

## **Informe y propuestas del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre la regulación de los programas relacionados con el esoterismo y las paraciencias**

- 1. La emisión de contenidos relacionados con el esoterismo y las paraciencias en el panorama audiovisual.**
  - 2. Regulación en España. Protección de los menores frente a estos contenidos; protección de los ciudadanos y consumidores, especialmente de colectivos vulnerables frente a los contenidos**
  - 3. Perspectiva comparada. Conceptualización de los programas como comunicaciones comerciales -televenta-**
  - 4. Conclusiones y propuestas de intervención del CAA**
- 

### **1. La emisión de contenidos relacionados con el esoterismo y las paraciencias en el panorama audiovisual**

En el contexto audiovisual español vienen proliferando desde hace años múltiples espacios cuyo contenido se basa en la oferta de servicios de adivinación del futuro mediante diferentes técnicas (como el tarot) o la intercesión ante las personas fallecidas o figuras de carácter divino. A través de estas técnicas de índole paranormal u ocultista se responde a todo tipo de cuestiones, sobre todo a los problemas de salud, de trabajo y amor que plantean los espectadores, recomendándose con frecuencia la práctica de sortilegios para tratar enfermedades o transmitiendo consejos supuestamente procedentes de familiares fallecidos. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha alertado en diferentes informes y decisiones de la proliferación de estas consultas de videncia y tarotismo tanto en la televisión como en la radio, especialmente de ámbito local. La preocupación surge no solo por el perjuicio que estos contenidos pueden originar en el desarrollo de los menores de edad, sino también por su incidencia sobre colectivos que, por circunstancias sociales y/o personales, son especialmente vulnerables a la explotación de su credulidad con fines económicos.

Por ello, y tras varias quejas ciudadanas recibidas en la institución que alertaban sobre estas emisiones, el CAA elaboró y aprobó la *Ponencia sobre programas de videncia, cartomancia y quiromancia en la televisión* (Informe 13/2009). En ese momento aún no se había aprobado la Ley 7/2010, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), pero consideramos que el informe, también ahora, es sumamente interesante por la fidedigna y exhaustiva descripción que realiza sobre la emisión de estos contenidos en Andalucía, situación que era extensible al conjunto del Estado español. En esta preocupación sobre la emisión de contenidos esotéricos coincidían también el CAC y el COAN, así como diferentes asociaciones de usuarios como la AUC y la Unión de Consumidores de Andalucía, que elaboró un informe específico denunciando la existencia de fraude y engaño en una buena parte de ese tipo de servicios. La UCA reclamaba una mayor regulación por parte de la Administración del uso de teléfonos de tarificación adicional al

tiempo que advertía de los posibles fraudes de este tipo de servicios y señalaba el gran número de operadores que los ofrecían, algunos de ellos como programación ininterrumpida durante más de doce horas al día.

El informe del CAA se basó en dos estudios empíricos que permitieron conocer el número de operadores que emitían videncia, horario y duración de la de emisión, elementos comunes de su formato, tiempo de programación dedicado a estas emisiones y características de los espacios. De todo ello se concluía que los programas de videncia y quiromancia en los formatos analizados *representan una verdadera oferta de un servicio directo a la audiencia, o bien en falso directo. En ello han de diferenciarse de los espacios de entretenimiento o información incluidos en otros programas. Las emisiones de videncia se presentan con pantalla dividida en la que se insertan otros servicios habitualmente de contactos sexuales u otros contenidos publicitarios. El servicio de videncia se realiza mediante la utilización de teléfonos de tarificación adicional o el envío SMS Premium, cuyas condiciones de uso, en cuanto al precio, son ilegibles en la mayoría de los casos, sin que se advierta en ningún caso la limitación de edad para su acceso.*

En cuanto a la incidencia en el panorama audiovisual de estas emisiones se constató que en torno al 30% de las emisiones captadas por los diferentes rastreos del CAA respondían a videncia y quiromancia. De los programas captados, 47, se emitían en horario de protección infantil ya que en un número significativo de operadores rastreados (17) basaban la práctica totalidad de su programación en este tipo de espacios.

Así mismo, se comprobó que las emisiones de videncia se concentraban en operadores carentes de título habilitante, algunos emitiendo sin identificación alguna y muchos cambiando a menudo las frecuencias y emitiendo por cualquier canal del rango de frecuencias, sin respetar las asignadas a los operadores locales, lo que complicaba su seguimiento.

Como consecuencia de ello el CAA concluía ya en el año 2009 que, a la vista de la naturaleza de estos programas y atendiendo a la puesta a disposición de los telespectadores de ofertas de servicios asociadas al uso de teléfonos de tarificación adicional, el Consejo *considera que los "programas" de adivinación y videncia deben ser calificados de televenta y sujetarse, en consecuencia, a las normas reguladoras de la publicidad y la televenta. Las consultas directas no forman parte de la programación, como si lo serían las entrevistas o los concursos, de tal manera que responden a un servicio estrictamente publicitario y como tal debe ser regulado*<sup>1</sup>.

Pues bien, el paso del tiempo y las modificaciones legales introducidas en el ámbito audiovisual en nada parece haber afectado a la realidad descrita. En efecto, se esperaba que la regulación de los teléfonos de tarificación adicional, la ordenación del espacio

---

<sup>1</sup> <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/informes/2009/02/informe-132009-ponencia-sobre-programas-de-videncia-cartomancia>. Véase el informe 13/2009 completo.

radioeléctrico derivada de la implantación de la TDT y la entrada en vigor de la Ley General de Comunicación Audiovisual contribuirían a la mejora no sólo de la cantidad sino también de la calidad de los contenidos televisivos, acorde con las exigencias y límites planteados en el ordenamiento jurídico y, en particular, en los pliegos de los concursos por los que se otorgaron las licencias de explotación de los canales locales y autonómicos.

La realidad difiere de lo que cabría esperar. La planificación del espacio radioeléctrico pretendía responder a un desarrollo espectacular y creciente, sin parangón en Europa, del sector televisivo que se ha demostrado inviable al menos en el actual contexto de crisis económica. No sólo no se ha cubierto la oferta de canales públicos y privados sino que el recorte de gastos en las empresas del sector condiciona la parrilla televisiva, como pone de manifiesto el informe que sobre los contenidos emitidos por las televisiones de Andalucía publica periódicamente el CAA, donde queda patente que la programación de muchas de las televisiones locales y autonómicas privadas no se ajustan a las condiciones del otorgamiento de licencias convenidas con la Administración<sup>2</sup>. Es un problema generalizado en el país, que se evidencia sobre todo en las Comunidades que, como Andalucía, disponen de autoridades audiovisuales independientes siguiendo los contenidos televisivos y aplicando la legislación.

En consecuencia, lejos de descender, las consultas de tarot y videncia se han convertido en una importante fuente de ingresos en buena parte el sector audiovisual e inundan la oferta televisiva. La situación se ha agravado debido a la irrupción de canales piratas que ocupan de manera ilícita las frecuencias libres con dos consecuencias directas:

- La competencia desleal a las empresas que, en un momento de crisis económica, están explotando sus licencias.
- La imposibilidad de que los organismos competentes puedan de facto evitar la emisión de contenidos restringidos o ilícitos.

Según datos de agosto de 2012, el Consejo Audiovisual de Andalucía capta, graba y analiza las emisiones de 67 televisiones con licencia y 64 ilegales, lo que refleja la magnitud del problema. Es en estas últimas, en las emisiones ilegales, donde con mayor intensidad prolifera la emisión de contenidos esotéricos y videncia, como se pone de manifiesto en el *Informe de canales TDT que emiten en múltiples no asignados* realizado por el CAA en agosto de este mismo año<sup>3</sup>. En el momento de realizarse el informe había un total de 62 canales en múltiple no asignados ocupados por prestadores sin licencia. De ellos, 47 (el 76%) se dedican fundamentalmente a la emisión de contenidos relacionados con el esoterismo y las paraciencias, sin respetar la prohibición legal de emisión entre las 7 y las 22 horas. La gran mayoría de estas emisiones de videncia son de

---

<sup>2</sup>[http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1206/informe\\_de\\_contenidos\\_2011.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1206/informe_de_contenidos_2011.pdf) Véase el Informe de contenidos emitidos por las televisiones andaluzas en el año 2011.

