a 77 puntos de media les avisa que ellos están publicando potencialmente anuncios engañosos y les ofrece aviso para ayudarlos y eliminar aquellos que contiene reclamos dudosos.

Además de las cartas, la FTC mandó anuncios a 10 colegas de implementación de leyes internacionales. Esas agencias pueden revisar los anuncios, que se originaron en sus países, y tomar la apropiada acción. La observación también sirvió para proveer a los agentes de implementación casos para investigación, anunciaron hoy la FTC en el Hispanic Law Enforcement Forum (Foro Hispano de Implementación de Ley) en la ciudad de Nueva York.

Un ejemplo de la carta de advertencia y una lista de los participantes se puede obtener de la web de la FTC yendo a [www.ftc.gov](http://www.ftc.gov) y también de la FTC Response Center, Room 130, 600 Pennsylvania Avenue, N.W., Washington, D.C. 20580.

Les aconsejamos a los consumidores de Nueva Jersey que tienen quejas de falsos o engañosos anuncios, o cualquier otro asunto que se pongan en contacto con la División de Asuntos del Consumidor llamando al número gratis 1-800-242-5846 (si llama dentro de Nueva Jersey) o al 973-504-2600, o vaya en línea a [www.njconsumeraffairs.gov](http://www.njconsumeraffairs.gov)