



## **Resolución 2/2018 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación con una queja de ASACIR sobre publicidad encubierta en el programa *La Báscula* de Canal Sur TV**

1. El 22 de enero de 2018 el Consejo Audiovisual de Andalucía recibió una queja de la Asociación Española de Afectados por Intervenciones de Cirugía Refractiva (ASACIR) referida a un posible caso de publicidad encubierta en el programa *La Báscula*, de Canal Sur TV, emitido el 29 de octubre de 2017. Según ASACIR, en dicho programa se ofrecieron primeros planos de la clínica Vista Tecnoláser de Cádiz, así como otros planos donde se identificaba la marca del centro sanitario, hasta en cuatro ocasiones. Además, según se expresa en la queja, la información que se ofreció sobre la cirugía refractiva fue totalmente sesgada y falta de veracidad, ya que no se mencionó ni un solo riesgo de dicha intervención, se banalizó el procedimiento quirúrgico y se generó confusión a la audiencia en un espacio donde supuestamente se promueven hábitos saludables.

El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, en reunión mantenida el 7 de febrero de 2018, admitió a trámite la queja en aplicación del artículo 4.21, por el que compete al CAA vigilar por el cumplimiento de lo establecido en la normativa en materia de contenidos y de emisión de publicidad, incluidos el patrocinio y la televenta. La queja fue notificada al prestador el 9 de febrero, concediéndole el plazo correspondiente para la formulación de alegaciones.

2. El 9 de marzo tiene entrada un escrito en el CAA de los servicios jurídicos de la RTVA en el que, remitiéndose a lo manifestado al respecto por la dirección del programa y por la dirección comercial de la RTVA, se expone lo siguiente:
  - La grabación en la clínica Tecnoláser se realiza en un contexto propio del programa en el que cada semana se retrata el día a día de los participantes y todo lo que pueda afectarles en la pérdida de peso. Es una consulta e intervención que el participante tenía programada antes de que se incorporara al programa.
  - En ningún momento se resaltan valores como “saludables” o se habla de las bondades de la intervención.
  - *La Báscula* no promociona. En ningún momento se ha firmado un acuerdo económico entre ambas empresas ni existe un contrato de promoción o patrocinio del mismo. La aparición de marcas comerciales sin prescripción verbal debe rotularse con el logotipo “Emplazamiento publicitario” al principio y final del programa y tras cada pausa publicitaria, tal como hace *La Báscula*, sin que en ningún momento tenga categoría de promoción o patrocinio.
  - El contenido aludido no se trata de una acción comercial integrada en el programa con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación o compra de un producto o marca, sino

- de contextualizar un reportaje guionizado y realizado por el programa en el seguimiento de la evolución de un concursante.
- El reportaje pudiera ser considerado incompleto, pudiera estar banalizando a fuerza de no alertar de los riesgos de ese tipo de intervenciones, pero eso no lo convierte en una acción comercial.
  - Esta información se trasladó a ASACIR e igualmente se acordó solicitar a la entidad Autocontrol, como autoridad independiente, la emisión del posible *copy advice* sobre el contenido denunciando, obteniendo como respuesta que al no tratarse de una actuación publicitaria no es posible emitir *copy advice* alguno.
- 3.** Según se expone en la página web de Canal Sur, *La Báscula es un programa concurso divulgativo sobre hábitos de vida saludable, cuya base es concienciar a la audiencia para evitar el sobrepeso, mediante la adquisición de hábitos de vida saludables, actividad física adecuada a cada peso y edad y una dieta equilibrada.* Los contenidos a los que alude la queja fueron emitidos en el programa *La Báscula* del pasado 29 de octubre de 2017 y forman parte del contexto que habitualmente se ofrece de la vida cotidiana de los distintos participantes. En este caso, se menciona a un concursante de Cádiz y su próxima intervención quirúrgica de miopía. El contenido comienza a las 21:42 horas con un plano de la clínica de Cádiz donde se va a intervenir el concursante, siendo visible el nombre de la clínica. Este plano se mantiene durante cuatro segundos.

