

U S S



UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN

**TESIS:**

**“EL DERECHO A LA INFORMACIÓN, FRENTE A LA  
PUBLICIDAD ENGAÑOSA Y SUBLIMINAL EN LA  
CIUDAD DE CHICLAYO PERIODO 2011-2012”**

---

***Para optar el Título Profesional de Abogado***

**BACHILLERES : ARÉVALO JULCARIMA JOEL OSCAR  
: GÓNZALES TARRILLO DILMA**

**ASESOR METODOLÓGICO: ABOG. JOSE ARQUIMEDES  
FERNANDEZ VASQUEZ**

**ASESOR TEMÁTICO : DANIEL GUILLERMO  
CABRERA LEONARDINI**

**Pimentel, 2013**

A través de los tiempos, el hombre ha creado a una herramienta capaz de transmitir información a un grupo de personas a la cual quiere llegar. Esta herramienta se llama publicidad.

La publicidad a través de la historia ha intervenido en forma directa en la conducta del ser humano, con el único propósito de crearle nuevos estilos de vida.

Hoy en este siglo XXI, en un mundo totalmente globalizado, gracias a los avances tecnológicos que existe, ha hecho que la publicidad sea una de los instrumentos más poderosos de persuasión en la conducta del consumidor.

La publicidad engañosa, creado por el hombre con el fin de dar a la mentira la apariencia de verdad, con el único fin de que el consumidor adquiriera un producto totalmente ajeno a la realidad, sin conocer realmente los beneficios de este. El consumidor al verse afectado por dicha publicidad, y dado que su cultura de información es escasa; se verá expuesto siempre a este tipo de publicidad. INDECOPI, institución creada con la finalidad de velar por los derechos del consumidor, reconocidos en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú. Sin embargo se advierte que la sociedad (consumidores), no muestran el interés de conocer sobre esta institución; por esta razón es que los responsables de emitir dichas publicidades no son sancionados por las normas que prohíben este tipo de publicidad que afecta la economía y la conducta del consumidor.

La publicidad subliminal, es una actividad realizada por los publicistas en encargo de los proveedores, no regulado por nuestro sistema jurídico peruano, en donde se establece que la publicidad subliminal es emitida con imágenes, contenidos y sonidos ocultos para que solo puedan ser percibidas por el inconsciente, esto trae como consecuencia, que este sea un comprador compulsivo, es decir adquiriera productos o servicios innecesarios.