<sup>3</sup>[http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1209/informe\\_canales\\_multiples\\_no\\_asignados.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1209/informe_canales_multiples_no_asignados.pdf) (6 de septiembre de 2012)

Vit Channel, que ocupa 38 canales, lo que supone el 61% del total de canales de este informe y el 81% de los que emiten videncia. Por otra parte, servicios como los chats de contactos son ofrecidos por 13 de estos canales (21%), normalmente combinados con otros contenidos como la videncia.

Por otra parte y en el ámbito de sus competencias, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía acordó la Resolución del procedimiento sancionador 05/2011-S de 6 de junio de 2012, por emisión de programas con contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias, a través de varios múltiplex del ámbito de actuación del CAA, entre octubre de 2010 y septiembre de 2011, en horario de protección de menores<sup>4</sup>. Ello supuso la imposición a Channel Vit, S.L. de una multa de 132.500 €, como responsable de una infracción administrativa grave tipificada en el artículo 58.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA).

Pero la situación también se produce en canales autonómicos privados con licencia. En concreto, en Andalucía, durante el año 2011, el prestador privado Metropolitan TV dedicó el 41% de su programación anual a la emisión de videncia. El CAA ha debido incoar y resolver en 2012 un expediente sancionador sobre este operador por emisión de videncia en horario protegido, recayendo igualmente una sanción administrativa de acuerdo con la LGCA<sup>5</sup>.

Este estado de cosas y, en particular, la impunidad en la que actúan las televisiones carentes de título habilitante está impidiendo que el Consejo Audiovisual de Andalucía desarrolle plenamente sus funciones, especialmente el deber de salvaguardar los derechos de los menores de edad en relación con la difusión de contenidos que puedan perjudicar su desarrollo, así como la de proteger a los colectivos más vulnerables frente a estos contenidos. Hemos de señalar nuevamente que la situación descrita no se restringe al territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía, sino que afecta a todo el territorio nacional. Ciertamente, es en Andalucía y en Cataluña donde, por la existencia de autoridades reguladoras, se está actuando a pesar de las dificultades relatadas ejerciendo las diferentes potestades que tienen atribuidas los consejos audiovisuales<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Hay que indicar que, respecto de la titularidad de las emisiones, la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía ha impuesto dos sanciones a Channel Vit, S.L. por la emisión de señales de televisión local por ondas terrestres sin título administrativo habilitante.

<sup>5</sup> Con anterioridad, en el año 2011, ya se había incoado y resuelto el expediente sancionador 1/2011-S a Avista Televisión de Andalucía S.A. por la emisión de programas, en horario de protección, cuyo contenido está relacionado con el esoterismo y las paraciencias. Avista Televisión de Andalucía S.A. realizó un negocio jurídico de arrendamiento a Metropolitan tv, que continuó emitiendo los contenidos de videncia referidos. Véase: [http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/expedientesan/pdf/1112/01\\_2011.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/expedientesan/pdf/1112/01_2011.pdf)

<sup>6</sup> Así en el año 2007, el Consejo Audiovisual de Cataluña aprobó la *Instrucción general sobre protección de la infancia y la adolescencia, señalización orientativa y derecho a la información de las personas usuarias de los servicios de televisión*. Su artículo 12 se refiere expresamente a los programas con contenido esotérico, indicando que éstos deben ser calificados como no recomendados para menores de 18 años y respetar la

El CAA también decidió en el año 2011 ocuparse e intervenir en la emisión de estos contenidos en la radio, ya que la regulación prevista al respecto en la LGCA no hace distinciones entre radio y televisión<sup>7</sup>. Previamente se realizó una labor informativa en el sector de la radio, con el propósito de dar a conocer a los operadores las limitaciones horarias impuestas por la LGCA, en el contexto del perjuicio que los contenidos relacionados con el esoterismo y la paraciencia pueden tener en el desarrollo físico, mental y moral de los menores. Tras esta labor informativa y divulgativa, el CAA realizó el *Informe sobre emisión de contenidos esotéricos y de paraciencias en radio* (IC-AL 11/081), de 18 de octubre, y adoptó la *Decisión 18/2011 del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre emisión de contenidos esotéricos y de paraciencias en radio*. El informe se basa en el seguimiento a 216 frecuencias de FM, captadas y grabadas en el horario prescrito por la LGCA de prohibición de estos contenidos (de 7:00 a 22:00) analizándose 1.336 horas de emisiones radiofónicas. En él se constata que un 20% de las horas analizadas se corresponden a contenidos relacionados con las paraciencias y el esoterismo. Estas emisiones forman parte de la programación de cuatro cadenas, todas ellas sin licencia administrativa, captadas en distintas frecuencias de la Comunidad Autónoma de Andalucía y que se dedican casi íntegramente a ofrecer y publicitar consultas de videncia. En las emisoras de radio que disponen de los preceptivos títulos habilitantes no se detectaron contenidos esotéricos y de paraciencias.

Como consecuencia del informe, el CAA adoptó diferentes acuerdos, con la finalidad de que cada administración involucrada interviniera en el ámbito de sus competencias. Así, se solicitó a la SETSI la retirada inmediata de los números de tarificación adicional de rango 806, 902 y 118 publicitadas en las emisiones detectadas, por incumplir el Código de Conducta para la prestación de los Servicios de Tarificación

---

señalización y horario de emisión previstos para éstos en la Instrucción. Además, recoge que se entiende por *programas de contenido esotérico* aquellos en los que se ponen en práctica, entre otras, técnicas como la magia negra o la videncia. Por otra parte, igual que en Andalucía, ha ejercido su potestad sancionadora en relación con el programa Contigo d'Estil9, el mismo que emitía en Andalucía Metropolitan TV. Más recientemente, en junio de 2012, el CAC ha adoptado el *Acuerdo 85/2012, sobre la presencia de mensajes publicitarios en el programa Astro TV de la Sexta (Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA)*, en virtud del cual se acuerda poner en conocimiento de la SETSI los posibles incumplimientos del prestador de servicios en materia de tiempo de emisión de mensajes publicitarios por hora de reloj, instando las actuaciones oportunas. Este último acuerdo tiene importancia, ya que en estas emisiones se añade un posible incumplimiento más, consistente en la publicidad permanente sobreimpresionada de un número de teléfono con prefijo 902 asociado al mensaje "Pago con tarjeta", que no está directamente vinculado al contenido del programa, por lo que se considera mensaje publicitario, que al mantenerse fijo supera los 12 minutos por hora de reloj previstos en el artículo 14 de la LGCA.

<sup>7</sup> Es por ello que todas las consideraciones realizadas en este informe afectan por igual a las emisiones en radio.

Adicional, trasladándole la documentación que testimonia tales incumplimientos. Por otra parte, se solicitó a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía la adopción de las medidas correctoras necesarias por la ocupación, sin la preceptiva licencia administrativa, de las frecuencias radiofónicas detectadas.