La secuencia es narrada en primera persona por el mismo concursante, con planos en el interior de la clínica y en un parque: *Hoy voy a una clínica oftalmológica a que me hagan una prueba que para mí es súper importante. Esta prueba consiste en unas pruebas preoperatorias para poder conseguir quitarme el lastre de las gafas y las lentillas porque es que quiero saber qué se siente al despertarse viendo.*

Un técnico del centro realiza las pruebas y explica al paciente lo siguiente: *Fran, te hemos hecho la paquimetría del grosor corneal y ahora te vamos a hacer la graduación, eh, para saber la graduación que llevas en tus gafas y de la que te tienes que operar.* La voz en off del concursante continúa: *Las gafas suponen un incordio, y las lentillas se está la mar de bien, son la mar de cómodas, lo malo: si te pasas el día entero fuera de casa, se te secan, te duelen los ojos, te duele la cabeza...* La escena continúa en la clínica, donde el concursante se dirige a la cámara: *Estoy súper ilusionado.* El técnico, mientras le gradúa la vista, le dice: *Vamos a la mesa y te explico ya todas las pruebas. Mira, date cuenta que tú lo que tienes es miopía y un poquito de astigmatismo. Ahora vas a esperar un poquito en la sala y en cinco o diez minutos te revisa el doctor Quevedo para mirarte el fondo de ojo.*

Ya en el despacho del doctor, el paciente recibe un diagnóstico: *Muy bien, Fran, pues en principio reúnes todos los requisitos necesarios para poder operarte; tienes bien el fondo de*

*ojo, la parte anterior, la córnea tiene el grosor necesario y no hay nada que contraindique la cirugía.*

La escena finaliza con un plano del concursante emborronado que se va aclarando: *¿Qué? No me veis, ¿no? ¿Y ahora sí? Pues así es como voy a quedarme yo después de la operación.* La duración total del reportaje es de 1' 44". En él aparecen de manera no predominante otras imágenes en las que se reproduce parcialmente el nombre y logo de la clínica. Las imágenes se acompañan con dos rótulos: *Tras meditarlo mucho, Fran ha decidido por fin operarse de la vista y La cirugía se realizará mediante un láser de alta precisión.*

Las menciones a la operación se reanudan más adelante en el plató, a las 21:48 horas, con la intervención en este caso de la nutricionista habitual en el programa. Comienza con el siguiente diálogo con el presentador:

- *Hemos hablado del oído, de componer, pero vamos ahora a otro sentido, que es la vista. Fran, un problema que lleva desde muy chico, teniendo.*
- *Sí, desde hace aproximadamente los 12 años o así, hasta los 28 años que tengo ahora.*
- *Y tienes tres dioptrías y media...*
- *Sí, creo que en un ojo era tres y en otro tres y media.*
- *Y has decidido que se acabó.*
- *Sí, llevo mucho tiempo queriendo hacerlo, y ahora digamos que al estar aquí tengo mayor excusa porque antes a lo mejor tenía las gafas el tiempo de trabajar, pero ahora, claro, salgo del trabajo, voy para el gimnasio, voy para grabar... entonces ya es el día entero con las lentillas puestas, te duele la cabeza, los ojos es que hasta te arden, o si no el coraje por ejemplo es cuando fui con Dani en la piscina con las lentillas quitadas, no veo lo que me dicen, o el ir a la playa lo mismo, tienes que ir sin lentillas... Entonces después tú sales del agua y dices: ¿mi sombrilla era esa o era aquella?*

