

Decisión 2/2012 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación a falta de señalización en la inserción publicitaria del producto Obegrass Balance en el programa Salvame de Telecinco.

1. El día 9 de febrero de 2012 el Consejo Audiovisual de Andalucía recibió la queja de un particular referida a la falta de señalización en las inserciones publicitarias del producto Obegrass Balance en el programa *Sálvame* de Telecinco. El reclamante mencionaba dos emisiones correspondientes al mes de enero de 2011, en torno a las 16:10 horas, por lo que afirmaba que dicha falta de señalización no parecía tratarse de un hecho aislado.
2. El Consejo Audiovisual de Andalucía admitió a trámite la queja el 14 de febrero de 2012, en aplicación del apartado 21 del artículo 4 de la Ley 1/2004, según el cual es función del Consejo *Vigilar el cumplimiento de lo establecido en la presente Ley y en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y emisión de publicidad, incluidos el patrocinio y la televenta.*
3. El Consejo ha constatado los hechos denunciados en emisiones del programa *Sálvame* correspondientes a los días 12 y 19 de enero de 2011 a las 16:09 horas y 16:11 respectivamente, por tanto dentro del horario de protección de menores.


Tal como expresa el reclamante, la inserción publicitaria no se señala. Dicha publicidad se inserta tras una cortinilla del programa, pero es presentada por una de las colaboradoras del mismo y en el contexto del plató televisivo (de fondo aparecen las imágenes de cabecera de *Sálvame*), con lo que la diferenciación no es lo suficientemente explícita.

La inserción tiene una duración de un minuto y en ella se promociona el producto Obegrass Balance con la siguiente locución:

Pues es bien conocido que el ritmo de vida actual hace que en nuestra alimentación diaria consumamos menos fibra de la que se recomienda para el normal funcionamiento de nuestro organismo. A mí me gusta cuidarme con un poco de ejercicio, dieta sana y, cómo no, con Obegrass Balance, un complemento alimenticio con alto contenido en fibra. Además, para incrementar el aporte de este alimento esencial que tanta falta nos hace podemos ayudarnos con dos sobres al día de nuestro complemento favorito. Y ahora que es el mejor momento para cuidarse, aprovéchate de su promoción 2 x 1 en toda la línea. Con Obegrass Balance me siento bien y ¿cómo me ven ustedes? ¿Me ven mejor? [se oyen piropos y aplausos]

Muchísimas gracias. Si quieres más información llama al 902 202 456 o consulta en la web www.actafarma.com, donde podrás resolver todas tus dudas y te informarán de todo lo que necesites saber. Además, si te encanta cuidarte síguenos en facebook y en twitter. Obegrass Balance es, por supuesto, de laboratorios Actafarma.

Código Seguro de verificación: p81d8bj5bYt fThYnQuKdB jJLYdAU3n8 j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	09/03/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	p81d8bj5bYt fThYnQuKdB jJLYdAU3n8 j	PÁGINA	1 / 3
 p81d8bj5bYt fThYnQuKdB jJLYdAU3n8 j				

Como puede apreciarse, no hay mención alguna a la naturaleza publicitaria de la inserción, ni verbal ni sobreimpresionada (la sobreimpresión de la esquina superior derecha es una autopromoción de la cadena). Tampoco aparece calificación por edad.

Respecto al producto en sí, se trata de un complemento alimenticio, tal como puede comprobarse en la información suministrada en la página web del fabricante, Actafarma:

¿Qué es Obegrass Balance?

Es un **complemento alimenticio** cuyos ingredientes principales son el hidrolizado de proteínas de leche y fibras vegetales, además de Vitamina C.


Gracias a los componentes de su formulación, **Obegrass Balance** ayuda a mantener la dieta y a **evitar picoteos ocasionales** provocados por situaciones de ansiedad o estrés.

En la inserción publicitaria analizada no se le atribuye explícitamente ninguna propiedad sanitaria ni adelgazante y sus efectos se vinculan de manera general al hecho de "sentirse bien" al consumirlo.

4. Conforme a lo establecido en el artículo 2.1 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA, el mismo ejerce sus funciones en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen independientemente de su forma de emisión o tecnología empleada, tanto los gestionados directamente por la Administración en virtud de cualquier título habilitante otorgado por la misma, así como aquellos otros que, por aplicación de la normativa vigente, queden sometidos al ámbito de gestión y tutela de la Administración de la Junta de Andalucía.

Asimismo, entre las funciones que en el artículo 4 le atribuye la Ley 1/2004, está la de recibir peticiones, sugerencias y quejas formuladas por los interesados, ya sean individuales o colectivas a través de las asociaciones que las agrupen, y canalizarlas, en su caso, ante los órganos competentes, manteniendo una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza. Así como, interesar de las Administraciones Públicas con competencias en medios de comunicación audiovisual cuyas emisiones se difundan en Andalucía y no queden sujetas a la competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía, la adopción de medidas correctoras ante conductas contrarias a la legislación vigente en materia de programación de contenidos y emisión de publicidad audiovisuales, en los casos en que proceda.

Por tanto, dado que nos encontramos ante un prestador de servicio de comunicación audiovisual de cobertura estatal, no incluido en el ámbito de actuación de este Consejo, procede trasladar la queja recibida al organismo competente para adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, ante el incumplimiento de la obligación de señalización que pesa sobre el prestador en la emisión de telepromociones que, por sus características podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario,

Código Seguro de verificación: p81d8bj5bYt fThYnQuKdB jJLYdAU3n8 j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	09/03/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	p81d8bj5bYt fThYnQuKdB jJLYdAU3n8 j	PÁGINA	2 / 3
 p81d8bj5bYt fThYnQuKdB jJLYdAU3n8 j				


y ante el eventual incumplimiento que pudiera existir a la vista de la normativa general de publicidad en atención al producto de que se trata.

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 7 de marzo de 2012, y previa deliberación de sus miembros, acuerda por MAYORÍA, las siguientes decisiones:

PRIMERA: Trasladar a la Secretaria a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, adscrita al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la queja recibida, interesando la adopción de las medidas necesarias para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, ante el incumplimiento de la obligación de señalización que pesa sobre el prestador en la emisión de telepromociones que, por sus características podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, y ante el eventual incumplimiento que pudiera existir a la vista de la normativa general de publicidad en atención al producto de que se trata.

En Sevilla, a 7 de marzo de 2012

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Código Seguro de verificación: p81d8bj5bYtfThYnQuKdBjJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
FIRMADO POR	FERNANDEZ SORIANO MARIA EMELINA		FECHA	09/03/2012
ID. FIRMA	10.226.134.100	p81d8bj5bYtfThYnQuKdBjJLYdAU3n8j	PÁGINA	3 / 3
 <p>p81d8bj5bYtfThYnQuKdBjJLYdAU3n8j</p>				