



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

**COMISION NACIONAL DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA**

**FORMATO No. 08**

**CONCEPTO No. 022**

**FECHA : FEBRERO 7 DE 1.997**

**1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES**

**1.1. SOLICITANTE :**

NOMBRE : INEXTRA S.A.  
CALIDAD : Jorge Alberto Uribe  
Gerente General

**PIEZA PUBLICITARIA : Comerciales de Televisión : "Aceite de cocina con Color" , "Jugo de Mora" , "Lápiz Labial".**

**Producto Detergente FAB TOTAL.**

FECHA DE PRESENTACION  
DE LA SOLICITUD

Diciembre 2 de 1996

PRUEBAS PRESENTADAS :

Presentación de formatos de los comerciales de :

1. Aceite de cocina con color
2. Mancha de jugo de mora
3. Lápiz Labial

FECHA DE TRASLADO : Diciembre 2 de 1.996

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP



**CONARP**

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

**1.2. DENUNCIADO : COLGATE -PALMOLIVE**

FECHA DE PRESENTACION  
RESPUESTA

Diciembre 10 de 1.996

PRUEBAS Y ANEXOS :

1. Reel de comerciales :
  - a. Cerveza-gaseosa
  - b. Crema dental Fluocardent - Crest - Colgate
  - c. Indega - Pepsi
2. Story Boards comerciales demandados.

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

Conforme a los argumentos que se anexan al presente concepto, contenidos en oficio de Diciembre 2 de 1.996 procedente de la Dirección Ejecutiva, y que forman parte integrante del presente concepto, se considera que en la publicidad referida se incurre en violación de los artículos 42o., 44o. y 45o. del Código de Autorregulación Publicitaria.

**3. ARGUMENTOS DE LAS PARTES :**

**3.1. SOLICITANTE :**

Estima el solicitante del concepto que constituye OBJETO DE LA VIOLACION lo siguiente :

CARGO UNICO

LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE FAB TOTAL (Referencia en Tiendas "Aceite de Cocina con Color", "Jugo de Mora" y "Lápiz Labial") CONSTITUYE UN PLAGIO MANIFIESTO DEL FORMATO Y EJECUCIONES DE LA CAMPAÑA DE **ARIEL CON BLANQUEADOR** (Referencia Supermarket "Aceite de Cocina", "Jugo de Mora" y "Lápiz Labial") CREANDO GRAVE CONFUSION ENTRE LAS CONSUMIDORAS.

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP



Presentan formato de la campaña teniendo en cuenta básicamente los siguientes puntos:

- a. Establecimiento de locación y abordaje
- b. Invitación a realizar una prueba
- c. Demostración Side-by-Side
- d. Cierre del comercial

la A la vez presentan la similitud evidente en la campaña de FAB TOTAL con campaña de ARIEL CON BLANQUEADOR.

### 3.2. DESCARGOS DEL DENUNCIADO :

El responsable de la creación publicitaria presenta unos antecedentes que pretenden desvirtuar los cargos por supuesta violación del Código 1 Colombiano de Autorregulación Publicitaria en los términos que se exponen en el documento de Diciembre 10 de 1.996 y que forman parte integrante del presente concepto.

#### CARGO UNICO

LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE FAB TOTAL (Referencia en Tiendas "Aceite de Cocina con Color", "Jugo de Mora" y "Lápiz Labial") CONSTITUYE UN PLAGIO MANIFIESTO DEL FORMATO Y EJECUCIONES DE LA CAMPAÑA DE ARIEL CON BLANQUEADOR (Referencia Supermarket "Aceite de Cocina", "Jugo de Mora" y "Lápiz Labial") CREANDO GRAVE CONFUSION ENTRE LAS CONSUMIDORAS.

El denunciado a través de la presentación de argumentos trata de demostrar que de ninguna manera se están violando los Artículos 42o., 44o. y 45o. del Código de Autorregulación Publicitaria a través de la explicación de las comparaciones entre los comerciales de cerveza - gaseosa, crema dental Fluocardent - Crest - Colgate e Indega - Pepsi; mostrando que esa unidad comparativa es válida puesto que es una imitación cuyo recurso es creativo.

#### CONSIDERACIONES

Efectuado el estudio de los argumentos expuestos por el solicitante y el denunciado, la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria realiza las siguientes consideraciones al resolver el caso de la referencia y analizando los cargos presentados por INEXTRA S.A. teniendo en cuenta los argumentos existentes en el expediente, con el fin de establecer si tiene la razón la firma en mención.



## Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

Respecto al cargo único que dice :

### CARGO UNICO

LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE FAB TOTAL (Referencia en Tiendas "Aceite de Cocina con Color", "Jugo de Mora" y "Lápiz Labial") CONSTITUYE UN PLAGIO MANIFIESTO DEL FORMATO Y EJECUCIONES DE LA CAMPAÑA DE ARIEL CON BLANQUEADOR (Referencia Supermarket "Aceite de Cocina", "Jugo de Mora" y "Lápiz Labial") CREANDO GRAVE CONFUSION ENTRE LAS CONSUMIDORAS. Observamos :

Procede la Comisión a analizar las disposiciones que se estiman vulneradas y aquellas que, en su opinión, le son aplicables :

En cuanto al artículo 42 de reza : "El anuncio no podrá utilizar las marcas, lemas, temas y conceptos de terceros, especialmente cuando se trate de elementos reconocidos o asociables con otro anunciante".

Considera la Comisión que tal disposición no le es aplicable en tanto ésta se refiere a la utilización de éstos conceptos para identificar el producto propio. En primer lugar, no se está utilizando marca, lema o tema asociable con otro anunciante. En segundo lugar, en el caso en estudio es indudable que se pretende que el consumidor identifique el producto de la competencia haciendo para esto una referencia a un comercial cuya respuesta se pretende con el comercial demandado.

En cuanto al artículo 44 : "No se permitirá el anuncio basado en el plagio o imitación, excepto en aquellos casos en los cuales la imitación sea un deliberado y evidente recurso creativo".

Con la misma consideración anterior debe admitirse que la imitación o simulación utilizada en el comercial se efectúa como un recurso para identificar el comercial al cual se reacciona.

Y el artículo 45 que dice : "Tampoco se permitirá el anuncio que entrañe una confusión con cualquier obra de creación anterior".

Como se manifestó, el comercial pretende identificar un anuncio anterior de la competencia como consecuencia, en opinión de la Comisión, no se genera confusión al consumidor.



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

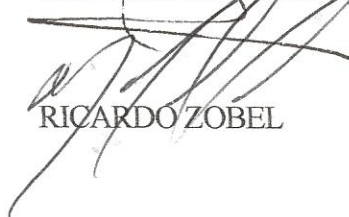
**CONCEPTO**

Por las consideraciones expuestas, en concepto de la COMISION NACIONAL DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA, el comercial sometido a estudio NO VIOLA los artículos 42o., 44o. y 45o. del Código de Autorregulación.

  
**RICARDO BELTRAN CORTES**

  
**CARLOS DELGADO PEREIRA**

  
**RAFAEL DE NICOLAS**

  
**RICARDO ZOBEL**