

DECISIÓN 08/2013 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE REQUIERE EL CESE DE COMUNICACIONES COMERCIALES DE SUPER BLUE STUFF QUE ATRIBUYEN PROPIEDADES SANITARIA A ESTE PRODUCTO EN ONDA LUZ ESTEPONA.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado, a través de su sistema de seguimiento de medios, la emisión de publicidad de un producto cosmético al que se atribuyen propiedades sanitarias antiinflamatorias y analgésicas. Estas comunicaciones comerciales se han emitido en el prestador de servicio de comunicación audiovisual de ámbito local Onda Luz Estepona (canal digital 43, demarcación de Estepona). Esta comunicación comercial atribuye explícitamente -incluyendo testimonios de supuestos consumidores- propiedades específicas del producto para tratar y aliviar los dolores asociados a patologías como la artrosis, ciática y lumbalgia.

Las 2 comunicaciones comerciales de *Super Blue Stuff* detectadas se precisan en la siguiente tabla:

ID Clip	Hora inicio	Hora fin	Duración
CONSULTA-04/TED-1205996	06/01/2013 6:02:04	06/01/2013 6:17:20	00:15:16
CONSULTA-04/TED-1206091	06/01/2013 10:45:01	06/01/2013 11:00:17	00:15:16

2. La televenta analizada presenta la crema *Super Blue Stuff* como producto con pretendida finalidad sanitaria o producto milagro, cuya publicidad está expresamente prohibida por nuestro ordenamiento jurídico.

El formato detectado, de 15 minutos de duración, cuenta con una presentadora y un supuesto profesional sanitario que promocionan los efectos del producto, corroborados también por la llamada telefónica de un aparente usuario de la misma.


El análisis de las emisiones realizado por el Área de Contenidos del Consejo evidencia que presentan las siguientes características:

- Se atribuye al producto utilidad terapéutica para enfermedades reumáticas, garantizando en pocos minutos la desaparición del dolor y aportando testimonios. Se reproducen algunos ejemplos :

*Presentadora: Nos trae una crema para todas aquellas personas que, teniendo **problemas de ciática, de lumbalgia, dolores articulares, dolores musculares**, necesitan que su día a día esté libre de dolor. Sobre todo que necesiten un **potente antiinflamatorio** para tratar esa actividad (...)*

*Off: Super Blue Stuff' es el único producto del mercado que garantiza calmar el dolor en apenas 5 minutos (...) Este producto increíble que hoy les presentamos **ayuda a combatir los dolores causados por la artrosis, la ciática y la lumbalgia** (...)*

Código Seguro de verificación: 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j. 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	01/02/2013
ID. FIRMA	10.226.134.100	22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j	PÁGINA	1 / 6
 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j				



- Incorpora testimonios e imágenes de personas que supuestamente han utilizado el producto, bien sea de profesionales sanitarios, de pacientes o de personas famosas, para verificar sus efectos e inducir al espectador al consumo:

Dr. Redondo: *'Super Blue' está perfectamente indicado para todas aquellas personas que sufren enfermedades tipo artritis, ciática, lumbalgia, etc, incluso para todas aquellas personas que tienen dolores debido a la vida sedentaria (...)*



- Se apela a la composición natural del producto, utilizando de manera continuada expresiones como las que se reproducen a continuación:

Dr. Redondo: *Es un alivio instantáneo del dolor, calma el dolor en solo 5 minutos debido a que penetra hasta el foco del dolor porque está*

Código Seguro de verificación: 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j. 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	01/02/2013
ID. FIRMA	10.226.134.100	22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j	PÁGINA	2 / 6



22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j

compuesto por MSM, que es un compuesto de sulfatos naturales, aloe vera, vitamina E, mentol, que es un ingrediente muy seguro y eficaz, y sobre todo, aceite de emu, que es un compuesto antiinflamatorio que lo que hace es que permite la penetración de todos estos ingredientes naturales hasta el foco del dolor.(...) No tiene ninguna contraindicación, porque esta crema tiene garantía ecológica, es 100% natural, no daña al medioambiente y al ser 100% natural la puedes usar tantas veces como quieras.

