

DECISIÓN 24/2012 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA DE APERTURA DE EXPEDIENTE DE INFORMACIÓN PREVIA POR LA EMISIÓN DE COMUNICACIONES COMERCIALES DEL PRODUCTO ADELGAZANTE "ALCACHOFA DE LAÓN" EN CANAL SUR TV.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía viene ejerciendo, en el marco de las funciones establecidas en el Art. 1.1. de su Ley de creación como autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad, un control sobre diversos supuestos de comunicaciones comerciales que podrían considerarse ilícitas y que se emiten en los medios bajo su competencia y que, a partir del 2 de octubre de 2012, se han centrado en el control de la publicidad los denominados *productos milagro*, concepto que abarca una serie indeterminada de productos, sustancias y servicios con pretendida finalidad sanitaria que no se ajustan a criterios de veracidad y que pueden suponer además un fraude a los consumidores. Su comercialización y publicidad está regulada específicamente por el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria y por lo dispuesto en el artículo 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual que describe los supuestos de publicidad prohibida.
2. Con fecha 16 de octubre de 2012, el Consejo Audiovisual de Andalucía recibió un escrito remitido por la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía-Consumidores en Acción (en adelante, FACUA) en el que se denunciaba con carácter general la emisión de comunicaciones comerciales prohibidas del producto "Alcachofa de Laón" al atribuírsele propiedades adelgazantes incumpliendo varios preceptos contenidos en el Real Decreto 1907/1996 sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.
3. El Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de su sistema de seguimiento de medios, detectó las siguientes emisiones de comunicaciones comerciales de "Alcachofa de Laón" en Canal Sur TV, según informe presentado en la sesión de la Comisión de Contenidos y Publicidad de 6 de noviembre de 2012:

Fecha	Hora de Inicio	Inserciones	Duración
01/10/2012	10:42:06	1	0:02:00
	15:03:27	1	0:02:00
	16:48:40	1	0:01:00
	17:48:58	1	0:01:00
Total 01/10/2012		4	0:06:00
02/10/2012	10:38:12	1	0:02:00
	11:30:41	1	0:02:00
	17:51:04	1	0:01:00
	19:28:57	1	0:01:00
Total 02/10/2012		4	0:06:00
03/10/2012	10:40:38	1	0:02:00
	11:31:49	1	0:02:00
	16:56:56	1	0:01:00

Código Seguro de verificación: W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	16/11/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j	PÁGINA	1 / 7
				
W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j				

Fecha	Hora de Inicio	Inserciones	Duración
	18:41:14	1	0:01:00
Total 03/10/2012		4	0:06:00
04/10/2012	10:43:12	1	0:02:00
	11:31:54	1	0:02:00
	17:54:47	1	0:01:00
	18:39:31	1	0:01:00
Total 04/10/2012		4	0:06:00
05/10/2012	10:38:24	1	0:02:00
	11:28:08	1	0:02:00
	16:56:01	1	0:01:00
	19:22:57	1	0:01:00
Total 05/10/2012		4	0:06:00
06/10/2012	11:31:52	1	0:02:00
	12:32:37	1	0:02:00
	19:00:45	1	0:01:00
	19:37:14	1	0:01:00
Total 06/10/2012		4	0:06:00
07/10/2012	10:05:41	1	0:02:00
	11:28:05	1	0:02:00
	17:33:46	1	0:01:00
	18:47:07	1	0:01:00
Total 07/10/2012		4	0:06:00
08/10/2012	10:40:23	1	0:02:00
	11:30:19	1	0:02:00
	16:59:33	1	0:01:00
	19:25:20	1	0:01:00
Total 08/10/2012		4	0:06:00
09/10/2012	10:35:37	1	0:02:00
Total 09/10/2012		1	0:02:00
Total general		33	0:50:00


Estas emisiones cesaron a partir del 9 de octubre de 2012, sin que hasta este momento se hayan reanudado.

4. El Área de Contenidos de Consejo ha constatado la emisión, entre el 1 y el 9 de octubre, de 33 comunicaciones comerciales del producto Alcachofa de Laón. Se han emitido dos versiones del anuncio: una de dos minutos de duración, difundida en 17 ocasiones, y otra versión abreviada de un minuto. Ambas versiones comparten una serie de elementos comunes:

1.- La publicidad analizada atribuye propiedades específicas e inmediatas adelgazantes al producto derivadas de los efectos naturales depurativos, desintoxicantes y saciantes de la alcachofa.

