



Resolución de 16 de marzo de 2017, de la Sección Tercera del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Dipana Cultural, S.L. La Sección estimó la reclamación declarando que la publicidad infringía la norma 2 (principio de legalidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) vs. Dipana Cultural, S.L.
“Corbisana. Internet”

Resolución de 16 de marzo de 2017, de la Sección Tercera del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Dipana Cultural, S.L.

La reclamación se formula frente a un sitio web propiedad de la empresa reclamada en la que aparecen diversas alegaciones. En el apartado Andulación podemos leer entre otras: “(...) El tratamiento de Andulación (...) favorece la dilatación de músculos y vasos sanguíneos, permitiendo una estimulación del sistema circulatorio y mejora del drenaje linfático. (...) ha sido avalada por la comunidad científica, contando para ello con numerosos estudios que respaldan las ventajas de su utilización. (...) para ayudar a pacientes que padecen una determinada enfermedad, mejorando la calidad de vida de éstos”, así como un listado de varias enfermedades y patologías sobre las que el tratamiento tiene supuestos efectos beneficiosos, entre las que se incluyen la fibromialgia, la artritis o la artrosis. En el apartado del producto Aeromatic, leemos: “Ambientador terapéutico Aromatic” y “(...) Aromatic es un producto terapéutico que ayuda con los molestos ronquidos, favoreciendo la respiración (...). Los efectos, instantáneos, aseguran la descongestión y reducen la ansiedad. (...) Aromatic contiene propiedades curativas que favorecen la relajación, consiguiendo un sueño profundo y sano. Recupera tu sistema respiratorio (...)”. Asimismo, a lo largo del sitio web, se incluyen testimonios de diferentes personajes públicos y deportistas que se presentan como usuarios de los productos y servicios promocionados.

La Sección consideró que la publicidad reclamada resultaba contraria a la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en relación con los apartados 1, 2, 3, 4 y 16 del artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, en la medida que a lo largo de la publicidad se atribuían al producto Aromatic y al tratamiento de Andulación promocionados diversas propiedades terapéuticas contra múltiples dolencias y enfermedades, a la vez que se transmitía la idea de que ambos proporcionaban seguridad de alivio y/o curación cierta. Así mismo la Sección consideró que la publicidad resultaría también incompatible con la mencionada norma en relación con el artículo 4.7 del citado Real



Decreto, dado que se incluían testimonios y referencias a personajes famosos y deportistas utilizados para la inducción al consumo.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
**Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) vs. Dipana Cultural,
S.L.
“Corbisana. Internet”**

En Madrid, a 16 de marzo de 2017, reunida la Sección Tercera del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^o. Luis Antonio Velasco San Pedro, para el examen de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Dipana Cultural S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 7 de marzo de 2017, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, “**AUC**”) presentó una reclamación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Dipana Cultural, S.L.

2.- La reclamación se formula frente a la publicidad difundida en el sitio web www.corbisana.com, del cual es propietaria la empresa reclamada, Dipana Cultural, S.L. En la misma, se promocionan diversos tratamientos estéticos y contra el dolor -, por ejemplo tratamientos como esclerosis de varices, el tratamiento con Aqualyx o el tratamiento de Andulación, respectivamente-, así como el producto Aromatic, un ambientador.

En el apartado Andulación del sitio web, se lee el siguiente texto: “(...). A través del dispositivo NaturEnergy, Corbisana, Salud y Estética ha impulsado en España la novedosa Tecnología de Andulación como método terapéutico para el alivio del dolor y mejora de la calidad de vida de nuestros clientes. La técnica consiste en la aplicación de un sistema de vibración singular mediante el cual se emiten ondas térmicas que actúan sobre distintos focos del cuerpo -vibración estocástica- con una intensidad variable -vibración sinusoidal-. El tratamiento de Andulación combina la emisión de calor con infrarrojos de emisión térmica. De esta manera se favorece la dilatación de músculos y vasos sanguíneos, permitiendo una estimulación del sistema circulatorio y mejora del drenaje linfático. Esta tecnología importada de Alemania ha sido avalada por la comunidad científica, contando para ello con numerosos estudios que respaldan las ventajas de su utilización. Desarrollada y testada en colaboración con universidades y profesionales del sector sanitario, esta novedosa terapia ha sentado las bases para la reducción o eliminación del dolor como síntoma asociado a determinadas patologías. (...). Mediante un sistema de masajes, este mecanismo actúa sobre los cinco pilares biofísicos emitiendo vibraciones de infrarrojos. NaturEnergy cuenta con hasta 20 programas médicos personalizados, eliminando el



