



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONCEPTO No.053

FECHA: NOVIEMBRE 30 DE 2000

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES

1.1 SOLICITANTE

Nombre: William García Olano c.c.19.413.263
Calidad: Consumidor Independiente
Pieza publicitaria: Comercial de televisión de Piotox de referencia "Bolsa"
Fecha de presentación de la solicitud: Noviembre 14 de 2000
Pruebas presentadas: Las relacionadas en la solicitud.
Fecha de traslado: Noviembre 14 de 2000

1.2 DENUNCIADO

Nombre: Charlot Publicidad.- JGB, PIOTOX
Fecha de presentación de la respuesta: 21 de noviembre de 2000
Pruebas y anexos: Las indicadas en el memorial de respuesta.

2. NORMAS DEL CODIGO DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA QUE SE CONSIDERAN VIOLADAS POR EL SOLICITANTE:

Conforme a los argumentos del solicitante, en la publicidad referida se incurriría, a su juicio, en violación de los artículos del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP) y del Código del Menor.

3. ANTECEDENTES

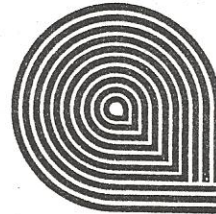
3.1 El señor William García Olano, con cédula 19.413.263 de Bogotá, acude a la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria, en su condición de consumidor, para solicitar concepto en relación con la pieza compuesta por un comercial de televisión con referencia: "Bolsa".

3.2 El señor García objeta la pieza arriba mencionada por considerar que ésta escenifica una situación nada ejemplarizante para otros menores de edad que, pueden incurrir en suicidio, inducidos por la campaña poco didáctica. Agrega que, adicionalmente, la pieza es violatoria del Código del Menor, toda vez que se pone en peligro la vida de un menor de edad.

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFE DE BOGOTA - COLOMBIA

U.C.E.P.
Calle 94A No. 11A-73
Tel. 611 32 50
Santafé de Bogotá D.C.



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

3.3 Charlot Publicidad se hace parte en la emisión del concepto solicitado a la CONARP, mediante la presentación de descargos y la consignación de la suma exigida de conformidad con el literal b del artículo octavo de la resolución 002 de 1998.

4. ARGUMENTOS DE LAS PARTES:

4.1 SOLICITANTE: Estima el solicitante del concepto que constituye el OBJETO DE LA VIOLACION, lo expuesto en la solicitud de concepto de fecha de noviembre 14 de 2000, la cual se anexa y forma parte integrante del presente documento.

4.2 DESCARGOS DEL DENUNCIADO: El responsable de la creación publicitaria presenta descargos mediante documento del 21 de noviembre de 2000, el cual se anexa y forma parte integrante del presente documento.

5. EVALUACION DE LOS CARGOS Y DESCARGOS

Ahora bien, las consideraciones de la CONARP, son como siguen:

Señala el Código de Autorregulación Publicitaria, y así ha sido ampliamente desarrollado por la Comisión, que los anuncios publicitarios deben ser considerados como un todo. Y como tal ha sido visto y será analizado por la Comisión el comercial de Piotox, referencia Bolsa, pues no puede ser desmembrado, como pretende el denunciado, para considerar que la parte que contiene " el mensaje fuerte y esencia fundamental de la pieza" es el audio. Debe señalarse, por lo demás, que el comercial no tiene audio que afirme, como pretende el denunciado, " así no; PIOTOX la forma de acabar con los piojos" sino que, al finalizar el comercial un generador señala " PIOTOX, la otra forma de matar los piojos".

Tampoco se observa supervisión de adultos en actitud de censura; la escenificación sí es clara en poner en riesgo la vida del joven y nadie, mucho menos el consumidor al que evidentemente no se le explica la posibilidad de orificios en la bolsa, puede inferir lo que afirma el denunciado.

Nada en el comercial en cuestión es ejemplarizante y no aparece rechazo a una actitud ni solución correcta al problema. Es más, afirmar " la otra forma de matar los piojos" implica que la que se muestra en el anuncio es correcta.

Quiere la Comisión sentar su protesta por los términos no acordes a la realidad usados por el denunciado para su defensa.

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP Calle 94A No. 11A-73
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFÉ DE BOGOTÁ - COLOMBIA

UCEP.
Calle 94A No. 11A-73
Tel. 511 32 50
Santafé de Bogotá D.C.



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

Por si fuera poco el artículo 45 del Código dispone: " Los niños no pueden actuar en anuncios que presenten situaciones que, objetivamente, en la situación real entrañen riesgo o peligro para la vida". Y visto el comercial como un todo, desvirtuados los argumentos del denunciado es claro que está comprobado el riesgo de muerte por asfixia al colocarse en la cabeza, de menor o adulto, una bolsa plástica.

Aún con base en la facultad de pronunciarse de oficio, la Comisión ha examinado los comerciales referencia horno y niño mismo anunciante y son igualmente contrarios al Código.

Debe señalarse también que el artículo 8 señala que los anuncios deben cumplir las normas legales y el Código del Menor prohíbe, igualmente, esta conducta.

Con base en lo dicho, los comerciales de PIOTOX violan los artículos 8 y 45 del Código de Autoregulación Publicitaria y deberán ser retirados del aire.

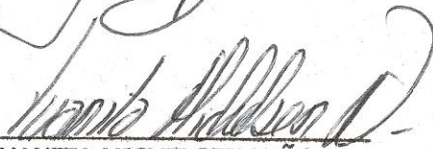
6. CONCEPTO


Esta Comisión concluye que el comercial de PIOTOX de JGB, viola las normas establecidas en el CCAP, tal y como quedó expresado.

En consecuencia, esta Comisión en consecuencia con las conclusiones anteriores, recomienda a JGB y a Charlot Publicidad, no volver a emplear el comercial aquí analizado.

Dado en Bogotá D.C., a los 30 días del mes de noviembre de 2000.


JARDANY SUÁREZ RAMÍREZ


JUANITA MICHELSEN NIÑO


SAMUEL DEL CASTILLO ORDOÑEZ


XIMENA TAPIAS DELPORTE

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP Calle 94A No. 11A-73
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFÉ DE BOGOTÁ - COLOMBIA

U.C.E.P.
Calle 94A No. 11A-73
Tel. 511 32 50
Santafé de Bogotá D.C.