Por su parte el CAA decidió abrir un período de información previa con objeto de identificar a la persona o personas que pudieran resultar responsables de las emisiones detectadas que emitían contenidos no adecuados para los menores. En junio de 2012, como consecuencia de lo anterior y tras el informe 12/22 en el que se confirma el cese de las emisiones en las frecuencias detectadas, el CAA adoptó *la Decisión 10/2012 sobre emisión de contenidos esotéricos y de paraciencias en emisoras de radio sin licencia administrativa* donde se acuerda archivar el período de información previa abierto *teniendo en cuenta que han cesado las emisiones que motivaron el expediente y que la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía ha procedido, en el ámbito de sus competencias, a la incoación de expedientes sancionadores*. Así mismo se indica en la decisión la notificación al CAA por parte de la SETSI el 30 de marzo de 2012 de la *apertura de diligencias sobre el uso de teléfonos de tarificación adicional* respecto a los operadores afectados<sup>8</sup>.

En lo que hace referencia a la percepción ciudadana sobre este tipo de contenidos, el CAA a través del Barómetro Audiovisual de Andalucía (BAA), realizado anualmente, se ha preocupado por la opinión de los andaluces sobre los programas de videncia y quiromancia. Las respuestas emitidas por los andaluces no dejan lugar a dudas sobre su preocupación por la emisión de estos programas que los consideran como un engaño y un peligro para la infancia. La inmensa mayoría de las personas entrevistadas, en porcentajes que van desde el 80% al 92%, están de acuerdo con las siguientes opiniones: es un negocio para las televisiones (92.4%); hay que hacer leyes que regulen este tipo de programas (89.1%); son un engaño (89.4%); tienen una influencia negativa en la infancia (79.4%). A la afirmación de que los programas informan correctamente del coste de este servicio el 66.3% de los andaluces están en desacuerdo, y sólo un 21.4% de acuerdo (BAA, 2009).

Nuevamente, en el BAA de 2011 se ha preguntado por los programas de videncia, tarot y esoterismo. Las respuestas espontáneas del 77,4% de la población son negativas, los valoran sobre todo como timos, estafas o engaños, o no les gustan nada. Sólo un 3% dice tener opiniones favorables respecto a ellos: no les parecen mal, les gustan, y un 13,1% presenta valoraciones que podríamos considerar "neutras": les son indiferentes, podrían emitirse en horario adecuado.

Finalmente, y por lo que se refiere a la percepción y preocupación de la ciudadanía por estos contenidos hay que decir que el CAA ha recibido y tramitado 19 quejas en la

---

<sup>8</sup>[http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/decision/pdf/1206/decision\\_10\\_2012\\_emision\\_es\\_paraciencias\\_en\\_radio\\_sin\\_licencia\\_120620.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/decision/pdf/1206/decision_10_2012_emision_es_paraciencias_en_radio_sin_licencia_120620.pdf)



Oficina de defensa de la Audiencia, entre 2010 y 2012, sobre emisión de contenidos de tarot y paraciencias en horario no permitido y referidas tanto a radio como a televisión<sup>9</sup>. Todas estas quejas se vinculan directamente con la protección de menores, pues se refieren a emisiones en horario no permitido. No obstante, siete quejas se refieren explícitamente a estos contenidos considerando *que pueden perjudicar, por sus propias características, a los menores de edad*. Estas quejas dieron lugar a 16 expedientes, de los cuales 9 fueron admitidos como alertas (ya que, por su carácter anónimo, fueron asimiladas a expedientes ya abiertos en el CAA a través de su propio sistema de seguimiento de medios), 3 fueron canalizados a otros organismos (a la SETSI en el caso de una queja sobre Telecinco y a la DGCS por tratarse de emisoras sin licencia) y los 4 restantes se acordaron las correspondientes resoluciones en las que se requería el cese de dichas emisiones al operador responsable y se instaba, en su caso, la actuación de la SETSI o de la Dirección General de Comunicación Social<sup>10</sup>.

## 2. Regulación en España. Protección de los menores frente a estos contenidos; protección de los ciudadanos y consumidores, especialmente de colectivos vulnerables frente a los contenidos

La emisión de programas relacionados con el esoterismo y las paraciencias está regulada en la Ley General de Comunicación Audiovisual, en su artículo 7, dedicado a la protección de los menores con el siguiente tenor:

*Los programas dedicados a juegos de azar y apuestas, sólo pueden emitirse entre la 1 y las 5 de la mañana. Aquellos con **contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias, solo podrán emitirse entre las 22 horas y las 7 de la mañana**. En todo caso, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tendrán responsabilidad subsidiaria sobre los fraudes que se puedan producir a través de estos programas.*

La inclusión de este apartado en el artículo 7 da lugar a las siguientes consecuencias y consideraciones:

- a. Se regulan por primera vez en el contexto nacional estos contenidos como contenidos perjudiciales para los menores y, por tanto, con restricción horaria para su emisión (de 22 a 7 horas). A este respecto, hay que señalar que la Ley 25/1994 no contenía previsión específica al respecto en sus artículos dedicados a la protección de los menores frente a la publicidad y la televenta (artículo 16) y frente a la programación (artículo 17).

<sup>9</sup> Quejas por año: 2010: 5; 2011: 9; 2012: 5

<sup>10</sup> En concreto véase la Resolución 2/2012 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación a la emisión de anuncios de videncia y contactos en la radio municipal de Bornos.  
[http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/resolucion/pdf/1202/resolucion\\_2\\_2012.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/resolucion/pdf/1202/resolucion_2_2012.pdf)

- b. Sin embargo, cabía entender una prohibición general como publicidad ilícita según lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 25/1994, cuando determina que (...) *Igualmente, son ilícitas la publicidad y la televenta que inciten a la violencia o a comportamientos antisociales, **que apelen al miedo o a la superstición** (...)*
- c. Por su parte, el *Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia* firmado por los operadores en 2004 de acuerdo con el gobierno de la nación, recoge entre sus principios *Evitar las demostraciones de ciencias ocultas o de culto a las sectas, sin finalidad educativa o pedagógica para alertar a los menores* (II 1. J). Aunque el documento no menciona este tipo de programas en el desarrollo de su articulado sí se hace referencia a la necesidad de garantizar el control parental de ciertos programas y por tanto reforzar el horario de protección para contenidos que no sean inequívocamente aptos para todos los públicos.
- d. De lo anterior se colige, como se verá en las conclusiones, que la regulación de estos contenidos es poco afortunada en la LGCA, tanto por la por la ubicación de la regulación como por la consideración que se hace de la naturaleza de los contenidos. Aún más, entendemos que ha de establecerse una clara diferencia entre los programas a los que se refiere el artículo 7 y los programas de televenta dedicados a esoterismo y paraciencias, con la consiguiente regulación expresa y exhaustiva de estos últimos.
- e. La regulación de estos contenidos en el artículo 7 de la LGCA implica que se parte de considerar el esoterismo y las paraciencias como contenidos perjudiciales solo para los menores, lo que supone dejar desprotegidos a otros sectores especialmente vulnerables y a los consumidores en general. Sin embargo, si se trata de proteger a los menores estableciendo para ello restricciones horarias en su difusión con la finalidad de impedir o dificultar que niños y niñas accedan a contenidos que puedan resultar perjudiciales para su desarrollo físico, mental o moral, surge una pregunta clara: ¿Por qué no se ha limitado el horario, entre las 22 y las 6 horas, igual que el resto de contenidos clasificados como no recomendados para menores de 18 años?
- f. En cuanto a la naturaleza de los contenidos, la LGCA se limita a considerar sólo los programas, tal y como se desprende de la literalidad de la redacción: *Aquellos (programas) con **contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias**..* Además, es después de este párrafo del artículo 7.2 cuando se aborda lo relativo a *las comunicaciones comerciales que promuevan el culto al cuerpo ...*, continuando con los apartados 7.3 y 7.4 que regulan otros aspectos de las comunicaciones comerciales.



