

## Ricardo de Lorenzo

### Publicidad engañosa y productos milagro

La corte federal de Santa Ana, en California, ha impuesto a Power Balance una indemnización millonaria (se habla de hasta 57 millones de dólares) tras recibir una acción colectiva de los consumidores por publicidad engañosa sobre las propiedades milagrosas de esta pulsera de goma. La empresa había reconocido ya en enero haber realizado un fraude mediante publicidad engañosa dada la ausencia de pruebas científicas que demostraran las propiedades que se atribuían a las pulseras, comprometiéndose a devolver el dinero a todos los compradores de la pulsera que procedan a su devolución, siempre que sea con su ticket de compra y en Australia.

Comercializada como una pulsera con propiedades milagrosas, las críticas a Power Balance han sido constantes desde su lanzamiento, a pesar de que la hemos visto en la muñeca incluso de la Ministra de Sanidad en funciones Leire Pajín. En nuestro país la Junta de Andalucía ya impuso una multa de 15000 euros a Power Balance por publicidad engañosa, aunque ha sido ésta última sentencia estadounidense la que amenaza con la posible bancarrota de la empresa ante la imposibilidad de afrontar la millonaria indemnización.



Las organizaciones de consumidores ya habían alertado sobre estas pulseras holográficas, llamadas así al haberse introducido en hologramas frecuencias que supuestamente, así se ha reconocido finalmente, reaccionan positivamente al campo magnético del cuerpo. La base científica estribaba en que todo tiene una frecuencia, al igual que los móviles, el wifi, las ondas de radio y televisión, todas reaccionan entre sí, y en consecuencia existían frecuencias que reaccionaban negativamente con el cuerpo, pero otras lo hacían positivamente. Los hermanos Troy y Josh Rodarmel, de California, descubrieron cómo meterlas en un holograma que, en contacto con el cuerpo, debían proporcionar los nada desdeñables beneficios del equilibrio, la fuerza y la flexibilidad.

Y vuelve a repetirse una y otra vez, en efecto hace ya más de catorce años y como consecuencia de unas denuncias presentadas ante la Comisión Federal de Comercio estadounidense, un Juez federal condenó a la distribuidora QT Inc., en Estados Unidos de las pulseras Bio-Ray, a que reembolsara a 100.000 clientes el dinero que pagaron por los brazaletes, en algunos casos hasta 250 dólares (unos 200 euros), renunciando así a 22,6 millones de dólares (unos 18 millones de euros) en beneficios obtenidos por esta empresa entre 2000 y 2003, al considerarles víctimas de una estrategia de publicidad engañosa. El magistrado sentenció que los efectos beneficiosos de aquellas pulseras de cobre con dos bolitas en los extremos que se popularizaron entre los más mayores, allá por finales de los 80 eran «más ficción que ciencia». En el caso de los brazaletes Bio-Ray, inventados por el quiropráctico mallorquín Manuel Polo, sus propiedades consistían en eliminar «el exceso de iones positivos».



Obviamente estamos ante los llamados productos milagro, que son aquellos que se comercializan como poseedores de propiedades para el tratamiento o prevención de enfermedades, para modificar el estado físico o psicológico, o para restaurar, corregir o modificar funciones fisiológicas, pero que sin embargo, no están respaldadas por suficientes pruebas técnicas o científicas debidamente acreditadas y expresamente reconocidas por la administración sanitaria, ajenos a productos sanitarios, tal y como son definidos por la directiva 2007/ 47/EC.

Y precisamente esa “laguna legal”, permite que no sean competencia del Ministerio de Sanidad y Política Social, debiendo tener que acudir a lo establecido en la normativa que regula la publicidad y promoción comercial de los productos. El Real Decreto 1907/96 prohíbe cualquier clase de publicidad o promoción

directa o indirecta, masiva o individualizada, de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria cuando sugieran o indiquen que su uso o consumo potencian el rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual.