

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONCEPTO No. 052

FECHA : JUNIO 8 DEL 2000

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES

1.1 SOLICITANTE

Nombre: JUANA SARMIENTO JARAMILLO
Calidad: Apoderada de: ORBITEL S.A. ESP
Pieza Publicitaria: Piezas publicitarias en televisión, en prensa y en línea de atención 170 que componen la campaña de referencia: "Porqué Maximiliano llama tanto a mamá?".
Fecha de Presentación de la solicitud: 12 de mayo del 2000
Pruebas presentadas: Las relacionadas en la solicitud
Fecha de Traslado: 15 de mayo del 2000

1.2 DENUNCIADO

Nombre: RAFAEL DE GUZMAN
Calidad: Representante Legal de LOWE/SSPM
Fecha de Presentación de la respuesta: 19 de mayo del 2000 en memorial que NO cumple con la totalidad de los requisitos exigidos por la Resolución 002 de 1998
Pruebas y Anexos: Las relacionadas 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 7, 8, 9 y 15 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP).

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ANDA 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. 511 32 50
Santafé de Bogotá D.C.



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria **CONARP**

3. ANTECEDENTES

- 3.1 LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE SANTAFE DE BOGOTA - ETB, produce y pauta en asocio con la agencia LOWE/SSPM, la campaña publicitaria compuesta por comerciales de televisión, avisos en prensa y línea de atención 170 con referencia "Porqué Maximiliano llama tanto a su mamá?".
- 3.2 ORBITEL S.A. E.S.P., a través de apoderada, objeta las piezas arriba identificadas, alegando que viola los artículos 7, 8, 9 y 15 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP).
- 3.3 La E.T.B. y LOWE/SSPM., allegan memorial en el que manifiestan su voluntad de marginarse del sistema de autorregulación, con lo que no se someten al concepto de la CONARP y no autorizan la divulgación de ninguna decisión ni de ningún documento que componen la presente actuación.

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 12 de mayo del 2000, la cual se anexa y forma parte integrante del presente documento.
- 4.2 *DESCARGOS DEL DENUNCIADO:* El responsable de la creación publicitaria no presenta descargos por razones que aduce en memorial de fecha 19 de mayo y al cual se referirá mas adelante la Comisión.

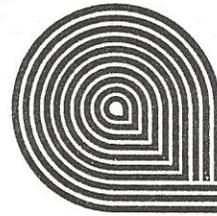
5. CONSIDERACIONES PREVIAS

La CONARP procede en el caso materia de este concepto, a hacer referencia a los siguientes puntos, los cuales corresponden a los planteamientos realizados por la ETB y LOWE/SSPM en documento que se anexa al presente documento, así :

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

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



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

1. **COMPETENCIA DE LA CONARP.**- Estima el documento en comento que la competencia de la CONARP se pierde toda vez que el solicitante del concepto ha acudido a una instancia legal de manera previa, con lo que dejaría sin efecto práctico el pronunciamiento ético de la CONARP. Luego de entender y estudiar las razones aducidas por LOWE/SSPM y la ETB, la Comisión se permite hacer las siguientes precisiones:

Ha dicho en repetidas ocasiones esta Comisión, que la instancia ética no deroga la jurídica, ello en razón a que la ética va mas allá del derecho, de lo meramente jurídico, generando como consecuencia incluso que existan conceptos sobre un mismo tema que resulten ser diferentes en cuanto que sean jurídicamente correctos e incorrectos desde el punto de vista ético. En consecuencia, la competencia de la CONARP surge en razón a que esta Comisión es una instancia de naturaleza ética, a la que acuden voluntariamente las partes.

En ese sentido, la CONARP no es mas que una instancia de naturaleza privada, creada por el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, el cual es un conjunto de principios que tienen como fin proteger la ética publicitaria y en ese sentido puede acudirse a ambas instancias sin que una prevenga la actuación de la otra.

La rendición de un concepto por parte de la CONARP no implica, en consecuencia, una derogatoria de la justicia ordinaria, ni impide a cualquiera de las partes acudir ante cualquier entidad jurisdiccional, no obstante su manifestación de acogerse al concepto, el cual no se da en derecho. Debe incluso señalarse que dado lo aquí expuesto, no siempre el fallo ético debe coincidir con el jurídico pues no todo lo ético es jurídico, no obstante lo contrario si debe ser cierto, esto es, todo lo jurídico debe ser ético.

2. **PUBLICIDAD DEL FALLO.**- En el mismo escrito, solicitan la ETB y LOWE/ SSPM, que no se autorice la divulgación de ninguna decisión ni de ningún documento vinculado con este caso, pues consideran que debe mantenerse como correspondencia oficial y privada. Al respecto se señala:
 - a. Debe dejarse en claro que cuando las partes autorizan la publicación del fallo, ésta no es para fines comerciales o como argumento publicitario, sino para efectos de que el sector publicitario y quienes acudan a la instancia ética de la CONARP puedan conocer la doctrina de la Comisión.

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 611 32 50

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

UCEP.