Desde el punto de vista del CAA, sostenemos, tal y como ocurre en la mayoría de los países del contexto europeo, que hay otros contenidos que han de ser considerados como *televenta*. En este sentido, consideramos que se ha producido un retroceso respecto a la regulación anterior que consideraba ilícita la publicidad y la televenta que apelara a la superstición (artículo 8 de la Ley 25/1994). La misma posición es la que sostuvo la AUC con ocasión de su pronunciamiento tras la aprobación de la LGCA, indicando que *hubiera sido preferible mantener la prohibición recogida en la Ley 25/2004 de la publicidad televisiva que incite al miedo o a la superstición, y haber prohibido en consecuencia estos programas* (AUC, mayo de 2010). También el *Informe del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre el Proyecto de Ley general de comunicación audiovisual*, remitido al Congreso de los Diputados y al Senado el 30 de diciembre de 2009, se refería a esta cuestión, indicando expresamente que el CAA *considera que es imprescindible la regulación de los programas y la publicidad relativa a servicios de videncia, cartomancia y quiromancia en la televisión, tal y como hemos puesto de manifiesto en la Ponencia sobre programas de videncia, cartomancia y quiromancia en la televisión*. Hay que hacer notar que ya entonces nos referíamos a “publicidad relativa a servicios de videncia y quiromancia”, en clara diferencia a los programas con estos contenidos.

Ateniéndonos estrictamente a la consideración que la LGCA realiza de los “programas con contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias” es obvio que, por la definición que la ley da a “programas audiovisuales”<sup>11</sup>, el panorama audiovisual español ofrece escasos ejemplos de este tipo de programas relacionados con fenómenos paranormales (Íker Jiménez *Cuarto Milenio* (LA CUATRO) o el de la supuesta vidente Anne Germain, *Más Allá de la Vida* (TELECINCO), cuya última emisión se produjo en agosto de 2012.

En función de ello, el CAA considera que quedan fuera de esta regulación los espacios a los que nos estamos refiriendo, basados en consultas de videncia, cartomancia y tarotismo, donde se responde sobre todo a los problemas de salud, de trabajo y amor que plantean los espectadores, recomendando con frecuencia la práctica de sortilegios para tratar enfermedades o transmitiendo consejos supuestamente procedentes de familiares fallecidos. Estos programas, tal y como se ha descrito tanto en los informes del CAA, como en los expedientes sancionadores incoados a operadores por emitirlos en horario protegido, ofrecen un servicio directo a los espectadores mediante contraprestación, y a través generalmente de números de teléfono de tarificación

---

<sup>11</sup> Artículo 2.6 Programas Audiovisuales. a) Programa de Televisión: *conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o de un catálogo de programas. En todo caso son programas de televisión: los largometrajes, las manifestaciones deportivas, las series, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos, culturales o de cualquier otro tipo.* b) Programa de radio: *Conjunto de contenidos sonoros que forma un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o un catálogo de programas.*

adicional. Ello sustenta nuestra posición de que se trata de "televenta" o, si se quiere, "programas de televenta" en los que se produce una *"comunicación audiovisual televisiva de ofertas directas al público con miras al suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones"* (artículo 2.26).

A este respecto, es importante recordar que el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas (TJCE) tuvo la oportunidad de pronunciarse, a través de la Sentencia de 28 de octubre de 2007, asunto C-195/06, caso "kommunikationsbehörde Austria" (KommAustria) contra "Österreichischer Rundfunk" (ORF), sobre la calificación de televenta de los programas en los cuales se pone a disposición del público un servicio al que se accede a través de llamadas a números de tarificación adicional, en concreto respecto de los denominados Call TV. En esta sentencia se fija una doctrina interpretativa de la norma comunitaria, que resulta de obligada aplicación para los tribunales de todos los Estados miembros, siendo por extensión aplicable a las autoridades de regulación de la comunicación audiovisual<sup>12</sup>. Fundamentalmente, el TJCE considera que el telespectador "acepta una oferta" de unos "servicios puestos a disposición" siendo los criterios que el Tribunal maneja para su calificación como televenta, la finalidad primordial de la emisión y la importancia de la actividad en la misma, así como los rendimientos económicos que se esperan. Es decir, que constituya una verdadera actividad autónoma de prestación de servicios y no un mero pasatiempo dentro de la emisión. La concurrencia de los requisitos y criterios establecidos por el TJCE determinarían, de la forma apuntada, la consideración como televenta de los programas descritos a través de los cuales se ofrecen servicios esotéricos, con la subsiguiente aplicación de las reglas normativas aplicables a la televenta.

Siendo esto así, estos programas de televenta estarían sujetos a las previsiones que la Directiva comunitaria y la LGCA establece para estas comunicaciones comerciales, tales como tener una duración ininterrumpida mínima de 15 minutos, ser fácilmente identificables como publicidad televisiva y televenta, estar claramente diferenciados de los programas mediante mecanismos acústicos y ópticos, etcétera.

Además, y posiblemente esto es lo más relevante, han de respetar la normativa reguladora de la publicidad que, a estos efectos, tiene particular importancia por las consecuencias que la regulación tanto comunitaria como nacional tendría sobre la oferta de este tipo de servicios y productos. En efecto, si se acepta que lo que contienen este tipo de programas son comunicaciones comerciales en las que se oferta un producto o servicio determinado mediante una contraprestación económica determinada o

---

<sup>12</sup> Hay que tener presente que a pesar de que se ha aprobado una nueva directiva de servicios audiovisuales la definición de televenta permanece invariable: 1) «*televenta*»: *la radiodifusión televisiva de ofertas directas al público con miras al suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones, a cambio de una remuneración*. Esto significa que, aún con los cambios legales operados en el ámbito comunitario y en el nacional, el concepto de televenta sigue siendo el mismo que la Sentencia del TJCE interpretó en esta sentencia, por lo que mantiene su vigencia

determinable, hay que aceptar que le es de aplicación la Directiva Europea 2005/29/CE, sobre prácticas comerciales desleales y la 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa, que dieron lugar en España a la Ley 29/2009, de 30 de diciembre y ocasionaron la modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, la Ley General de Publicidad, la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios y la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

Según esta normativa, la propia naturaleza de los programas de televenta relativos a contenidos esotéricos y paranormales, que ofrecen de manera directa servicios de adivinación, e, independientemente de su hora de emisión, incurrirían en un supuesto de publicidad ilícita en tanto que son comunicaciones comerciales engañosas por la falsedad y confusión de lo ofrecido. En efecto, la Ley General de Publicidad considera ilícita *la publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal* (artículo 3.e). Ésta, en su artículo 5.1 dispone que *se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos*<sup>13</sup> (...)

De acuerdo con lo anterior, podemos colegir que los programas de televenta que ofrecen un servicio directo a los espectadores de esoterismo, adivinación y paraciencias, mediante contraprestación económica constituyen en la actualidad una práctica comercial desleal por engañosa y por tanto ilícita<sup>14</sup>. Además, se ha de tener en cuenta la incidencia

---

<sup>13</sup> Con las modificaciones introducidas por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios. Entre los aspectos señalados son especialmente relevantes en el caso que nos ocupa los siguientes: a. *La existencia o la naturaleza del bien o servicio; b. Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio; (...)* h. *Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr.*

<sup>14</sup> La Directiva europea sobre prácticas comerciales desleales, se dirige hacia aquellos comerciantes que realicen "afirmaciones falsas" sobre los efectos de un producto y así todo comerciante que haga afirmaciones sobre los efectos de su producto, tendrá que estar en condiciones de demostrarlo, cualquiera que sea el país comunitario en el que opere. Se produce una inversión de la carga de la prueba, recayendo sobre el comerciante la obligación de probar la autenticidad del servicio o producto que comercializa y en consecuencia las acciones dirigidas contra los mismos podrían prosperar con más facilidad que antes de dicha modificación. Igualmente la Directiva entiende que no es necesario probar que se ha cometido pérdida económica, basta el simple engaño.

que estas prácticas tiene sobre colectivos especialmente vulnerables (enfermos, dolientes, personas con dificultades económicas...) y el riesgo que supone el reclamo permanente del uso de teléfonos con tarificación alta y la posible explotación de la buena fe y la falta de criterio formado. De ahí la necesidad de una clara regulación y o prohibición de estos servicios que, como se ha visto, en nuestro país son una práctica generalizada por parte de múltiples operadores, la mayoría de ellos en situación ilegal.

