

Asociación de Autocontrol de la Publicidad
Conde de Peñalver, 52-1º D
28006 Madrid

Madrid, a 27 de julio 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 **PICOVI** 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 25/1994, modificada por la Ley 22/1999 que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva conocida como de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios hemos detectado un anuncio en prensa de **PICOVI**, en el que se recoge información de la promoción Castillo Santa Cruz Residencial A Guardal que, a nuestro entender, contraviene la legislación vigente.

De Derecho

1. La **Ley 26/1984**, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios reconoce, en su artículo 2 d), como derecho básico de los consumidores *la información correcta sobre los diferentes productos o servicios (...) para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.*
2. La **Ley 34/1988**, de 11 de noviembre, General de Publicidad, señala en su artículo 3 b) que es *ilícita la publicidad engañosa*, considerando como tal la que *"de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico... y la publicidad que silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error a los consumidores."* Asimismo,

esta Ley considera **ilícita la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios** (artículo 3 e).

3. Asimismo, la **Orden de 5 de octubre de 1968** (vivienda), sobre propaganda y publicidad de la venta de viviendas que no sean de protección oficial, que desarrolla el artículo 5 de la **Ley 57/1968**, de 27 de julio, reguladora de las percepciones de cantidades anticipadas en la construcción y venta de viviendas, establece en su artículo 1 que **la propaganda y publicidad por cualquier tipo de difusión, de la cesión de viviendas construidas sin protección oficial, mediante percepción de cantidades a cuenta con anterioridad a la iniciación deberá contener en su texto, con claridad y precisión, los siguientes datos:**
 - a) **que la contratación se realizará conforme a las normas y con las garantías establecidas en la Ley 57/1968, de 27 de julio.**
 - b) **mención expresa de la entidad aseguradora o, en su caso, bancaria o Caja de Ahorros avalista (...)**
 - c) **entidad bancaria o Caja de Ahorros y número de la cuenta especial en que habrán de ingresarse por el cesionario o adquirente las mencionadas cantidades.**
4. Por otra parte, el **Real Decreto 515/1989**, de 21 de abril, sobre protección de consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de viviendas establece en su artículo 3, **que la publicidad se hará de manera que no induzca a error a sus destinatarios, de modo tal que afecte a su comportamiento económico, y no silenciará datos fundamentales de los objetos de la misma.**
5. Por todo lo anterior, entiende esta Asociación que el citado anuncio es un claro supuesto de publicidad ilícita, ya que vulnera tanto lo establecido en la Orden de 5 de octubre de 1968, porque en la citada publicidad no se recoge ninguno de los datos que se señalan en el artículo 1.
6. 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, a mayor abundamiento, señala en sus Normas 4 y 13 que, no deberá constituir un medio para abusar de la buena fe del consumidor ni ser engañosa.

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



Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente de AUC