malestar generalizado, el dolor agudo en músculos, problemas del descanso, problemas linfáticos, estrés, entre otros. El dispositivo está indicado para ayudar a pacientes que padecen una determinada enfermedad, mejorando la calidad de vida de éstos. (...)”. Asimismo, a lo largo de la página web aparecen mencionados varios personajes públicos y deportistas - entre los que encontramos al jugador del Real Madrid Fábio Coentrão o al cantautor Víctor Manuel - como usuarios de la Tecnología de Andulación. A continuación, se muestra una lista de algunas de las enfermedades sobre las que el producto promocionado proporciona beneficios, como por ejemplo la fibromialgia, fatiga crónica, esclerosis, obesidad, insomnio o artritis. Seguidamente, junto a una imagen del dispositivo NaturEnergy, leemos: “Si quieres informarte de nuestro tratamiento de Andulación, contamos con profesionales que están a tu disposición. (...). Desde Corbisana ofrecemos dos sesiones gratuitas a domicilio, evitando así molestias de desplazamientos a los propios usuarios y para que usted pueda comprobar los beneficios y ventajas de NaturEnergy. (...). Si está interesado en recibir una sesión gratuita, y sin compromiso alguno, puede contactar con nosotros (...)”.

Asimismo, en la *home page* del sitio web, se observa una franja en la que se aprecia la imagen del jugador del Fútbol Club Barcelona Andrés Iniesta, sosteniendo el producto Aromatic, y sobre la que se puede leer: “Ambientador terapéutico Aromatic. Inspire tranquilidad”, junto a un botón con la siguiente leyenda: “Consigue tu ambientador”. Dicho botón dirige, dentro del mismo sitio web, a la página en la que se inserta la promoción del producto. En esta página web se puede leer: “(...) Aromatic es un producto terapéutico que ayuda con los molestos ronquidos, favoreciendo la respiración de quien los sufre y asegurando el bienestar de sus acompañantes. Los efectos, instantáneos, aseguran la descongestión y reducen la ansiedad. (...), Aromatic contiene propiedades curativas que favorecen la relajación, consiguiendo un sueño profundo y sano. Recupera tu sistema respiratorio y crea un ambiente relajante para tu familia. (...) actuando también como antidepresivo. Si como nuestro amigo Andrés Iniesta usted también desea obtener el ambientador terapéutico Aromatic, (...)”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, la AUC manifiesta que la página web objeto de debate, en concreto la publicidad del tratamiento de Andulación, del dispositivo NaturEnergy y del producto Aromatic, contravienen la legislación vigente y, por ende, el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en adelante, el “**Código de AUTOCONTROL**”). A su juicio, la publicidad difundida en la citada página web resulta contraria a la norma por las alusiones a: tratamientos como esclerosis de varices donde se inserta un líquido con propiedades especiales las cuales provocan fibrosis, el tratamiento con Aqualyx, que elimina cúmulos de grasa localizada definitivamente, el tratamiento de Andulación que a través de su dispositivo NaturEnergy se presenta como un método terapéutico para el alivio del dolor, y mejora de la calidad de vida de nuestros clientes así como el producto Aromatic, un ambientador terapéutico.

Así, la reclamante invoca los apartados d) y e) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; el artículo 5 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal; los artículos 1.1, 7.2, y los apartados 1, 3, 4, 7, 15 y 16 del artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad



sanitaria; y, por último, los apartados 1, 5, 6, 7, 8 y 9 del artículo 38 del Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios.

Por todo ello, la AUC solicita al Jurado que se declare ilícita la publicidad señalada y se requiera a Dipana Cultural su cese o rectificación inmediatos.

4.- Traslada la reclamación a la empresa anunciante Dipana Cultural, S.L., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él alega, en esencia, que Corbisana es una empresa especializada que ofrece productos y servicios que ayudan a mejorar el bienestar, así como información correcta y conveniente sobre los mismos a los clientes.

Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, corresponde a esta Sección el análisis de la publicidad que nos ocupa, concretamente el contenido de la página web respecto al tratamiento de Andulación, llevado a cabo con el dispositivo NaturEnergy y al producto Aromatic, a la luz de los principios recogidos en el Código de AUTOCONTROL, en particular de su norma 2, que recoge el principio de legalidad en los siguientes términos: *“La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución”*.