Finalmente, hemos de hacer referencia a que la mayoría de estos servicios se ofrecen a través de números de teléfono de tarificación adicional, lo que nos lleva a revisar que previsiones se establecen al respecto. En primer lugar debe tenerse en cuenta las prescripciones del *Código de conducta para la prestación de los Servicios de Tarificación Adicional*, aprobado por Resolución de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, de 15 septiembre 2004, modificada posteriormente por Resolución de 8 de julio de 2009. Esta última modificación no afecta, en esencia, a lo regulado, en el apartado 5, referido a las normas de aplicación al contenido de los servicios de la Resolución de 2004, por lo que continúan vigentes las normas que deben cumplir los servicios que se presten bajo los códigos de acceso telefónico 806, reservados para prestar servicios de ocio y entretenimiento. En particular la relativa a que en su configuración, a efectos de información a los potenciales usuarios, en todo soporte publicitario debería realizarse una recomendación relativa a la edad de los destinatarios a los cuales se destina el servicio. Así mismo se indica que en aquellos supuestos en los que el contenido del servicio de ocio o entretenimiento se destine a personas mayores de 18 años, se indicará de forma expresa de dicha circunstancia en el menú de inicio, conteniendo la frase completa "mayores de 18 años" y atender a los criterios publicitarios indicados para los servicios exclusivos para adultos, recogidos en este Código de Conducta. Ello significa que publicidad de estos servicios sólo podrá realizarse en televisión o radio entre las 24 horas y las 7 horas del día siguiente. Por otra parte, hay que señalar que en tanto la Resolución de 2004 contenía en el anexo nº 1 relativo a la Clasificación de los Servicios de Tarificación Adicional una descripción de los contenidos incluidos<sup>15</sup>, este anexo ha sido modificado por la Resolución de 2009, que únicamente incluye la referencia a que el código 806 está destinado a servicios de ocio y entretenimiento.

Por otra parte, hay que señalar estos servicios también están previstos en el *código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes*<sup>16</sup>. El anexo de dicho código los encuadra como servicios de ocio y

---

<sup>15</sup> Por servicios de ocio y de entretenimiento se entenderán todos aquellos servicios que tienen por objeto, entre otros, la diversión; la distracción; el pasatiempo; el juego y el azar, entendiéndose por ello los concursos y los sorteos, que legalmente se puedan ofrecer bajo este sistema; y los servicios de contenido esotérico, astrológico, de adivinación, cartomancia y/o predicción del futuro por otros medios.

<sup>16</sup> Resolución de 8 de julio de 2009, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, modificada por la Resolución de 2 de julio de 2010, BOE nº 178, de 23/07/2010.

entretenimiento, incluyendo en este apartado *todos aquellos servicios que tienen por objeto, entre otros, la diversión; la distracción; el pasatiempo; el juego y el azar, entendiéndose por ello los concursos y los sorteos, que legalmente se puedan ofrecer bajo este sistema; y los servicios de contenido esotérico; astrológico, de adivinación, cartomancia y/o predicción del futuro por otros medios.* Ello implica que esta norma contempla la emisión de este tipo de comunicaciones comerciales en radio y televisión, aunque, cabe preguntarse si la misma naturaleza de estos servicios no contravienen de manera clara, y entendemos que sí, algunos de los principios generales establecidos en la *Normas de aplicación al contenido y condiciones de los servicios.* En concreto, entendemos que muchos de estos servicios atentan contra las prohibiciones siguientes: Llevar a conclusiones erróneas a consecuencia de su inexactitud, ambigüedad, exageración, omisión o similares; Inducir a un estado inaceptable de ansiedad o temor, o a aprovecharse o explotar el estado de necesidad económica, laboral o personal del usuario; Inducir o incitar a cualquier persona a involucrarse en prácticas peligrosas de riesgo, o que atenten contra la salud o el equilibrio psíquico; Explotar la confianza o atentar contra la intimidad de ninguna persona mentalmente discapacitada, desequilibrada o cualquier otra persona vulnerable, debiéndose tener en cuenta la especial protección que necesitan dichas personas.

Lo relevante a los efectos de nuestra posición es poner de manifiesto la falta de adecuación de lo regulado en la LGCA *-programas con contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias-* con lo regulado y definido en los códigos de conducta de tarificación adicional, tanto de acceso telefónico como los basados en el envío de mensajes *-servicios de contenido esotérico (...)*, lo cual, como se ha visto, tiene importantes consecuencias prácticas y legales.

La conclusión de este estado de cosas es que deliberadamente o no, la LGCA ha dejado en una suerte de limbo legal unas emisiones que a todas luces requieren una precisa regulación, tanto por los imperativos que se desprenden de la regulación audiovisual de ámbito comunitario, como por la naturaleza de los servicios ofrecidos y las consecuencias negativas que pueden tener sobre colectivos especialmente vulnerables. A esta falta de regulación específica y clara hay que añadir los efectos que la falta de intervención de algunas administraciones están causando, dando lugar a un panorama audiovisual donde proliferan los operadores, especialmente ilegales emitiendo este tipo de contenidos, incluso en horario protegido.

### 3. Perspectiva comparada. Conceptualización de los programas como comunicaciones comerciales -televenta-

Por lo que se refiere a la situación de otros países europeos, en su inmensa mayoría consideran este tipo de emisiones como comunicaciones comerciales y en consecuencia le son aplicables las normas reguladoras de dichas comunicaciones comerciales, llegándose incluso a su prohibición.

El caso más reciente ha sido el de la Comunidad Flamenca Belga, en la que conforme a una disposición que entró en vigor el pasado mes de agosto, dictada por el Act on Radio and Television Broadcasting se prohíbe la emisión de cualquier programa de televenta con contenido paranormal. Literalmente se dispone que *está prohibida la televenta de los medicamentos de uso humano que necesitan una licencia para su comercialización y la televenta referida a los tratamientos médicos para uso humano. Los programas de televenta de servicios que hacen uso de los medios paranormales están prohibidos. Este artículo también se aplica al teletexto*<sup>17</sup>.

En Grecia, la adaptación de su regulación audiovisual a la Directiva Europea ha dado lugar a la reforma del artículo dedicado a las comunicaciones comerciales incluyendo que éstas no deben explotar las creencias y supersticiones de las personas<sup>18</sup>. Con anterioridad la autoridad audiovisual griega había incidido no tanto en la calificación como contenidos no adecuados para los menores sino en el carácter comercial de este tipo de programas, de ahí su inclusión específica en el artículo relativo a comunicaciones comerciales. El riesgo tanto para los niños y niñas como para aquellos colectivos necesitados de mayor protección estribaría en el reclamo permanente del uso de teléfonos con tarificación alta y la posible explotación de la buena fe y la falta de criterio formado.

Por su parte, en el Reino Unido la autoridad reguladora británica (OFCOM, 2009) tras meses de un periodo de consulta pública emitió una decisión que califica este tipo de emisiones como de teletienda y las integra por tanto en el apartado de contenidos comerciales y publicitarios. Estos servicios, al igual que todos los demás basados en la publicidad están sujetos a las disposiciones del *Código BCAP: el Código de Publicidad de Reino Unido Broadcast*, pero también son responsabilidad de Ofcom, ya que la autoridad

<sup>17</sup> Introducido por la Ley de 13 de julio 2012. Artículo 84.