A continuación se transcribe el mensaje en off emitido, que describe las características y propiedades del producto:

Alcachofa de Laón. Desde su corazón se logra la concentración única de todo el poder

Código Seguro de verificación: W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	16/11/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j	PÁGINA	2 / 7
 W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j				

de la alcachofa, que de manera natural ayuda a desintoxicar el organismo y acelera la quema de grasa, ayudándote a eliminar los líquidos que tu cuerpo retiene. Imagínate perder hasta 3 kilos a la semana. El estudio nutricional de Alcachofa de Laón confirma su efectividad en la que los participantes perdieron peso y redujeron medidas. Con Alcachofa de Laón baja hasta 3 kilos en una semana. Demostrado. Alcachofa de Laón ayuda a favorecer la pérdida de la grasa, a saciar el hambre. Su contenido en fibra ayuda al tránsito intestinal, convirtiéndolo en la mejor solución para bajar hasta 3 kilos en una semana, con tan solo una toma al día, la medida exacta. Alcachofa de Laón, tu mejor aliado para bajar de peso. Alcachofa de Laón. Ahora, si tú también quieres bajar de peso, reducir los michelines y bajar tallas con poco esfuerzo, pon mucha atención, ya que si llamas en este momento te llevarás siete unidades de alcachofa para una semana de tratamiento a un increíble precio. Pierde hasta 3 kilos en solo una semana. Alcachofa de Laón, tu mejor aliado que te ayudará a bajar de peso y reducir medidas hasta 3 centímetros en una semana. (...)

2.-Las comunicaciones comerciales analizadas no incluyen de manera directa testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo, si bien tanto en la locución como en una sobreimpresión difunde mensajes que pueden hacer creer al consumidor que la efectividad del producto esta técnica o científicamente contrastada y que el producto está avalado por un profesional sanitario:

Mensaje en off: *El estudio nutricional de Alcachofa de Laón confirma su efectividad en la que los participantes perdieron peso y redujeron medidas. Con Alcachofa de Laón baja hasta 3 kilos en una semana. Demostrado.*

Sobreimpresiones: *Estudio realizado con 22 voluntarios de edad comprendida entre 22 y 55 años confirman los resultados.* La supuesta veracidad del estudio se refuerza con la sobreimpresión del nombre y número de la colegiada médica que lo ha realizado y detalles sobre la muestra de participantes. En la misma sobreimpresión se advierte de que es recomendable una dieta equilibrada y ejercicio para maximizar los resultados, destacándose una gráfica con una curva de la posible pérdida de peso en una semana con una flecha que conduce a la leyenda "3 Kg".

3.- Sucesivas sobreimpresiones completan o matizan la información ofrecida por la voz en off. Estas sobreimpresiones se incluyen en tres ocasiones a lo largo del anuncio, y permanecen en pantalla un tiempo suficiente para ser leídas:

Este complemento alimenticio no debe utilizarse como sustituto de una dieta equilibrada

Lea atentamente las instrucciones. Consulte a un profesional en caso de dudas.

4.- Se insertan imágenes de supuestos consumidores del producto, siempre mujeres, comparando el antes y después, donde se aprecia una considerable pérdida de peso y mejora del aspecto físico. Esta atribución de propiedades adelgazantes a "Alcachofa de Laón" queda reforzada con mensajes que insisten en que el adelgazamiento se consigue "sin esfuerzo" mientras se ven imágenes de un varón —la única figura masculina de toda la pieza— con sobrepeso que intenta realizar ejercicios abdominales.

Además de este recurso a las imágenes del cuerpo ideal y escultural, siempre femenino, que puede obtenerse mediante el consumo del producto, otras locuciones

Código Seguro de verificación: W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	16/11/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j	PÁGINA	3 / 7
 W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j				

inciden en sus efectos no sólo sobre la salud (elimina la retención de líquido, favorece el tránsito intestinal) del producto sino también sobre el aspecto físico:

*Déjate ayudar por Alcachofa de Laón, y consigue el cuerpo que deseas.
Benefíciate de esta oferta y vuélvete a poner la ropa que ya no te entraba.*

Asimismo, se utilizan técnicas infográficas para mostrar el efecto en el organismo, al aparecer un cuerpo que se va deshinchando paulatinamente.

4.- La comunicación comercial insta a la compra del producto a través de un teléfono con prefijo 902 de la empresa La tienda en Casa, con mensajes directos como *llama ya, pídelo ya, 600.000 packs vendidos en Europa*. El anuncio concluye con la presentación de ofertas de diversos packs del producto, que pueden abonarse mediante reembolso, tarjeta de crédito y tarjeta de El Corte Inglés.