Off: El aceite de emú es un concentrado natural antiinflamatorio que combate el dolor penetrando hasta la tercera capa epidérmica, reduciendo de este modo la inflamación y el dolor en apenas 5 minutos. (...) 'Super Blue Stuff' es una solución efectiva y natural para todo tipo de dolores. 'Super Blue' es una combinación perfectamente equilibrada del compuesto de sulfuros naturales MSM, plantas de aloe vera y hierbas, dirigida a la zona dolorida por acción del aceite de emú, que potencia y acelera de la penetración de los demás ingredientes vitales del 'Super Blue'.

CONSIDERACIONES


PRIMERA. Al Consejo Audiovisual de Andalucía le corresponde, de conformidad con lo establecido en los artículo 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.*

Al objeto de determinar si los anuncios de televenta de *Super Blue Stuff* detectados constituyen supuestos de publicidad ilícita o prohibida hay que acudir a las previsiones contenidas en la regulación de los productos con pretendida finalidad sanitaria.

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 con pretendida finalidad sanitaria (art. 4), en una serie de supuestos, entre los que se contemplan:

- Que pretendan una utilidad terapéutica para una o más enfermedades, sin ajustarse a los requisitos y exigencias previstos en la Ley del Medicamento y disposiciones que la desarrollan (apart. 3).
- Que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta (apart. 4).
- Aquellos que pretendan 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 (apart. 7).
- Que atribuyan a los productos cosméticos propiedades distintas de las reconocidas a tales productos conforme a su normativa especial (apart. 11).
- Aquellos que utilicen el término natural como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos (apart. 13).

Código Seguro de verificación: 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j. 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	01/02/2013
ID. FIRMA	10.226.134.100	22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j	PÁGINA	3 / 6
 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j				

- Que atribuyan carácter superfluo o pretenda sustituir la utilidad de los medicamentos o productos sanitarios legalmente reconocidos (apart. 14).

En este sentido, se ha realizado consulta a la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS), quien ha informado al Consejo que se trata de un producto notificado en nuestro país como cosmético.

Por último, con referencia a la publicidad de productos milagro, el artículo 44.3 de La Ley 44/2003, de 21 de noviembre, de Ordenación de Profesiones Sanitarias dispone que *no podrán ser objeto de publicidad las actividades o productos sanitarios no autorizados, o sobre los que no exista evidencia de sus efectos beneficiosos para el ser humano, quedando prohibida la publicidad de productos y servicios de carácter creencial y de los productos-milagro*


A la vista de los datos que arrojan los informes de contenidos, nos encontramos sin lugar a dudas ante espacios de televenta de productos cuya publicidad estaría prohibida, para lo que también debe tenerse en cuenta lo dispuesto en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual que, en su artículo 18, regula los supuestos de comunicaciones comerciales prohibidas en cualquiera de sus formas, y a Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad que, en su artículo 3 d) considera ilícitas las comunicaciones comerciales *que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.*

SEGUNDA: Al Consejo Audiovisual de Andalucía le corresponde, de conformidad con lo establecido en los artículo 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, los prestadores de servicio de comunicación audiovisual que han emitido estos anuncios no incurrir 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.

No obstante, los prestadores de servicio deben cesar en la emisión de los citados anuncios de televenta al primer requerimiento del Consejo Audiovisual de Andalucía (art. 61.2 prfo. 2). El incumplimiento de las decisiones de la autoridad audiovisual se tipifica en el art. 58 como infracción grave, sancionable con multa de 100.001 hasta 500.000 euros para los servicios de comunicación audiovisual televisiva (art. 60.2).

TERCERA: Las emisiones detectadas han sido realizadas por un prestador del servicio de comunicación televisiva sobre el que este Consejo ejerce su competencia de conformidad con lo establecido en el artículo 2 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía (Ley 1/2004, en adelante), si bien cabe señalar que este producto se comercializa a través de Teletienda, empresa internacional dedicada al comercio en línea especializada en productos "vistos en la tele" por lo que es probable que los

Código Seguro de verificación: 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j. 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	01/02/2013
ID. FIRMA	10.226.134.100	22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j	PÁGINA	4 / 6
 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j				

anuncios de televenta estén emitiéndose en otros servicios de comunicación audiovisual sobre los que no tiene competencia el Consejo.

