



Resolución de 30 de marzo de 2017, de la Sección Sexta del Jurado por la que se resuelve la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad difundida por Publicaciones Heres S.L.

La Sección estimó la reclamación declarando que existía infracción de la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (Respeto a la legalidad y a la Constitución) en relación con el artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto de publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

Resumen de la Resolución: Particular vs. Publicaciones Heres S.L. ("Flexa Prensa")

Resolución de 30 de marzo de 2017, de la Sección Sexta del Jurado por la que se estima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad difundida por Publicaciones Heres S.L.

La reclamación se dirigía frente a una publicidad difundida en la revista Pronto consistente en un anuncio que promociona un método para la eliminación de la artrosis y el dolor asociado a esta enfermedad.

El Jurado entendió que la publicidad reclamada infringía el principio de legalidad recogido en la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en cuanto que vulneraba la legalidad vigente y en concreto los apartados 3, 4, 7, 13 y 16 del artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto de publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.



Texto Completo de la Resolución del Jurado: Particular vs. Publicaciones Heres S.L. ("Flexa Prensa")

En Madrid, a 30 de marzo de 2017, reunida la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Berenguer Fuster para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una pieza publicitaria difundida por Publicaciones Heres, S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 13 de marzo de 2017, un particular presentó una reclamación contra una pieza publicitaria difundida por la empresa Publicaciones Heres, S.L. (en adelante "**Publicaciones Heres**").

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la revista Pronto – revista editada y comercializada por Publicaciones Heres -, consistente en un anuncio que promociona un método para la eliminación de la artrosis y el dolor asociado a esta enfermedad.

Sin ánimo de exhaustividad, conviene destacar que en la Publicidad Reclamada se encuentran las siguientes alegaciones: *"¡Método para regenerar articulaciones por fin descubierto!", "(...) todos pueden eliminar los molestos dolores articulares y recuperar su buena forma física", "Basta de dolor continuo e imposibilidad de moverse, - dice el prof. James D. Reynolds de la Universidad de Chicago", "Da igual si te duelen las rodillas, la cadera, las muñecas o la columna. No importa si es resultado de tu genética o de la sobrecarga de articulaciones y la obesidad. ¡Todo se puede eliminar! – añade con entusiasmo el profesor", "(...) un método que elimina las inflamaciones, regenerando al mismo tiempo las células del cartílago y el líquido sinovial", "los dolores articulares y la inflamación desaparecieron en todos los participantes de la prueba", "el hombre no inventará un método contra la artrosis, pero puede buscarlo en la naturaleza. Esta fue la pista que siguió mi equipo", "descubrimos una fórmula que reconfigura el organismo para que luche contra la deformación articular", "No solo elimina las causas de la inflamación, sino que también nutre los condrocitos e inicia el proceso de autoregeneración del cartílago articular", "el arma más poderosa contra dolores articulares inventada por la madre naturaleza", "para eliminar el dolor basta con tomar 2 cápsulas al día", "desde el segundo día del tratamiento puede sentirse aliviado", "después de un par de días desaparecerá el dolor, la hinchazón y el entumecimiento que no te permitían conciliar el sueño".*



3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la publicidad reclamada es ilícita pues hace aseveraciones falsas y por lo tanto resulta engañosa. Asimismo, el particular manifiesta que en la publicidad se realizan afirmaciones sin aval o estudios que las sustenten.

4.- Habiendo dado traslado de la reclamación a Publicaciones Heres, la reclamada manifiesta estar en trámites de cesar con la publicación del anuncio reclamado mientras este Jurado se pronuncia, al reconocer no haber realizado las comprobaciones pertinentes sobre el mismo con antelación a su publicación.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la vista de los antecedentes expuestos, corresponde a esta Sección analizar la publicidad reclamada a la luz de la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en adelante, el “**Código de AUTOCONTROL**”) que recoge el principio de legalidad en los términos siguientes: *“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 de publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, que enumera en su artículo 4 una serie de prohibiciones y limitaciones que deben ser analizadas en relación con la pieza publicitaria objeto de controversia.

Pues bien, el Real Decreto 1907/1996 delimita su ámbito de aplicación en su artículo 1 del siguiente modo: *“1. Las Autoridades sanitarias y demás órganos competentes en cada caso, de acuerdo con el artículo 27 de la Ley General de Sanidad, las disposiciones especiales aplicables en cada caso y lo establecido en este Real Decreto, controlarán la publicidad y promoción comercial de los productos, materiales, sustancias, energías o métodos que se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades o desarrollos fisiológicos, adelgazamiento, modificación del estado físico o psicológico, restauración, corrección o modificación de funciones orgánicas u otras pretendidas finalidades sanitarias, para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud y para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la misma”*.

A este respecto, debemos considerar que, dado que el método promocionado, sin ser medicamento o producto sanitario, se presenta como útil para la prevención o tratamiento de la enfermedad de artrosis y de sus consecuencias, su publicidad encaja dentro del ámbito de aplicación previsto en el artículo 1 antes transcrito. Es decir, puesto que la publicidad reclamada atribuye una finalidad terapéutica, preventiva o sanitaria al método que se promociona, se encuentra sujeta al ámbito de aplicación del Real Decreto 1907/1996.



3.- Así las cosas, esta Sección debe analizar a continuación el artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, que establece distintas prohibiciones y limitaciones de la manera siguiente: *“Salvo lo establecido en el artículo 3.1 de este Real Decreto, queda prohibida cualquier clase de publicidad o promoción directa o indirecta, masiva o individualizada, de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria en los siguientes casos (...)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. (...) 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. (...)13. Que utilicen el término «natural» como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos 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, este Jurado debe indicar que la publicidad objeto de reclamación resultaría, a su juicio, claramente contraria a los citados preceptos. En efecto, a lo largo de la publicidad analizada se atribuyen al método promocionado diversas propiedades terapéuticas contra el dolor causado por la artrosis o deformaciones articulares. Además, en relación con éstas, la publicidad también transmite la idea de que el método promocionado proporciona seguridades de alivio y/o curación cierta.

Asimismo, la publicidad que nos ocupa también infringiría los preceptos antes transcritos en la medida en que en ella se hace referencia al testimonio de profesionales sanitarios (a través del testimonio del profesor James D. Reinolds de la Universidad de Chicago al que se hace referencia a lo largo de la pieza reclamada) y, por último, se utiliza el término «natural» como característica vinculada a los pretendidos efectos preventivos o terapéuticos que se atribuyen al método promocionado.

En consecuencia, este Jurado debe concluir que la publicidad 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.

Así pues, apreciando la buena disposición de la reclamada y su compromiso por cesar temporalmente la emisión de la publicidad en tanto este Jurado se pronuncia, resulta pertinente estimar en su totalidad la reclamación interpuesta por el particular contra la publicidad reclamada.

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



ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por un particular frente a la publicidad de la que es responsable Publicaciones Heres, S.L.

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

2º.- Instar a la reclamada el cese de la publicidad objeto de este procedimiento.