<sup>18</sup> Government gazette of the Hellenic Republic. First Volume, Issue No. 190. Article 10 (Article 9 Directive 2010/13)

#### Audiovisual commercial communications

1. Audiovisual commercial communications must: a) be readily recognisable as such. Surreptitious audiovisual commercial communications are prohibited. b) not use subliminal techniques. c) not offend human dignity. d) not include or promote discrimination based on gender, racial or ethnic origin, nationality, religion, beliefs, disability, age or sexual orientation. e) not encourage behaviour harmful to health or safety. f) not encourage behaviour clearly harmful to the environment. g) **not exploit people's beliefs and superstitions.**



audiovisual tiene la responsabilidad general como regulador de las normas de contenido en la radiodifusión en el Reino Unido.

Así, con ocasión de la publicación del documento *Guidance Notes. Issue Five: 16 December 2009. Protecting the under 18s*, incluyó la regla 1.27, dedicada al exorcismo, el ocultismo y lo paranormal. En este apartado se precisa la definición de diferentes conceptos como exorcismo, oculto, hechizos, tarot, paranormal, adivinación y astrología, y se establecen restricciones de emisión según los diferentes significados, en aras a la protección de los menores de dieciocho años.

Más recientemente, en diciembre de 2011, Ofcom ha dictado el documento *Guidance on Psychic television services predicated on premium rate telephony services*, que resulta especialmente relevante para el análisis comparado de la regulación de estos contenidos<sup>19</sup>. Expresamente se indica que *la guía es para ayudar a aquellos operadores que emiten contenido psíquico como publicidad, ya sea como programa de sus canales o en forma de televenta suministrado por otro - y, en particular, para resaltar la interpretación de Ofcom de las normas pertinentes del Código BCAP asociados con algunos problemas de cumplimiento recientes*.

La guía es emitida por Ofcom en el Código BCAP. Éste es elaborado y publicado por el Comité de Prácticas Publicitarias Broadcast Ltd ("BCAP") y es generalmente interpretada y aplicada por la Advertising Standards Authority (Broadcast) Ltd ("ASA"), que sigue siendo el órgano competente para la regulación de los anuncios publicitarios, venta a distancia tradicional, texto TV y anuncios de televisión interactiva.

En esta guía se insiste, en primer lugar, en algunas generalidades de la aplicación del código BCAP, indicando que uno de los principios generales del Código BCAP es que la publicidad no deberá inducir a error o causar ofensa seria o generalizada o causar daño, especialmente a los niños o las personas vulnerables. Los organismos de radiodifusión son responsables de garantizar que la publicidad que transmiten cumpla tanto el espíritu como la letra del Código BCAP<sup>20</sup>. Estas consideraciones generales de publicidad engañosa, ofensiva o con daño se debe mantener firmemente: son directamente relevantes para la publicidad de contenido psíquico y son principios generales que deben informar a las normas más específicas que se aplican al material psíquico. Los organismos de radiodifusión deben ser conscientes de que de ningún modo debe inducir a error a los espectadores. Por lo tanto deberían tomar nota de las normas pertinentes en la Sección 3 del Código BCAP (Publicidad engañosa).

La guía insiste en la necesidad de que estas transmisiones sean fácilmente identificables como publicidad. Este es un requisito clave del Código BCAP (ver en particular los artículos 2.1 y 2.4.1). Por lo tanto, nada en la emisión de programas

<sup>19</sup> <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/guidance/psychic-tv-guidance.pdf>

<sup>20</sup> <http://www.cap.org.uk/AdvertisingCodes/~media/Files/CAP/Codes%20BCAP%20pdf/BCAP%20Code%200712.ashx>

psíquicos debe sugerir que el contenido no es otra cosa que publicidad, lo cual afecta a los subtítulos u otro tipo de texto descriptivo. Así mismo, Ofcom apela a los organismos de radiodifusión insistiéndoles en que tienen normas que sirven para proteger al público de cualquier daño de importancia particular; y considera que las infracciones de las normas en este ámbito son significativas y, dependiendo de las circunstancias del caso, podrá considerar la adopción de medidas reglamentarias contra los poseedores de la licencia.

Lo más relevante es que en Reino Unido los organismos de radiodifusión *están obligados a poseer una licencia Ofcom con el propósito de emitir contenidos como publicidad psíquica o emisiones basadas en servicios sexuales de entretenimiento*. Este requisito se aplica igualmente a las emisoras que llevan bloques de televenta de este tipo de contenido. Un operador que desee emitir el material psíquico debe por tanto, solicitar con anterioridad este tipo de licencias o permisos a Ofcom.

En cuanto a las reglas específicas para la publicidad con contenido psíquico (*Rules specific to psychic PTV advertising content*), la guía recuerda que con anterioridad al 1 de septiembre de 2010, el Código BCAP prohibía los programas basados en emisiones en directo y personalizado como servicios psíquicos. El actual código permite la publicidad, pero impone restricciones según las normas incluidas en la sección 15: *La fe, la religión y Equivalente Sistemas de Creencias*. La guía recoge las normas fundamentales en este ámbito, así en primer lugar, destaca que el Código BCAP (2010) contiene prohibiciones expresas sobre ciertos tipos de prácticas psíquicas o prácticas relacionadas con el ocultismo (Regla 15.4).

*"Los anuncios de televisión no debe promover prácticas psíquicas o prácticas relacionadas con lo oculto, excepto los permitidos por la regla 15.5. Prácticas psíquicas y ocultas relacionadas incluyen ouija, el satanismo, lanzamiento de los conjuros, quiromancia, los intentos de contactar con los muertos, la adivinación, la clarividencia, la clariaudiencia, la invocación de los espíritus o demonios y el exorcismo "*

La regla básica en este ámbito es la Regla 15.5.2:

*"Los anuncios de servicio personalizado y directo que se basan en la creencia en la astrología, prácticas de horóscopos, tarot y derivados son aceptables sólo en los canales que cuenten con permisos adecuados para la promoción de dichos servicios y cuenten con la adecuada señalización: tanto el anuncio y el producto o servicio en sí debe indicar que el producto o servicio es para fines de entretenimiento"*

Por otra parte, la guía recoge que el Código BCAP también contiene prohibiciones expresas en el artículo 15.5.3 relativas a material específico en la publicidad de contenido psíquico. En concreto señala que este material no debe incluir reclamos que avalen la eficacia o precisión (esto cubre cuestiones explícitas e implícitas realizadas por los presentadores/psíquicos y la difusión de testimonios del espectador; predecir experiencias negativas o eventos específicos (incluyendo nacimientos, defunciones, matrimonios o nuevos puestos de trabajo); ofrecer consejos de cambios de vida dirigidos a las personas, incluidos los consejos relacionados con la salud (incluyendo el embarazo) o la situación

financiera; atraer a los niños (raramente esta es un área de interés para este sector); fomentar el uso excesivo<sup>21</sup>.

La guía insiste en que es de vital importancia recordar que la publicidad con contenido psíquico se presentará sólo como *entretenimiento*. La publicidad en su conjunto debe reflejar este principio. El Código por lo tanto no permite la publicidad de servicios psíquicos en cualquier otro medio, las lecturas psíquicas no pueden alejarse más allá de la zona cuidadosamente circunscrita de entretenimiento y nunca debe presentarse como información confiable. Así mismo recuerda que *es importante destacar que la intención de las reglas de la Sección 15 es proteger a los espectadores vulnerables, por ejemplo a causa de una enfermedad o un reciente duelo, y en general a evitar que la publicidad sea potencialmente perjudicial para la audiencia, por ejemplo financieramente. (Véase también la Regla 15.12: Los anuncios no deben explotar las esperanzas y temores de las personas vulnerables. Los ancianos, los enfermos y el doliente deben considerarse como especialmente vulnerables)*

Como puede verse, el Reino Unido y Ofcom, como autoridad reguladora, se ha ocupado desde hace tiempo de estos contenidos, incluyéndolos claramente en el ámbito de las comunicaciones comerciales –teletienda-. Establece prohibiciones y múltiples limitaciones tanto en radio<sup>22</sup> como en televisión, con el objetivo de *encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y la prevención de la publicidad que podrían ser perjudiciales*. Entre otros aspectos, alude a que las reglas del BCAP pretenden *proteger a los jóvenes (...) y a los más vulnerables (por encontrarse, por ejemplo, en situación de enfermedad o duelo); y evitar la publicidad potencialmente nociva por la explotación de su audiencia*. Estos principios, contenidos en el Código de Publicidad de Reino Unido Broadcast, a la vista de los problemas suscitados en el Reino Unido con estas emisiones, se han concretado en diciembre de 2011 para el ámbito televisivo con la guía Ofcom guidance on Psychic television services predicated on premium rate telephony services.