Ante lo expuesto, procede trasladar las actuaciones emprendidas por el Consejo Audiovisual de Andalucía a otras administraciones públicas con competencias sobre la comercialización del producto, la protección de la salud de los consumidores y el control de la publicidad para que se ajuste a criterios de veracidad.

En este sentido, el art. 1 Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de Productos, Actividades o Servicios con Pretendida Finalidad Sanitaria prevé en su artículo 1, rubricado "Control sanitario de la publicidad", que *las autoridades sanitarias y demás órganos competentes en cada caso, de acuerdo con el artículo 27 de la Ley General de Sanidad, las disposiciones especiales aplicables en cada caso y lo establecido en este Real Decreto, controlarán la publicidad y promoción comercial de los productos, materiales, sustancias, energías o métodos que se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades o desarrollos fisiológicos, adelgazamiento, modificación del estado físico o psicológico, restauración, corrección o modificación de funciones orgánicas u otras pretendidas finalidades sanitarias, para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud y para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la misma.*

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 22 de enero de 2013, 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 30 de enero de 2013, y previa deliberación de sus miembros acuerda por MAYORÍA las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Requerir al prestador del servicio de comunicación televisiva Onda Luz Estepona el cese de los anuncios de televenta de *Super Blue Stuff* detectados por el Consejo y que atribuyen cualidades terapéuticas a esta crema, conforme a lo dispuesto en los artículos 4.15 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA y 61.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, al quedar acreditado que se trata de comunicaciones comerciales ilícitas, según lo dispuesto en la regulación de productos con pretendida finalidad sanitaria y productos milagro. El incumplimiento de este acuerdo puede conllevar la apertura de expediente sancionador por infracción grave por incumplimiento de lo dispuesto en el art. 61.2 de la Ley, sancionable con multa de 100.001 hasta 500.000 euros.

SEGUNDA.- Advertir con carácter general a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual 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,

Código Seguro de verificación: 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j. 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	01/02/2013
ID. FIRMA	10.226.134.100	22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j	PÁGINA	5 / 6
22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j				

energías o métodos que pretendan una utilidad terapéutica para una o más enfermedades, sin ajustarse a los requisitos y exigencias previstos en la Ley del Medicamento y disposiciones que la desarrollan, que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta, que utilicen el término natural como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos, que 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, que atribuyan a los productos cosméticos propiedades distintas de las reconocidas conforme a su normativa especial y que atribuyan carácter superfluo o pretendan sustituir la utilidad de los medicamentos o productos sanitarios legalmente reconocidos.

TERCERA.- Remitir este acuerdo al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, a la Consejería de Salud y Bienestar Social de la Junta de Andalucía y a la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales, a la que está adscrita la Secretaría General de Consumo, por si procediera adoptar en el ámbito de sus competencias alguna medida sobre la comercialización del producto, la protección de la salud de los consumidores y el control de la publicidad para que se ajuste a criterios de veracidad.


El acuerdo se remitirá asimismo a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (SETSI), adscrita al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, por si procediera adoptar alguna medida ante la posibilidad de que prestadores de servicio de comunicación audiovisual no sujetos a las competencias del Consejo Audiovisual de Andalucía estén emitiendo anuncios de televenta de *Super Blue Stuff* prohibidos al comercializarse como producto con pretendida finalidad sanitaria.

CUARTA.- Comunicar esta decisión a las partes interesadas.

En Sevilla, a 30 de enero de 2013
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano

Código Seguro de verificación: 22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j. 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	01/02/2013
ID. FIRMA	10.226.134.100	22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j	PÁGINA	6 / 6
				
22oXHSOV2JobIPmb4KgiYzJLYdAU3n8j				