5.- La comunicación comercial está dirigida principalmente al público femenino mediante la inserción de imágenes de mujeres que han conseguido supuestamente adelgazar y un cuerpo escultural consumiendo el producto y a través de un mensaje directo:

Y espera, si quieres otras 14 unidades para tu marido, tu hermana, tu madre o tu amiga, aprovecha y llévate el segundo pack con un descuento sensacional


6.- Todos los anuncios se han insertado en bloques publicitarios emitidos entre las 6 y 22 horas, franja horaria de protección del menor según lo dispuesto en el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que prohíbe *insertar comunicaciones comerciales que promuevan el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen, tales como productos adelgazantes, intervenciones quirúrgicas o tratamientos de estética, que apelen al rechazo social por la condición física, o al éxito debido a factores de peso o estética.*

CONSIDERACIONES

PRIMERA. La comunicación comercial de "Alcachofa de Laón" encaja en lo previsto en el Art. 4.2. sobre prohibiciones y limitaciones de la publicidad con pretendida finalidad sanitaria del Real Decreto 1907/1996 que prohíbe la publicidad *que sugiera propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad*. En los anuncios analizados por el Consejo se atribuyen, mediante la combinación de locuciones, sobreimpresiones e imágenes, cualidades adelgazantes, demostradas técnica y científicamente y contrastadas a través de un supuesto estudio poblacional y de los efectos sobre las mujeres que han consumido el tratamiento.

El uso del verbo *ayudar* o la emisión de sobreimpresiones advirtiendo que se trata de un complemento alimenticio que no puede sustituir una dieta equilibrada o recomendando acudir, en caso de dudas, a un profesional no mitiga, a juicio del Consejo, la fuerza y rotundidad de la idea central que se trasmite al consumidor: la seguridad de que perderá hasta tres kilos en una semana y reducirá tres centímetros de perímetro, mejorando el bienestar y el aspecto físico sin necesidad

Código Seguro de verificación: W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	16/11/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j	PÁGINA	4 / 7
 W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j				

de dietas ni ejercicio físico.

Asimismo, el recurso que se hace en la comunicación comercial de "Alcachofa de Laón" a un pretendido estudio nutricional avalado por el nombre y el nº de colegiado de un profesional sanitario y las imágenes de pacientes reales o supuestos del antes y después pudiera infringir además lo dispuesto en el Art. 4.7. del mencionado RD, donde se prohíbe la publicidad *que pretenda aportar testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo.*

SEGUNDA. Es necesario incidir en las consecuencias que para los menores de edad puede conllevar la emisión en horario infantil de comunicaciones comerciales engañosas de productos adelgazantes, contraviniendo la restricción impuesta en el art. 7.2. de la Ley General de Comunicación Audiovisual sobre la publicidad de productos adelgazantes que promuevan el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen apelando al rechazo social por la condición física, o al éxito debido a factores de peso o estética.

Si bien la redacción dada a este artículo se presta a interpretaciones, el Consejo considera que el objetivo del legislador es erradicar de la franja horaria televisiva infantil todas aquellas comunicaciones comerciales que puedan contribuir a fomentar trastornos alimenticios que, como la anorexia y a bulimia, tienen una preocupante incidencia en la sociedad y obedecen a complejos y distintos factores, entre los que se incluyen los cánones de belleza transmitidos en el propio anuncio, exclusivamente femeninos.


Las comunicaciones comerciales no incluyen por otra parte advertencias sobre el consumo del producto adelgazante entre menores de edad sino que, por el contrario, insta a su adquisición inmediata, con mensajes engañosos sobre su efectividad al que pueden ser especialmente vulnerables adolescentes y jóvenes con problemas de sobrepeso o de autoestima.

Más allá de las interpretaciones restrictivas que puedan realizarse de la norma, el Consejo entiende que la emisión de estos anuncios en franja horaria infantil vulnera lo dispuesto en el artículo 7.2 de la citada ley y puede perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores de edad, incitándoles al consumo de un producto adelgazante que podría resultar peligroso para su salud.

TERCERA. Los anuncios emitidos por Canal Sur TV de "Alcachofa de Laón" se enmarcan en estrategias publicitarias que transmiten estereotipos sexistas, puesto que se hace un uso intensivo y casi exclusivo de imágenes de mujeres y que, además, de la locución puede desprenderse que el producto adelgazante se destina específicamente al público femenino.

La ausencia de criterios y de consenso social sobre los estereotipos sexistas impide encajar este tipo de campañas publicitarias en los supuestos de publicidad ilícita descritos en el apartado a) del art. 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad o en la prohibición dispuesta en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual ya que es necesario demostrar que el anuncio discrimina a la mujer frente al hombre o que realiza un uso vejatorio de su imagen.

