

CONCEPTO No. 030

Noviembre 20 de 1997

SOLICITANTE DEL CONCEPTO : COLGATE PALMOLIVE

FECHA DE TRASLADO : 27 DE OCTUBRE DE 1997

DENUNCIADO : AGENCIA : SANCHO S.A, ANUNCIANTE : TECNOCLOR S.A

PIEZA PUBLICITARIA DENUNCIADA : COMERCIAL DE TELEVISION DE CLOROX, REF : FORMULA UNICA.

CONCEPTO

Estudiados los argumentos expuestos por el solicitante y las explicaciones y descargos efectuados por el responsable de la creación publicitaria cuestionada, en documentos que integran el presente concepto, la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria realiza las siguientes consideraciones :

1. El solicitante afirma que el comercial de CLOROX, "fórmula antiamarilleo" NO ES VERAZ por cuanto pretende demostrar la efectividad superior de Clorox frente a cualquier otro blanqueador y como prueba adjunta un estudio de la Universidad del Valle el cual afirma que "los productos Ajax blanqueador y Clorox no presentaron amarillamiento en las telas blancas después de seis lavadas en las condiciones establecidas".

En sus descargos, el denunciado sostiene que "la prueba de la Universidad del Valle no ofrece seguridad en sus resultados toda vez que adolece de fallas que afectan las conclusiones a que llega y presenta a su vez los resultados de un estudio interno que concluye que "el resultado de la prueba realizada no ofrece dudas acerca de la superioridad de CLOROX".

Al respecto, considera la Comisión necesario, en primer lugar, precisar que ha sido su reiterada posición la de no dar relevancia probatoria a los análisis y pruebas técnicas realizadas internamente por las empresas que solicitan su pronunciamiento. Como consecuencia, en el caso concreto procede a desestimar el

documental interno presentado por CLOROX, para argumentar su posición.

Por otra parte, estima la Comisión que el análisis efectuado por la Universidad del Valle por la empresa solicitante, carece, en su protocolo, de la indicación de las características físico químicas del agua utilizada para la prueba efectuada.

Teniendo en cuenta que el comercial, en ningún momento, afirma que los blanqueadores eventualmente enfrentados a CLOROX sean los que producen el amarilleo si no que éste fenómeno es ocasionado por las partículas del agua que al adherirse a la tela se oxidan y producen amarilleo, es de especial importancia el agua utilizada en las pruebas. Por lo expuesto, el estudio realizado por la Universidad del Valle, en concepto de la CONARP, carece de los elementos necesarios para ser admisible por la Comisión y, como consecuencia, también debe ser desestimado.

No obstante, en opinión de la CONARP, el eje de la discusión no se centra en que los blanqueadores produzcan o nó el amarilleo por cuanto no es ésta la afirmación contenida en el comercial cuestionado. En efecto, se refiere el comercial al hecho de que las partículas metálicas del agua se adhieren a las prendas ocasionando, con el transcurso del tiempo, la oxidación de esas partículas y, como consecuencia, la apariencia de amarillamiento de la ropa. Predica también que CLOROX contiene una fórmula que aísla las partículas oxidantes del agua y, por lo tanto, impide que éstas produzcan el amarillamiento de las prendas.

Esta cualidad del producto CLOROX no fué objeto del análisis presentado por COLGATE PALMOLIVE ni fué discutida, en ningún momento, por el solicitante del concepto. Contrario sensu, TECNOCOLOR presenta la fórmula antiamarilleo debidamente sustentada y patentada.

2. El solicitante del concepto afirma que "no es válido decir, como se hace en el comercial, que la fórmula de CLOROX sea única". Para sustentar su afirmación transcribe la definición que el diccionario de la Real Academia Española hace de único, en los siguientes términos: "Sólo y sin otro de su especie. Singular, extraordinario, excelente."

Cabe señalar que en comercial en cuestión ~~no se~~ hace mención verbal a ésta condición pero se presenta, en primer plano, la

etiqueta del producto CLOROX que expresa: "Fórmula antiamarilleo, nueva única"

Al respecto, el apoderado de CLOROX afirma y sustenta que CLOROX posee una fórmula para aislar las partículas oxidantes del agua de las prendas, fórmula que se encuentra registrada ante las autoridades públicas. El solicitante, en cambio, no ha demostrado que su producto, o cualquier otro, presente la misma fórmula o que no sea cierto que CLOROX la posee. En opinión de la Comisión, el denunciado apoya su afirmación documentalmente en forma satisfactoria y, como consecuencia, demuestra que es el único que la posee.

Consecuencialmente, para la Comisión es válida la afirmación empleada por TECNOCLOR al publicitar su producto, según la cual CLOROX posee una fórmula única antiamarilleo. Por ésta razón, no se estima que su utilización vulnere las normas autorreguladoras.

3. Cuestiona el solicitante el slogan empleado por el comercial CLOROX ES MEJOR por cuanto según los estudios aportados "no hay diferencia significativa entre los dos productos evaluados" (Blanqueador Ajax y Clorox) en ninguno de los casos objeto de pruebas".

Considera la Comisión que las afirmaciones de superioridad en relación con aspectos técnicos y objetivos se encuentran sujetas a las demostraciones necesarias para su utilización. No obstante, en el caso estudiado, es evidente para la CONARP el contexto subjetivo y constituye parte de un slogan como muchos otros utilizados en la publicidad colombiana, que no exige demostración y que, además, ha sido utilizado por cerca de 5 años sin objeción

4. El solicitante reclama se pronuncie la comisión contra el uso de la letra X roja utilizada en el comercial por cuanto ésta pretende establecer una relación directa a su marca AJAX limpiador más blanqueador que emplea un logotipo en letras rojas con un grafismo similar al del logotipo de su producto.

En sus descargos, afirma el apoderado de TECNOCLOR que no es su intención hacer referencia a AJAX y califica la objeción del demandante como "desacertada e improcedente".

Si bien la Comisión no se pronuncia ni califica las intenciones o motivaciones de las partes en conflicto, considera, por una parte, que no puede restringir la utilización de letras y grafismos por una

supuesta similitud, que en éste caso adicionalmente no vé la Comisión, con otros utilizados por productos de la competencia.

Por otra parte, la X representa históricamente, la no identificación de un producto específico. No puede atribuírsela como única y reservada a un sólo producto.

Como consecuencia, en concepto de la CONARP, éste cargo tampoco prospera.

Con fundamento en las consideraciones expuestas la CONARP, expide el siguiente concepto

CONCEPTO

El comercial de la firma TECNOCLOR , de su producto CLOROX, fórmula antiamarilleo, NO es violatorio de las normas contenidas en el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria.

Se expide en Santa Fe de Bogotá, D.C., a los 20 días del mes de noviembre de 1997.

Como constancia firman quienes intervinieron :


CLAUDIA DE FRANCISCO

SAMUEL DEL CASTILLO


JARDANY SUAREZ

CARLOS DELGADO

RAFAEL DE NICOLAS