

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52- 1º D
28006 MADRID

Madrid, a 22 de Octubre de 2007

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION de la que es Presidente, viene a presentar por medio de este escrito reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad contra **BURGER KING**, en base a las siguientes alegaciones:

De Hecho

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios, creado en desarrollo de la Ley 26/1984, por el Real Decreto 2211/1995 de 28 de Diciembre.
2. La AUC está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la citada Ley 26/1984; la Ley 34/1988, General de Publicidad; la Ley 3/1991 de Competencia Desleal; la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 22/1999, que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento y detección de ilícitos publicitarios hemos detectado un anuncio de **BURGER KING**, en el que se promociona su nueva hamburguesa de pollo, que a nuestro parecer contraviene la Legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.
4. En el citado anuncio se puede ver como un pollo gigante recoge a un gatito de la calle para, unos metros más adelante, echarlo dentro de un contenedor de basura y recoger del mismo una tostadora.

De Derecho

1. Esta Asociación entiende que el citado anuncio vulnera lo establecido en la Ley General de Publicidad que señala en su artículo 3 que “*es ilícita:*
e) *La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.* ”
2. Asimismo, la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, señala en su artículo 8 que “ *serán ilícitas la publicidad y la televenta que inciten a la violencia o a comportamientos antisociales, que apelen al miedo o a la superstición o que puedan fomentar abusos, imprudencias, negligencias o conductas agresivas. Tendrán la misma consideración la publicidad y la televenta que inciten a la crueldad o al maltrato a las personas o a los animales...* ”
3. Entiende esta Asociación que, analizando el anuncio en su conjunto, tanto el carácter humorístico del mismo como la mostración de la escena, ofrecen una visión banalizadora del acto ajeno, que en modo alguno se permite interpretar negativamente dicho acto.
4. Por su parte, el Código de Conducta Publicitaria de la AAP señala en su Norma 2 que la publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución.

En consecuencia, se solicita del Jurado de esa Asociación declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **BURGER KING** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo.: Alejandro Perales Albert
Presidente de AUC