2.- Dicha norma debe ponerse en relación con el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria (en adelante, **“Real Decreto 1907/1996”**), el cual, en su artículo 4 enumera una serie de prohibiciones y limitaciones que deben ser tenidas en cuenta para el presente caso.

En efecto, dicho Real Decreto 1907/1996 establece una serie de límites y prohibiciones a la publicidad de aquellos productos, materiales, sustancias, energías o métodos que [sin ser medicamentos o productos sanitarios] se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades o desarrollos fisiológicos, adelgazamiento, modificación del estado físico o psicológico, restauración, corrección o modificación de funciones orgánicas u otras pretendidas finalidades sanitarias.

Así, los apartados 1, 2, 3, 4, y 16 del mencionado artículo 4 del Real Decreto 1907/1996 prohíben cualquier clase de publicidad o promoción directa o indirecta, masiva o individualizada, de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria: *“(…) 1. Que se destinen a la prevención, tratamiento o curación de enfermedades transmisibles, cáncer y otras enfermedades tumorales, insomnio, diabetes y otras enfermedades del metabolismo. 2. Que sugieran propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad. 3. Que pretendan una utilidad terapéutica para una o más enfermedades, sin ajustarse a los requisitos y exigencias previstos en la Ley del Medicamento y disposiciones que la desarrollan. 4. Que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta. (...) 16. Y, en general, que atribuyan efectos preventivos o terapéuticos específicos que no estén respaldados por suficientes pruebas técnicas o científicas acreditadas y expresamente reconocidas por la Administración sanitaria del Estado”*.



Pues bien, en el caso que nos ocupa, cabe realizar un análisis diferenciando entre la publicidad del producto Aromatic y la del tratamiento de Andulación.

Con respecto a la publicidad del ambientador Aromático, este Jurado debe indicar que, a su juicio, la publicidad analizada sería claramente contraria a los citados preceptos. En efecto, a lo largo del sitio web analizado se atribuyen al producto Aromatic diversas propiedades terapéuticas y curativas contra dolencias del sistema respiratorio o problemas de ansiedad, incluso se presenta el producto como antidepresivo. Además la publicidad también transmite la idea de que el producto promocionado proporciona seguridades de alivio y/o curación cierta.

En relación con el tratamiento de Andulación, entiende este Jurado que, de igual modo, la publicidad reclamada contravendría los preceptos previamente citados en la medida en que se atribuyen al mismo propiedades terapéuticas contra multitud de enfermedades o dolencias. De manera más pormenorizada, a título ejemplificativo, se presenta el tratamiento promocionado como tratamiento o curación frente al insomnio, se sugiere que el mismo posee propiedades contra la obesidad y se predica de éste que tiene utilidad terapéutica para una o más enfermedades – como por ejemplo la fibromialgia o la artritis-.

En consecuencia, este Jurado debe concluir que la publicidad reclamada resulta contraria al principio de legalidad recogido en la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación con los indicados preceptos del artículo 4 del Real Decreto 1907/1996.

3.- Continuando con el análisis iniciado, procede también indicar que el apartado 7 del anteriormente mencionado artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, prohíbe la publicidad de productos con pretendida finalidad sanitaria: “(...) 7. *“Que pretendan aportar testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo”.*

Pues bien, a este respecto, la imagen del futbolista Andrés Iniesta sosteniendo el producto Aromatic, junto a la mención “Si como nuestro amigo Andrés Iniesta usted también desea obtener el ambientador terapéutico Aromatic, (...)”, así como la referencia a diferentes personajes públicos o deportistas famosos –por ejemplo Víctor Manuel o Fábio Coentrão- como usuarios de la Tecnología de Andulación, supone, a juicio de esta Sección, un testimonio utilizado para la inducción al consumo y, por ende, resulta incompatible con el apartado indicado.

En consecuencia, el Jurado concluye que, a la vista de lo anteriormente expuesto, la publicidad reclamada infringe la norma 2 del Código de AUTOCONTROL.



Por las razones expuestas, la Sección Tercera del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por la AUC contra una publicidad de la que es responsable la empresa Dipana Cultural, S.L.

2º.- Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

3º.- Instar a la empresa Dipana Cultural, S.L a la cesación de la publicidad reclamada.