Sin embargo, el Consejo Audiovisual no sólo tiene la función de velar y, en su caso, requerir el cese de la publicidad sexista sino que debe además fomentar la igualdad de género y los comportamientos no sexistas en los contenidos de la programación y de la publicidad que

Código Seguro de verificación: W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	16/11/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j	PÁGINA	5 / 7
 W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j				

emitan los medios de comunicación en Andalucía y promover el uso de normas de autorregulación que contribuyan a la emisión de una publicidad socialmente responsable. Así lo dispone el art. 4.7 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA y el art. 57.3 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía.

Erradicar los estereotipos de género es un objetivo de nuestro ordenamiento jurídico y ha sido también una prioridad del Consejo de Europa al entender que aún es uno de los mayores escollos que deben superar las mujeres para alcanzar la igualdad real.


El art. 58.1 de la mencionada Ley 12/2007 dispone que *los medios de comunicación social, cuya actividad se encuentre sujeta al ámbito competencial de la Comunidad Autónoma de Andalucía, promoverán la aplicación de un uso no sexista del lenguaje e impulsarán la transmisión de una imagen de las mujeres y los hombres libre de estereotipos sexistas.*

El anuncio asocia la compra y consumo del producto adelgazante con un único sexo, el femenino, mediante la emisión de imágenes de mujeres que han cambiado su aspecto fácilmente al consumir el producto y que se contraponen a la única imagen masculina de un hombre intentando adelgazar mediante el ejercicio físico. A ello se suma una interpelación directa: ... *Y espera, si quieres otras 14 unidades para tu marido (...)*

Mediante la Decisión 12/2012, de 18 de julio, sobre difusión en Canal Sur TV de una campaña publicitaria que transmitía estereotipos sexistas, el Consejo evidenció que el Código de Conducta Comercial de la RTVA reproduce pero no desarrolla lo dispuesto en el apartado a) del art. 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; menciona la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres y prohíbe expresamente *la publicidad que promueva actividades, modelos sociales y comportamientos sexistas* y la publicidad de bebidas alcohólicas u otros productos que atribuya a su consumo virtudes de tipo sexual o social. Al no ir más allá de reproducir la legislación, no contribuye a concretar ni definir los conceptos jurídicamente indeterminados que nuestro ordenamiento jurídico persigue erradicar por lo que se recomendó la incorporación de pautas más precisas o buenas prácticas que, siguiendo lo dispuesto en el art. 58.1 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, contribuyan a identificar y erradicar los estereotipos sexistas frente a los que previene pero no concreta nuestro ordenamiento jurídico.

CUARTA: Al Consejo Audiovisual de Andalucía le corresponde, de conformidad con lo establecido en los artículos 4.15 de la Ley 1/2004, *solicitar de los anunciantes y empresas audiovisuales, por iniciativa propia o a instancias de los interesados, el cese o la rectificación de la publicidad ilícita o prohibida.* Conforme a lo establecido en el artículo 61.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, el prestador de servicio de comunicación audiovisual que ha emitido estos anuncios no incurre en responsabilidad teniendo en cuenta que las comunicaciones comerciales que suponen una infracción grave de la normativa vigente han sido elaboradas por personas ajenas al prestador.

Sin embargo, las circunstancias descritas en los apartados anteriores requieren la apertura de un período informativo que permita dar audiencia al prestador del servicio y clarificar las diferentes cuestiones planteadas sobre la emisión de comunicaciones comerciales prohibidas de un adelgazante, protección de los menores de edad y salvaguarda de los derechos de la mujer.

Código Seguro de verificación: W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	16/11/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j	PÁGINA	6 / 7
 W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j				

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos y Publicidad celebrada el día 6 de noviembre de 2012, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en el artículo 4.6 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 13 de noviembre de 2012, y previa deliberación de sus miembros acuerda por MAYORÍA las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Abrir, según lo previsto en el artículo 69.2 de la Ley 30/1992 de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas, un periodo de información previa con objeto de dar audiencia a la RTVA, como parte interesada, para que el plazo de 10 días formule las alegaciones y manifestaciones que estime oportunas sobre la emisión de las comunicaciones comerciales de "Alcachofa de Laón".


SEGUNDA.- Advertir a la RTVA que -de acuerdo con el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de Productos, Actividades o Servicios con Pretendida Finalidad Sanitaria- se prohíbe cualquier tipo de publicidad o promoción directa o indirecta de productos, materiales, sustancias, energías o métodos que sugieran propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad, que utilicen el término natural como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos y que pretendan aporten testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo.

En Sevilla, a 13 de noviembre de 2012

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano

Código Seguro de verificación: W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	16/11/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j	PÁGINA	7 / 7
 W331pTgIYLqSXsigC6XksjJLYdAU3n8j				