

C-172-94

Santafé de Bogotá, junio 23 de 1994

Señores  
INEXTRA S.A.  
Atn. Sr. Jorge Alberto Uribe  
Ciudad.



Apreciado Señor Uribe:

En nuestra condición de Presidente y Directora Ejecutiva de la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria, nos permitimos transcribir el fallo en el caso de la demanda presentada por COLGATE PALMOLIVE vs. INEXTRA S.A. contra el comercial de referencia: "5 CARIES" CREMA DENTAL CREST, así:

"La Directora Ejecutiva hace las siguientes las siguientes precisiones:

- a.) La demanda presentada por Colgate Palmolive fue admitida por reunir los requisitos de la Comisión.
- b.) De ella se dio traslado a Inextra S.A. para los descargos.
- c.) Los Miembros de la Comisión conocen tanto la demanda como los descargos.

La Comisión entra a deliberar, así: Las afirmaciones del comercial sobre hechos tienen base científica, al igual que las afirmaciones de Colgate Palmolive en la demanda. Este es un típico caso en el que se deben tener en cuenta los pronunciamientos de la NARD y de la ADA.

En el comercial se deben tener en cuenta varios aspectos:

- i) El apelar al miedo de un niño ocasionado por la visita al odontólogo, atenta contra los artículos 8, 16 y 17 del Código que contiene la publicidad que afecta a los niños.

- ii) En el comercial se hace una sobrepromesa consistente en que la "Nueva Crest puede evitar hasta cinco (5) caries más que las otras cremas" que no es comprobable, por tanto induce a confusión en el consumidor.
- iii) En lo relativo a la afirmación de "Hasta ahora 9 de cada diez niños colombianos sufren de caries", la CONARP a raíz de nuevas pruebas aportadas, concluye que esta afirmación tiene que ser sustentada con un estudio actualizado con no más de un (1) año desde la emisión del comercial.
- iv) En lo relativo a la superioridad de un fluoruro sobre otro. Se concluye que técnicamente no se ha definido.

Por lo anterior, la CONARP pronuncia su fallo en los siguientes términos : No puede apelarse al miedo de un niño, por cuanto atenta contra los artículos 8, 16 y 17 del Código de Autorregulación, en la parte del menor. De otra parte, no pueden hacerse promesas en un comercial, que no son comprobables.

Con relación a:

- i) La afirmación: "Hasta ahora 9 de cada 10 niños colombianos sufren de caries", la CONARP por unanimidad manifiesta que este aspecto queda "In Moratorium", hasta tanto se acredite a la Comisión el estudio actualizado que sustente la afirmación; estudio que no podrá tener más de un año. Mientras ello se hace, Inextra S.A. no podrá utilizar esta afirmación.
- ii) Con relación a la superioridad de un fluoruro sobre otro, este aspecto queda también "In Moratorium", hasta tanto se aporte a la Comisión, la asesoría de un experto. Por lo tanto, las dos (2) Compañías no podrán utilizar estos argumentos, hasta cuando los estudios solicitados se le aporten a la Comisión.

Por lo anterior, se sugiere a Inextra S.A. retirar el comercial del aire.

De este fallo, se ordenó remitir copia al Ministerio de Salud y a Inravisión.

La Comisión por unanimidad solicita a la Directora Ejecutiva extractar del acta el fallo para circularlo".

Con un cordial saludo,



JOSE MARIA RAVENTOS RABINAT  
Presidente

MARIA CLARA MICHELSEN SOTO  
Directora Ejecutiva

c.c. Ministerio de Salud  
Inravisión