

En Madrid, a 16 de julio de 2009, la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D.Luis Antonio Velasco San Pedro, emite el siguiente

DICTAMEN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 6 de julio de 2009, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) dirigió al Jurado de la Publicidad de Autocontrol un escrito solicitando la emisión de un Dictamen no vinculante al amparo de lo previsto en el artículo 4 c) del Reglamento del Jurado, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Laboratorios Ysandiet, S.A. (en lo sucesivo, YSANDIET).

2.- El Dictamen se solicita respecto a una publicidad difundida en prensa en la que se promociona el complemento alimenticio "The Sensual Tea Jiushenkang". El anuncio incluye una fotografía de una pareja en posición abrazada (cabezas, hombros y brazos) como si estuvieran tumbados él sobre ella, junto a las menciones destacadas: *Gracias. The Sensual Tea Jiushenkang.* A continuación figura la imagen del envase del producto en el que se puede leer, además del nombre: *Complemento alimenticio. Cont. Neto 1 sobre: 10g. Mezcla de hierbas/granulado. 100% natural. Para hombre y mujer.* En la parte inferior consta: *De venta en Farmacias, Parafarmacias y Centros de Dietética. Tel. Información: 91 683 83 06.* En la parte derecha del anuncio se indica: *disfruta del sexo. Por fin una alternativa 100% Natural para "elevar tu animo" mejorando tu relación de pareja.* Finalmente figura *Distribuido por Laboratorios Ysandiet [anagrama].*

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- De conformidad con la petición dirigida a este Jurado por la Asociación solicitante del Dictamen, esta Sección del Jurado debe pronunciarse sobre la corrección deontológica de la publicidad descrita y, en particular, sobre su adecuación al principio de legalidad regulado en la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria en los siguientes términos: *"La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución".*

A su vez este principio deontológico debe ser integrado acudiendo al Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria. Este Real Decreto 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.* En concreto el apartado 12 de su



artículo 4 prohíbe cualquier clase de publicidad o promoción directa o indirecta, masiva o individualizada, de productos con pretendida finalidad sanitaria *que sugieran o indiquen que su uso o consumo potencian el rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual.*

2.- Pues bien, un análisis del anuncio objeto del presente Dictamen permite concluir que claramente el té promocionado se presenta como útil para mejorar la actividad sexual. Resultan muy ilustrativas en este sentido la fotografía insertada y expresiones como “disfruta del sexo” junto a la referencia a mejorar la relación de pareja.

Así las cosas, este Jurado no puede sino afirmar que la publicidad examinada incurre en una vulneración del principio deontológico de respeto a la legalidad vigente (norma 2 del Código de Conducta Publicitaria) en relación con el artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto.

3.- Consecuentemente con esta apreciación, hemos de señalar también una infracción de la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria en conexión con el apartado 6 del artículo 4 del mismo Real Decreto que prohíbe hacer referencia a la distribución en oficinas de farmacia cuando –como en el caso que ahora nos ocupa- el producto *se anuncia como útil 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.*

Este Dictamen se emite a solicitud de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, únicamente con la información aportada por la peticionaria, careciendo de cualquier clase de carácter vinculante.

El Dictamen expresa el parecer del Jurado sobre la corrección deontológica de la publicidad sometida a su análisis, el cual, como es habitual, queda sometido a cualquier otro mejor fundado.