---

<sup>21</sup> La guía contiene un apartado dedicado a Técnicas y Atrezzo, donde regula pormenorizadamente: *El uso de material como huesos de pollo, hojas de té, bolas de cristal, piedras y péndulos; el uso de testimonios y las referencias a 'guías espirituales'*. En concreto, respecto al uso de testimonios, indica que *Todo el material que aparece en estos programas es considerado como publicidad y por lo tanto sujeto al Código BCAP, cualquiera que sea su origen. Los comentarios de las personas que llaman para avalar la eficacia y la precisión de los presentadores o productos psíquicos que se ofrecen están prohibidas por el Artículo 15.5.3, e igualmente ocurre con los comentarios o testimonios de eficacia o precisión hecha por los presentadores y los intérpretes psíquicos. Esto se aplica con independencia de que tales afirmaciones aparecen en directo o en diferido, sean hablados o aparezcan en el texto en pantalla.*

<sup>22</sup> (Véase Código BCAP, 2010) 15.1 Radio Central Copy Clearance – Radio advertisements subject to this section must be centrally cleared; 15.2 Broadcasters must not accept advertisements from or on behalf of bodies: 15.2.1 that practise or advocate illegal behaviour or 15.2.2 whose rites or other forms of collective observance are not normally directly accessible to the general public or 15.2.3 that apply unreasonable pressure on people to join or participate or not to opt out. 15.3 Broadcasters must be satisfied that no representatives will contact respondents without their consent.

El CAA ha querido completar esta visión general de la situación comparada, por lo que ha realizado una encuesta dirigida a los países pertenecientes a la European platform of regulatory authorities (EPRA) en la que se les preguntaba por la situación actual de este tipo de programas. La práctica totalidad de los países consideran estos contenidos como telementa, en algunos (Rumanía y Lituania) no son frecuentes este tipo de programas, o se emiten escasamente (una o dos horas a la semana -Eslovaquia-). Proliferan en Albania en medios locales *que no pueden permitirse una programación de calidad. Son programas interactivos donde se puede llamar a los videntes y dar el servicio en directo.* La emisión de estos programas, cuando se produce, es en operadores privados y generan controversia social y quejas a los respectivos reguladores, fundamentadas en que *esos programas engañan a la gente, especialmente a colectivos vulnerables.*

En Rumanía y Bélgica están prohibidos legalmente. Todos los países coinciden en que deben regularse, pivotando dicha regulación en la protección de los consumidores y especialmente, aunque no de manera exclusiva, los colectivos vulnerables y niños. También coinciden en su consideración como teletienda, considerándola prohibida en Albania, por aplicación del párrafo primero del art. 10 del Decreto Presidencial 109/2010, en razón de que *la publicidad televisiva o la teletienda no debe contener supersticiones humanas.* Igual ocurre en Lituania, porque su legislación establece que los productores de información pública *"no pueden promover características sobrenaturales, irreales de personas o grupos o fenómenos paranormales, con excepción de aquellos casos en que la información se presente como entretenimiento o como objeto de investigación. No pueden emitir consejos de astrólogos, quirománticos, clarividentes y especialistas en bioenergía sobre el futuro, la salud, el dinero, etcétera"* (Ley de la Provisión de Información al Público).

En Italia, la Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) manifiesta que los programas con contenido esotérico y de paraciencias son frecuentes en los medios de comunicación privados, existiendo un amplio debate social sobre estas cuestiones y varias quejas formales. La cuestión está regulada por el Reglamento 538/01/CSP AGCOM sobre la publicidad y la telementa, modificada por la Disposición 34/06/CONS AGCOM que añadió un artículo específico sobre la publicidad y la comercialización de servicios de astrología y predicción de futuro<sup>23</sup>. Así mismo manifiesta que esos programas están sujetos a restricciones cuantitativas y cualitativas. No pueden ser transmitidos entre las 7 am y las 11 pm y su contenido no debe inducir a error al público, ya sea por omisión o ambigüedad, y no debe apelar a la superstición o el miedo, con especial referencia a las categorías de usuarios vulnerables. Por otra parte, se debe dar a los usuarios una información clara y transparente sobre los costes y tarifas de los números para acceder al

---

<sup>23</sup> Véase *Allegato A. alla delibera n. 34/05/CSP dell'8 marzo 2005.* Artículo 5 ter.

(...) 2. Las transmisiones a que se refiere el apartado 1 no deberán: a) inducir a error al público, por omisión, ambigüedad o exageración, sobre el contenido y los efectos de los productos o servicios ofrecidos; b) evitar cualquier forma de explotación de la superstición, credulidad o el temor, en particular a las categorías de usuarios psicológicamente vulnerables.

servicio. En cuanto a qué tipo de acciones son más adecuadas para el control de los programas emitidos, considera que *además de las sanciones administrativas, los códigos de autoregulación, podrían ser una opción, salvo que tengan un limitado nivel de aplicación.*

En concreto, la AGCOM ha debido sancionar en múltiples ocasiones a diferentes operadores que incumplen las disposiciones referidas. A modo de ejemplo, en abril de 2012, ha impuesto una sanción administrativa a un operador por incumplir la legislación sobre teletienda, argumentando, entre otras consideraciones, la violación de estos programas de televisión de diferentes aspectos: *ser transmitidos en el horario de 7:00 a 23:00 con la presencia en el recubrimiento de la pantalla de números de teléfono para la prestación de servicios de tarificación adicional, así como la inducción utilizar los números de teléfono más arriba indicados; así como las medidas específicas para luchar contra toda forma de explotación de la superstición y la credulidad de la gente, para proteger, en particular, los más vulnerables psicológicamente, adoptadas con el fin de garantizar un mayor nivel de protección de los consumidores -usuarios; respecto a este último punto, de hecho, las probabilidades de la lotería no se hicieron exclusivamente a través de proyecciones efectuadas sobre una base racional de la inferencia estadística, es decir, el logro de resultados positivos a través de prospección utilizando el criterio probabilístico, sino en las proyecciones hechas sobre la base de criterios personalistas y predictivo (...)*<sup>24</sup>.

Para completar el panorama europeo, la misma encuesta se ha realizado en el seno de la *Réseau des institutions de régulation méditerranéennes* (RIRM) tras la celebración de su asamblea plenaria en Lisboa en noviembre de 2012<sup>25</sup>. La respuesta más generalizada por parte de las autoridades reguladoras es que son infrecuentes este tipo de emisiones en sus respectivos países, abogando, en caso de ser necesario, por una regulación clara y específica, que fije las condiciones y formas de difusión, con avisos claros sobre los precios del servicio, así como la expresa prohibición para menores de edad. En algunos países se establecen limitaciones horarias (Macedonia: entre las 5 y las 22 horas) y prohibiciones expresas en tanto que comunicaciones comerciales audiovisuales. Así en Kosovo y en Bosnia y Herzegovina se dispone que las comunicaciones comerciales no deben nunca utilizar las supersticiones o el miedo para engañar a la audiencia, estando prohibida toda comunicación comercial que promueva actividades paranormales, como el exorcismo, el ocultismo o similares. Bosnia y Herzegovina dispone de una regulación específica, con definiciones y reglas para cada una de las prácticas esotéricas<sup>26</sup>. En Marruecos no se producen estas emisiones porque están expresamente prohibidas.

