



Resolución 9/2009 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación a un anuncio de la cadena de supermercados Supersol.

1. El día 6 de abril de 2009 el Consejo Audiovisual de Andalucía recibió una queja referida a supuestos contenidos violentos en un anuncio de los supermercados Supersol. La reclamante se expresaba en los siguientes términos:

El anuncio trata de mostrar los precios de determinados productos que se pueden adquirir en la cadena "SUPERSOL", quiero expresar mi queja: Cuando una SRA. muy enojada se acerca a un SR. que según parece ser lo conoce y al cual le propina una guantada, acto seguido el anuncio nos informa del precio de los plátanos. Me parece demencial, que para llamar la atención del espectador se tenga que recurrir a estos métodos tan banales, en unos días en los que no paramos de escuchar la muerte de muchas mujeres por el tema de la "Violencia de Género", y en los que este tipo de anuncios solo incitan a la agresividad y a la pérdida de valores que por desgracia brilla por su ausencia en nuestra sociedad. Por todo ello les agradecería, que hiciesen todo lo posible para que este tipo de publicidad, fuera retirada, ya que para llamar la atención e informar al telespectador de las ofertas, no es necesario recurrir a esta "Publicidad Basura".

2. Una vez comprobado que el anuncio había sido emitido en operadores de su competencia, el Consejo Audiovisual de Andalucía admitió a trámite la queja el 15 de abril de 2009, en aplicación del apartado 5 del artículo 4 de la Ley 1/2004, según el cual es función del Consejo *adoptar, en el marco de las atribuciones reconocidas en la presente Ley, las medidas necesarias para neutralizar los efectos de la difusión o la introducción en la programación o la publicidad de mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad, muy particularmente cuando estos mensajes o contenidos hayan sido difundidos en horarios de audiencia de público infantil o juvenil, restableciendo los principios que se han visto lesionados.*
3. El anuncio de Supersol al que hace referencia la reclamante forma parte de una campaña de la cadena de supermercados en la que se parodian los contenidos típicos de las telenovelas. En el caso concreto de la queja, el anuncio recrea una escena de celos, en la que una mujer le propina una bofetada a un hombre.



MUJER (enfadada): *¿Otra vez pensando en Sol?* [le da una bofetada]
HOMBRE: *¡Solo estaba pensando en que ahora el plátano canario extra está a solo 1,65 euros el kilo en Supersol!*
MUJER: Olé qué precios

El anuncio tiene una duración de 10 segundos y ha sido emitido por Canal Sur Televisión en horario de protección de menores, tanto en franja de protección reforzada como fuera de ella.

Como se ha indicado, esta publicidad forma parte de una campaña de los supermercados Supersol, formada por varios anuncios de formato y estructura similar: dentro de la parodia de una escena típica de telenovela (con la ambientación musical y puesta en escena habitual del género) un personaje interpela a otro por alguna cuestión característica de estas series (celos, pasiones, broncas familiares). A continuación, buscando un efecto humorístico, el otro personaje responde con una referencia a los precios de Supersol. Seguidamente aparece una imagen del producto promocionado y se finaliza con el slogan de la marca (*Olé qué precios*).

El Consejo no ha encontrado en los anuncios mencionados ningún elemento que pudiera ser susceptible de incumplimientos deontológicos, tal como quedan definidos en el *Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia*. La representación de una escena violenta dentro de un contexto claramente humorístico y paródico imposibilita una lectura literal de la escena. De este modo, la interpretación de esta parodia -que, por su simplicidad e inmediatez, cualquier receptor capta de manera inequívoca- consigue, básicamente, el efecto contrario del que se lograría si este mismo contenido se ofreciese en una telenovela real: minimizar el contenido violento a través del humor. El anuncio, por tanto, constituye un chiste cuyo elemento de atracción no es la violencia representada, sino el efecto humorístico con el que dicha violencia, claramente caricaturizada, se presenta.

Teniendo en cuenta lo anterior, y a propuesta de la Comisión de Contenidos, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los artículos 131.1 y 217 de la reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado por la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, y los artículos 2.1 y 4.14 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA, en su reunión de 14 de mayo de 2009, y previa deliberación de sus miembros, acuerda por UNANIMIDAD, las siguientes decisiones:

PRIMERA: Desestimar la queja presentada sobre el anuncio de la cadena de supermercados Supersol, en tanto que la situación de violencia que se recrea en dicho *spot* es inequívocamente humorística, quedando manifiestamente claro, para cualquier espectador, que se está realizando la parodia de una telenovela. No se aprecian por tanto, ni en este ni en otros anuncios de la campaña, riesgos de



incitación a la agresividad ni a la violencia, ni contenidos denigrantes para la dignidad humana.

SEGUNDA: Notificar esta resolución a las partes interesadas.

Sevilla, a 14 de mayo de 2009

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

A handwritten signature in blue ink is written over a circular official stamp. The stamp is light blue and contains the text 'CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA' around the perimeter and 'El Presidente' at the bottom. The signature is a cursive script that reads 'Juan Montabes Pereira'.

Fdo.: JUAN MONTABES PEREIRA

Fernando Contreras Ibáñez, Secretario General del Consejo Audiovisual de Andalucía, CERTIFICA:

Que en el Pleno del 14 de mayo de 2009 se emitió, según se transcribe, el siguiente voto particular:

Voto particular que presentan los Consejeros D. José M^a Arenzana, D. Carlos del Barco y D^a Carmen Elías en relación con la Resolución 9/2009 sobre un anuncio de la cadena de supermercados Supersol:

Estos consejeros votan favorablemente la resolución puesto que comparten la decisión final de desestimar la queja pero quieren dejar constancia de la discordancia que mantienen con parte de la argumentación previa y, a la vez, de la perplejidad con la que asisten al cambio de opinión de la mayoría del Consejo Audiovisual al analizar los contenidos de las telenovelas en sus diferentes versiones.

Indudablemente, como se dice en el párrafo tercero del punto 3 de la resolución, los personajes de las telenovelas interpretan escenas de temática siempre muy característica (*celos, pasiones, broncas familiares*), es decir ponen en escena diferentes estereotipos. Aceptada esta premisa es evidente que la escena violenta que se representa nunca puede tener una lectura literal, ya sea realizada como una parodia de sentido humorístico, tal es el caso que se analiza, o ya sea dentro del desarrollo argumental de una telenovela.

Esos estereotipos que representan los personajes son aceptados plenamente por la sociedad como puramente ficticios hasta el punto de propiciar situaciones humorísticas como las que ha utilizado para su publicidad *Supersol*. Es curioso, por tanto, y de ahí la perplejidad de estos consejeros, que una argumentación que utilizaron en julio de 2008 para pronunciarse sobre la telenovela *Ángel Rebelde* y que entonces fue desestimada por la mayoría, ahora sea asumida como propia sin reparos.

Lo cual certifico a los efectos de su incorporación al expediente y notificación, en Sevilla, a 14 de mayo de 2009.

EL SECRETARIO GENERAL DEL CONSEJO AUDIOVISUAL

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized letters and a large loop.

Fdo.: Fernando Contreras Ibáñez