A continuación se habla de la necesidad de cuidar la vista, para lo cual se da paso a la intervención de la especialista en endocrinología y nutrición, que al hablar de la intervención, con la ayuda de un globo ocular de plástico, explica lo siguiente: *Nosotros para ver bien tenemos, lo que vemos con el ojo pasa por aquí por una lente, que si yo quito aquí esto tendríamos la lente en un segundo plano, ¿de acuerdo?, a través de la pupila nos pasa la luz, y la imagen se forma aquí, en la parte de atrás, que es la retina. ¿Qué es lo que pasa en los miopes? Que a ti la imagen se te hace un poquito antes; por eso no ves bien de lejos. Lo que van a hacer ahora con la cirugía es corregirte la inclinación de esta lente que tienes aquí.* Por último, se aconsejan hábitos nutricionales saludables para la vista. La secuencia va acompañada del rótulo *Para Fran las gafas y las lentillas siempre han supuesto un lastre.*

**4.** La queja presentada por ASACIR plantea dos cuestiones diferenciadas:

- La posible existencia de un caso de publicidad encubierta de la clínica TecnoLáser de Cádiz.
- La información parcial, sesgada e insuficiente sobre un asunto que afecta a la salud ocular en un programa de promoción de hábitos saludables.

### Publicidad encubierta

En el primer caso, hay que remitirse al artículo 2.31 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), que define la comunicación comercial encubierta como "la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas de televisión *distinta del emplazamiento del producto*, en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del prestador del servicio de comunicación audiovisual, un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación". Añade este precepto que "se considerará intencionada, en particular, si se hace a cambio de contraprestación a favor del prestador del servicio".

La RTVA en sus alegaciones afirma que el contenido denunciado no tiene categoría de promoción o patrocinio, sino que se trata de un emplazamiento de producto permitido por la LGCA, cuyo artículo 31 lo define como "toda forma de comunicación comercial audiovisual consistente en incluir, mostrar o referirse a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa". Por su parte el artículo 17 establece los requisitos que ha de reunir el emplazamiento de producto, disponiendo que:

"1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a realizar a cambio de contraprestación emplazamiento de productos en largometrajes, cortometrajes, documentales, películas y series de televisión, programas deportivos y programas de entretenimiento.

En los casos en que no se produzca pago alguno, sino únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, tales como ayudas materiales a la producción o premios, con miras a su inclusión en un programa, únicamente constituirá emplazamiento de producto y por tanto estará permitido, siempre que estos bienes o servicios tengan un valor significativo.

2. Cuando el programa haya sido producido o encargado por el prestador del servicio o una de sus filiales, el público debe ser claramente informado del emplazamiento del producto al principio y al final del programa, y cuando se reanude tras una pausa publicitaria.

3. El emplazamiento no puede condicionar la responsabilidad ni la independencia editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual. Tampoco puede incitar directamente la compra o arrendamientos de bienes o servicios, realizar promociones concretas de éstos o dar prominencia indebida al producto.

4. Queda prohibido el emplazamiento de producto en la programación infantil."

A este respecto y, ante la dificultad que en algunos casos entraña el discernir los supuestos de publicidad encubierta, el CAA adoptó, con fecha 20 de mayo de 2015, unos

criterios y recomendaciones donde se recogen algunos indicadores a fin de facilitar la identificación y, evitar en consecuencia, la emisión de este tipo de comunicación comercial<sup>1</sup>

Para analizar el emplazamiento de producto (en este caso, de los servicios que presta la clínica Tecnoláser) hay que tener en cuenta en primer lugar el tipo de programa en el que se inserta. Aunque su intención final es promover hábitos saludables entre la población, por su tono y formato de concurso, *La Bascula* es un espacio calificable como de entretenimiento, por lo que puede ser objeto de emplazamiento de producto.

En segundo término, el público debe ser claramente informado del emplazamiento del producto al principio y al final del programa, y cuando se reanude tras una pausa publicitaria, requisito que se cumple en el programa analizado.

El emplazamiento de producto no puede condicionar la responsabilidad ni la independencia editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual, es decir, no debe influir en el contenido o en el guión de los programas. Sin embargo, se advierte que el programa –centrado en la promoción de hábitos saludables- dedica parte de su contenido a la información sobre la cirugía refractiva, de la que si bien no se hace elogio, sí es presentada bajo una forma positiva dentro de la narrativa del programa, esto es, la superación de los problemas de los concursantes y los pasos adelante en su mejora de la calidad de vida. Así, respecto a la regla de independencia o justificación editorial, se exige que la presentación de un producto en un determinado programa encaje de forma natural en su contenido editorial, lo cual es cuestionable en este caso.

Además, el emplazamiento de producto no puede incitar directamente la compra o arrendamientos de bienes o servicios, o realizar promociones concretas de éstos, por ejemplo, mediante menciones verbales o visuales a las posibles virtudes, méritos u otras características del producto o servicio. Esto no sucede en el programa, pues en ningún momento se menciona verbalmente la clínica, ni se incita directamente a la contratación de sus servicios.

Finalmente, el emplazamiento no puede dar prominencia indebida al producto, servicio o marca, ya sea por su presencia recurrente o por la manera en que se presentan o destacan. Siendo descartables los planos de corta duración donde no se aprecia prominencia de la marca (porque están de fondo, cortados y son efímeros), el Área de contenidos tampoco considera que los cuatro segundos en los que se enfoca de frente la entrada de la clínica, con visión clara de su nombre, constituyan un caso de prominencia indebida.

Por todo lo expuesto, se concluye que no procede la consideración de publicidad encubierta de la empresa Tecnoláser, puesto que se trató de un emplazamiento publicitario

---

<sup>1</sup>  
[http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1506/criterios\\_y\\_recomendaciones\\_publicidad\\_encubierta\\_pleno\\_150520.pdf](http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1506/criterios_y_recomendaciones_publicidad_encubierta_pleno_150520.pdf)

que cumplió los requisitos necesarios para su emisión: tipo de programa permitido (entretenimiento), advertencia en pantalla al inicio, final y cada pausa publicitaria, ausencia de incitación directa a la compra o contratación de servicios, y no prominencia indebida del producto.

### Información parcial, sesgada e insuficiente

ASACIR considera que la información que el programa ofreció sobre la cirugía refractiva fue sesgada y falta de veracidad, ya que no se mencionó ni un solo riesgo de dicha operación, se banalizó el procedimiento quirúrgico y se generó confusión a la audiencia en un espacio donde supuestamente se promueven hábitos saludables.

Analizado el contenido, se advierte que no se encuentran elogios directos sobre beneficios de la operación por parte del programa, aunque sí por parte del concursante que va a someterse a la intervención (*quiero saber qué se siente al despertarse viendo*). Por otro lado, el uso de gafas y lentillas se presenta reiteradamente como incómodo y mejorable (*El lastre de las gafas y las lentillas... Las gafas suponen un incordio, y las lentillas (...) si te pasas el día entero fuera de casa, se te secan, te duelen los ojos, te duele la cabeza... ya es el día entero con las lentillas puestas, te duele la cabeza, los ojos es que hasta te arden*), argumento que recoge el prestador en los rótulos del programa, que presentan la operación como un avance (*Tras meditarlo mucho, Fran ha decidido **por fin** operarse de la vista... Para Fran las gafas y las lentillas siempre han supuesto un lastre*). Esta presentación positiva se enmarca en la descripción de la vida cotidiana de los concursantes en un camino de superación y mejora de la calidad de vida, lo que incluye asuntos diversos como vida social, hábitos nutricionales y deportivos y otros hábitos saludables. La mención a la cirugía refractiva (que nada tiene que ver con el objetivo último del programa: la pérdida de peso) se enmarca en este contexto de mejora. Por ejemplo, el plano emborronado que se va aclarando gracias a la virtual operación (*¿Qué? No me veis, ¿no? ¿Y ahora sí? Pues así es como voy a quedarme yo después de la operación*) representa esta mejoría de una manera muy directa y visual.