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



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

- b. Dicho lo anterior y como quiera que una de las partes no se hace parte del presente proceso, no expedirá esta Comisión copias del presente documento a personas diferentes a las involucradas en él y advertirá al solicitante de esta circunstancia para que no lo copie.
- c. No obstante lo anterior quiere esta Comisión expresar que, dada la eventualidad de que haya solicitud expresa de autoridad administrativa o legal competente para que se emitan copias del presente fallo, no podrá negarse en razón a que no existe, legalmente, reserva alguna que se lo impida.

7. EVALUACION DE LOS CARGOS Y DESCARGOS

Ahora bien, no obstante lo anterior, las consideraciones de la CONARP hubieran sido como siguen, en el evento en el que ETB y LOWE/SSPM se hubiera hecho parte en el proceso:

- a. ORBITEL S.A. ESP, reclama que los comerciales de televisión arriba señalados, los avisos en prensa y la línea 170 que componen la campaña de referencia "Porqué Maximiliano llama tanto a su mamá?", son constitutivos de publicidad engañosa y que en consecuencia violan el CCAP.
- b. Agrega el solicitante que se trata de publicidad engañosa toda vez que no insinúa siquiera que la misma se encuentra sujeta a restricciones; es una promoción tan amplia y generosa como en principio se señala y que en consecuencia no brinda al consumidor ningún elemento a través del cual se logre inferir esta circunstancia.
- c. En relación con la línea 170, se informa en las piezas publicitarias materia de este concepto que debe llamarse para obtener mayor información en la línea de atención, pero expresa el solicitante que no se indica que deba llamarse para conocer las limitaciones de la promoción.
- d. De la revisión de las piezas aparece claramente demostrado el hecho de que, para poder inscribir el número telefónico de quien se acoge a la promoción, es absolutamente necesario llamar a la línea 170 (línea de atención al cliente de la E.T.B.), momento en el cual se informan las restricciones y las condiciones que se aplican a la promoción.

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A.

UCEP

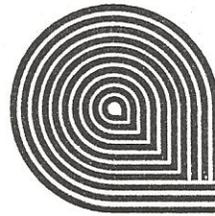
U.C.E.P.

Calle 94A No. 11A-73

Tel. 511 32 50

Santafé de Bogotá D.C.

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



CONARP

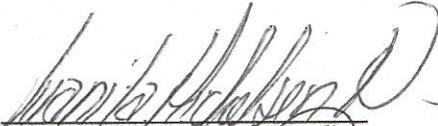
Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

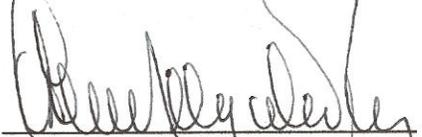
- e. Del análisis de las piezas allegadas debe mencionarse que en varias de ellas se hace referencia a las condiciones que aplican a la promoción, así como las limitaciones de consumo, no obstante el objetivo de comunicación de las piezas es el de referir al consumidor a la línea 170.
- f. Considera esta Comisión importante recalcar que es imposible que una persona se registre en la promoción, sin antes llamar a la línea 170, en donde se informan todas las condiciones del plan y se confirma que el usuario entendió las restricciones y limitaciones, sin que el solo hecho de llamar implique la aceptación de la oferta.

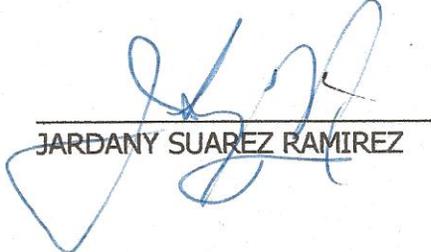
8. CONCEPTO

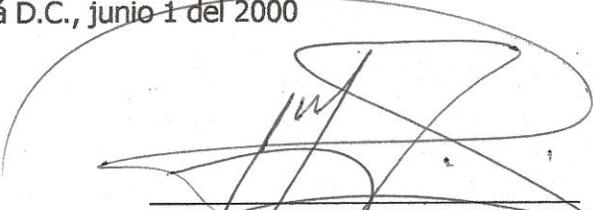
Por lo anteriormente expuesto y de haberse tenido que pronunciar de fondo, hubiera concluido esta Comisión que la campaña de la empresa E.T.B desarrollada conjuntamente con LOWE/SSPM no induce a engaño al consumidor ni confunde al público pues el objeto del proceso de comunicación así planteado, es el de despertar interés en el producto o promoción. En consecuencia, no violan las normas del Código tal y como queda señalado en las consideraciones arriba mencionadas.

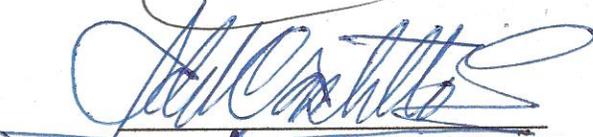
Dado en la ciudad de Santafé de Bogotá D.C., junio 1 del 2000

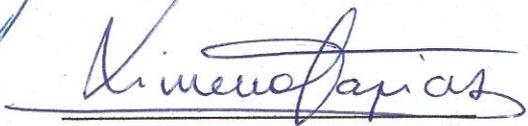

JUANITA MICHELSEN NIÑO


CARLOS DELGADO-PEREIRA


JARDANY SUAREZ RAMIREZ


LUIS ALFONSO TEJADA OROSCÓ


SAMUEL DEL CASTILLO ORDONEZ


XIMENA TAPIAS DELPORTE

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 10 - 611 32 50

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
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.