


**DECISIÓN 40/2015 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE REQUIERE AL PRESTADOR LOCAL VER-T EL CESE DE COMUNICACIONES COMERCIALES DE *SLIMVIA* QUE ATRIBUYEN PROPIEDADES SANITARIAS A ESTE PRODUCTO**

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado, a través de su sistema de seguimiento de medios, la emisión de comunicaciones comerciales con pretendida finalidad sanitaria del producto *Slimvia* en la programación del prestador local Ver-T (Uniprex Televisión Digital Terrestre de Andalucía). Las emisiones detectadas se han producido en las siguientes fechas y horarios:

HORA INICIO	HORA FIN	DURACIÓN
07/09/2015 23:24:51	07/09/2015 23:26:50	00:01:59
07/09/2015 22:24:24	07/09/2015 22:26:22	00:01:58
07/09/2015 19:04:08	07/09/2015 19:19:09	00:15:01
07/09/2015 13:53:36	07/09/2015 14:08:38	00:15:02
07/09/2015 12:38:38	07/09/2015 12:53:38	00:15:00
07/09/2015 10:53:36	07/09/2015 11:08:36	00:15:00
07/09/2015 10:11:11	07/09/2015 10:11:53	00:00:42
07/09/2015 8:03:48	07/09/2015 8:05:47	00:01:59
07/09/2015 6:58:01	07/09/2015 7:00:01	00:02:00
07/09/2015 5:00:46	07/09/2015 5:15:50	00:15:04
30/08/2015 23:51:34	30/08/2015 23:53:34	00:02:00
30/08/2015 23:13:23	30/08/2015 23:15:23	00:02:00
30/08/2015 22:10:16	30/08/2015 22:12:16	00:02:00
30/08/2015 21:05:57	30/08/2015 21:07:57	00:02:00
30/08/2015 20:05:16	30/08/2015 20:07:15	00:01:59
30/08/2015 18:29:39	30/08/2015 18:44:39	00:15:00
30/08/2015 13:31:50	30/08/2015 13:46:50	00:15:00
30/08/2015 12:31:16	30/08/2015 12:46:16	00:15:00
30/08/2015 11:16:15	30/08/2015 11:31:15	00:15:00
30/08/2015 9:59:13	30/08/2015 10:01:14	00:02:01
30/08/2015 9:14:48	30/08/2015 9:16:48	00:02:00
30/08/2015 7:04:15	30/08/2015 7:06:15	00:02:00
30/08/2015 3:05:03	30/08/2015 3:07:03	00:02:00
30/08/2015 2:05:38	30/08/2015 2:07:38	00:02:00
30/08/2015 0:37:30	30/08/2015 0:39:30	00:02:00



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==	<b>Fecha</b>	19/10/2015		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==</a>	<b>Página</b>	1/3		

2. Las comunicaciones comerciales promocionan explícitamente el producto como adelgazante mediante mensajes de la presentadora, *off* y leyendas insertadas. Además, se afirma que se trata de un producto de probada eficacia, utilizando gran cantidad de testimonios e imágenes de personas que supuestamente han consumido el producto, apreciándose en estas últimas una considerable disminución de peso tras el uso de la bebida. Entre estos testimonios figuran algunos que vinculan el aspecto personal con el éxito social, induciendo al rechazo a la autoimagen.

Las emisiones presentan *Slimvia* como un producto de efectos rápidos, que no requiere dietas ni ejercicio y que logra eliminar hasta 50 kilos. Asimismo, se apela a la composición natural del producto y se recurre al testimonio de supuestos especialistas sanitarios para recomendar su efectividad.

3. El artículo 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) establece, en su apartado tercero, que “está prohibida la comunicación comercial que fomente comportamientos nocivos para la salud”, así como que “la comunicación comercial audiovisual también está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a publicidad”.

A este respecto, el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, prohíbe en su artículo 4 cualquier tipo de publicidad o promoción directa o indirecta de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria, en una serie de supuestos, entre los que se contemplan: aquellos que sugieran propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad (apartado 2), 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 (apartado 7), o que utilicen el término «natural» como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos (apartado 13).

Además, estas emisiones que promueven el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen han tenido lugar dentro del horario de protección al menor; contraviniendo lo establecido en el artículo 7.2 de la LGCA que especifica: “En horario de protección al menor, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual no podrán 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”.

En otro orden de cosas, conforme a lo establecido en el artículo 61.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, “no incurrirá en responsabilidad administrativa el prestador del servicio de comunicación audiovisual, cuando emita comunicaciones comerciales elaboradas por personas ajenas al prestador y que supongan una infracción de acuerdo con la normativa vigente sobre publicidad. No obstante, el prestador del servicio habrá de cesar en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca”.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 29 de septiembre de 2015, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 6, 15 y 21 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 30 de septiembre de 2015, y previa deliberación de sus miembros acuerda por MAYORÍA las siguientes



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==	<b>Fecha</b>	19/10/2015
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==</a>	<b>Página</b>	2/3



## DECISIONES

**PRIMERA.-** Requerir a Uniprex Televisión Digital Terrestre de Andalucía (Ver-T) el cese de publicidad de productos con pretendida finalidad sanitaria, por constituir comunicaciones comerciales ilícitas, según lo dispuesto en el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, por remisión de la LGCA.

**SEGUNDA.-** Advertir a Uniprex Televisión Digital Terrestre de Andalucía (Ver-T) de la circunstancia agravante de que este anuncio de televenta se emite en horario infantil, obviando las limitaciones horarias impuestas a las 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.

**TERCERA.-** Trasladar esta decisión al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, a la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios, adscrita a aquél, y a la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales.


**CUARTA.-** Remitirla, asimismo, a la Subdirección de Audiovisual, adscrita a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia, por si procediera adoptar alguna medida ante la posibilidad de que prestadores del servicio de comunicación audiovisual, no sujetos a las competencias del Consejo Audiovisual de Andalucía, estén emitiendo comunicaciones comerciales de productos con pretendida finalidad sanitaria.

**QUINTA.-** Notificar esta decisión a Uniprex Televisión Digital Terrestre de Andalucía (Ver-T).

En Sevilla, a 14 de octubre de 2015  
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA.

Fdo: Emelina Fernández Soriano.



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==	<b>Fecha</b>	19/10/2015		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/7cHp2aBgC8f6rbAUCuiQfg==</a>	<b>Página</b>	3/3		