En cuanto a la información que ofrece la *doctora* en plató al afirmar *Lo que van a hacer ahora con la cirugía es corregirte la inclinación de esta lente que tienes aquí* resulta simplificadora y poco rigurosa, porque, en efecto, lo que el láser realiza no es una corrección de la inclinación, sino un corte en la córnea. Precisamente es la pérdida de grosor de la córnea lo que ocasiona los efectos secundarios y contraindicaciones más frecuentes, que ni siquiera se mencionan en el programa.

A este respecto, la Dirección Comercial de la RTVA reconoce en sus alegaciones que, aunque esto no lo convierta en una acción comercial, *el reportaje pudiera ser considerado*

*incompleto, pudiera estar banalizando a fuerza de no alertar de los riesgos de este tipo de intervenciones.*

Asimismo, el Defensor del Espectador de la RTVA ha expresado al respecto<sup>2</sup> que, aunque en ningún momento se habla de las bondades de esta intervención, y la doctora simplemente advierte a los espectadores de la necesidad de cuidar de la salud de nuestros ojos, se debió resaltar de manera clara que tratándose de una intervención quirúrgica voluntaria, sí tiene una serie de riesgos que es necesario que el usuario conozca que debieron plantearse en el programa.

Teniendo en cuenta lo anterior, a propuesta de la Comisión de Contenidos, 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 del 11 de abril de 2018, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA.-** Del análisis realizado por el Consejo sobre el programa *La Báscula* se concluye que no procede la consideración de publicidad encubierta de la empresa TecnoLáser, puesto que se trató de un emplazamiento publicitario que cumplió los requisitos necesarios para su emisión: tipo de programa permitido (entretenimiento), advertencia en pantalla al inicio, final y cada pausa publicitaria, ausencia de incitación directa a la compra o contratación de servicios, y no prominencia indebida del producto.

No obstante, respecto a la regla de independencia o justificación editorial del emplazamiento de producto, se exige que su presentación en un determinado programa encaje de forma natural en su contenido editorial, lo cual es cuestionable en el mencionado programa –centrado en la promoción de hábitos saludables para perder peso-, ya que se dedicó parte de su contenido a la información sobre la cirugía refractiva.

El Consejo advierte a la RTVA que todos los emplazamientos publicitarios han de cumplir los requisitos establecidos en la legislación, incluido el adecuado encaje del producto en el contenido editorial del programa, con el fin de evitar la difusión de contenidos publicitarios de naturaleza confusa o poco definida para el espectador.

**SEGUNDA.-** Respecto a la denuncia de información parcial, sesgada e insuficiente sobre la cirugía refractiva y sus consecuencias, el análisis realizado determina que, aunque no se ofrecieron elogios directos sobre esta intervención, su presentación se hizo en un contexto de superación y mejora de la calidad de vida, así como que la explicación que dio la doctora en

---

<sup>2</sup> [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=122&v=j71-SaWTiU8](https://www.youtube.com/watch?time_continue=122&v=j71-SaWTiU8)



plató sobre su procedimiento (*corregir la inclinación de la córnea*) es simplificadora e incompleta, al no mencionar los efectos secundarios y contraindicaciones más frecuentes.

El mismo prestador ha admitido que *el reportaje pudiera ser considerado incompleto, pudiera estar banalizando a fuerza de no alertar de los riesgos de este tipo de intervenciones*, y que se debió resaltar de manera clara que, tratándose de una intervención quirúrgica voluntaria, tiene una serie de riesgos que debieron plantearse en el programa.

El Consejo recuerda a la RTVA que debe ser extremadamente cauto en la difusión de informaciones referidas a cuestiones que afectan a la salud de la audiencia, ofreciendo todas las perspectivas posibles de cada tema e instando en todo caso a remitirse a la opinión de los especialistas.

**TERCERA.-** Notificar esta resolución a la RTVA y a ASACIR, asociación que interpuso la queja.

Sevilla, 11 de abril de 2018  
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA  
EMELINA FERNÁNDEZ SORIANO