---

<sup>24</sup> Véase Delibera n. 69/12/csp. Ordinanza ingiunzione alla Società canale italia s.r.l. (emittente per la radiodiffusione televisiva in ambito locale canale italia 3) per la violazione delle disposizioni contenute nell'art. 5 ter, commi 1, 2 e 3, delibera n. 538//01/csp e successive modifiche ed integrazioni. <http://www.agcom.it/Default.aspx?message=contenuto&DCId=281>

<sup>25</sup> <http://www.rirm.org/fr/instance?id=20>

<sup>26</sup> <http://www.rak.ba/eng/index.php?uid=1328108149>

Por su parte, la autoridad reguladora de Malta manifiesta que no se emiten tales programas en los medios de comunicación locales. Indica que *recientemente, durante un programa de teatro, uno de los personajes principales es representado como un clarividente, pero esto se basa en la trama de la historia y no está de ninguna manera relacionada con programas en los que los servicios de adivinos/clarividentes son prestados o promovidos mediante publicidad*. Al no emitirse estos contenidos no se produce controversia social ni están regulados expresamente, pero considera que *al igual que en los últimos años, las autoridades reguladoras han adoptado legislación específica que trata sobre una variada gama de temas, incluyendo la protección de los menores, la vulnerabilidad, la prohibición de la publicidad del alcohol y los juegos de azar, etc.; ya que este es un nuevo fenómeno que parece ir creciendo en popularidad, las autoridades reguladoras tendrán que iniciar un proceso de consulta en el que los principales interesados sean consultados para la retroalimentación, a fin de que dichos programas queden sujetos a disposiciones legales específicas*. Por lo que se refiere al Observatorio Audiovisual Europeo, solo tiene datos de las cadenas temáticas sobre esta materia, siendo la totalidad, cadenas privadas.

Como se ha visto, la preocupación por estas emisiones y los esfuerzos regulatorios en el contexto europeo dista mucho de la realidad ofrecida en nuestro país. Como se señalaba más arriba, la LGCA es claramente insuficiente, parcial y confusa en la regulación de estos contenidos, lo que está originando múltiples incumplimientos que, podría dar lugar, a nuestro juicio, a la intervención de la Comisión y del Tribunal de Justicia de la UE por considerar inadecuada la trasposición de normas comunitarias al ordenamiento jurídico nacional.

#### 4. Conclusiones y propuestas de intervención del CAA

1. En el contexto audiovisual español, tanto en radio como en televisión, hay que diferenciar dos tipos de contenidos relacionados con el esoterismo y las paraciencias. Por una parte, **los programas con contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias**, en el sentido genuino de "programas" dado por la LGCA en el artículo 2.6; y por otra, los espacios cuyo contenido se basa en la **oferta de servicios de adivinación del futuro** mediante diferentes técnicas (como el tarot) o la intercesión ante las personas fallecidas o figuras de carácter divino. Estos últimos han de ser considerados como "*televenta*", como ocurre en los países del contexto europeo. En España han proliferado de manera alarmante en operadores de todos los niveles territoriales, con especial incidencia en los operadores locales que emiten sin licencia. Generan gran preocupación no solo por el perjuicio que estos contenidos pueden originar en el desarrollo de los menores de edad, sino también por su incidencia sobre colectivos que, por circunstancias sociales y/o personales, son especialmente vulnerables a la explotación de su credulidad con fines económicos. Un motivo de alarma más en España lo constituye la deficiente regulación de estos contenidos. Teniendo en cuenta todo lo anterior, en España es preciso adoptar alguna de las decisiones que a continuación se proponen.



2. La primera y más drástica (pero no inédita en el contexto europeo) sería **regular expresamente la prohibición de este tipo programas de televenta**, por el perjuicio que pueden causar tanto en los menores, como en colectivos vulnerables que por las circunstancias personales, económicas o sociales tratan de buscar respuestas o soluciones a sus problemas a través de prácticas esotéricas o de videncia. Este tipo de televenta supone una explotación de la audiencia, abusando de su credulidad, falta de criterio formado o desesperación. Esta posición entendemos que es la que más se ajusta al ordenamiento comunitario y al nacional, ya que la televenta, como forma de comunicación comercial audiovisual, tiene que respetar en todo caso la normativa reguladora de la publicidad y de protección de consumidores y usuarios.
3. En efecto, si se acepta que lo que contienen este tipo de programas son comunicaciones comerciales en las que se oferta un producto o servicio determinado mediante una contraprestación económica determinada o determinable, hay que aceptar que le es de aplicación la Directiva Europea 2005/29/CE, sobre prácticas comerciales desleales y la 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa, que dieron lugar en España a la Ley 29/2009, de 30 de diciembre y ocasionaron la modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, la Ley General de Publicidad, la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios y la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.
4. Conforme a la citada normativa comunitaria, incorporada ya a nuestro ordenamiento jurídico, la propia naturaleza de los programas de televenta relativos a contenidos esotéricos y paranormales, que ofrecen de manera directa servicios de adivinación, e, independientemente de su hora de emisión, incurrirían en un supuesto de publicidad ilícita en tanto que son comunicaciones comerciales engañosas por la falsedad y confusión de lo ofrecido. En efecto, la Ley General de Publicidad considera ilícita *la publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal* (artículo 3.e). Ésta, en su artículo 5.1 dispone que *se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos (...)*
5. De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que los programas de televenta que ofrecen un servicio directo a los espectadores de esoterismo, adivinación y paraciencias, mediante contraprestación económica constituyen en la actualidad una práctica comercial desleal por engañosa y por tanto ilícita. De entre los países analizados por el CAA, la prohibición sobre esta base es la opción adoptada por Bélgica, Grecia, Rumanía, Albania y Lituania.

6. **La segunda opción pasaría por una regulación expresa y clara.** En primer lugar, contemplando en la norma básica audiovisual la existencia de estos contenidos y su naturaleza de televenta y por tanto, con sujeción a todas las determinaciones que la LGCA y la directiva establecen para la misma, tales como tener una duración ininterrumpida mínima de 15 minutos, ser fácilmente identificables como publicidad televisiva y televenta, estar claramente diferenciados de los programas mediante mecanismos acústicos y ópticos, etcétera.
7. Además, el acceso a estos contenidos debería garantizar, en todo caso, la inaccesibilidad para los menores y colectivos vulnerables, adecuando, entre otros aspectos, las restricciones horarias y estableciendo el acceso condicional.
8. Junto a ello, se debería abordar una regulación específica similar a la adoptada en Reino Unido donde se definieran claramente los distintos tipos de prácticas esotéricas, delimitando, en el ámbito del entretenimiento, aquellas que pueden ser aceptables, como el horóscopo, de las que en ningún caso pueden tener cabida (*ouija, el satanismo, lanzamiento de los conjuros, quiromancia, los intentos de contactar con los muertos, la adivinación, la clarividencia, la clariaudiencia, la invocación de los espíritus o demonios y el exorcismo*) y estableciendo reglas claras sobre los límites y aspectos que no pueden sobrepasarse, en aras a la protección de los consumidores.
9. Finalmente, esta regulación debe afectar a los códigos de tarificación adicional actualmente vigentes que contemplan los servicios de contenido esotérico; astrológico, de adivinación, cartomancia y/o predicción del futuro por otros medios como servicios de ocio y entretenimiento.

Consejo Audiovisual De Andalucía  
18 de diciembre de 2012