

CONARP
Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONCEPTO No. 042

FECHA : AGOSTO 5 DE 1999

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES

1.1 SOLICITANTE

Nombre: CB PUBLICIDAD
Calidad: Agencia de Publicidad de TELECOM
Pieza publicitaria: Comercial de televisión en contraste de "Sale el 9, entra el 5"
Fecha de presentación de la solicitud: Julio 12 de 1999
Pruebas presentadas: Las relacionadas en la solicitud.
Fecha de traslado: Julio 13 de 1999

1.2 DENUNCIADO

Nombre: McCANN ERICKSON - ORBITEL
Fecha de presentación de la respuesta: Julio 19 de 1999
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 11,13,34,35,36 y 37 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria. (CCAP).

3. ANTECEDENTES

3.1 Orbitel, en compañía de la agencia McCann Erickson de Colombia, produce y pauta la pieza publicitarias de televisión en alto contraste, del producto 05 de Orbitel compuesta por comercial de televisión con referencia: "Sale el 9 entra el 5".

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

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



CONARP
Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

3.2 CB Publicidad, (TELECOM), a través de su Presidente, objeta la pieza arriba identificada, alegando que viola los artículos 11,13,34,35,36 y 37 del CCAP.

3.3 Orbitel 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 julio 12 de 1999, 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 19 de julio de 1999, el cual se anexa y forma parte integrante del presente documento.

5. CONSIDERACIONES PREVIAS

Previa la iniciación de las deliberaciones de la CONARP, la doctora Ximena Tapias, manifiesta su intención de declararse impedida para participar tanto en la discusión del caso como en la emisión del concepto. Lo anterior, en virtud de razones de índole personal que la vinculan con una de las partes en el caso que se consulta, no obstante no existir este tipo de prohibición o previsión dentro del CCAP o de las resoluciones que lo reglamentan.

6. COMPETENCIA

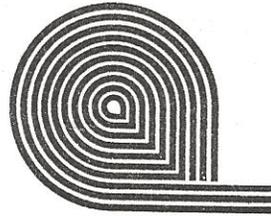
ORBITEL solicita a esta Comisión que se pronuncie en relación con una posible pérdida de competencia relacionada con el caso materia de este concepto, en virtud a que éste se encuentra en conocimiento de la justicia ordinaria (Superintendencia de Industria y Comercio).

Al respecto, la CONARP, hace las siguientes precisiones:

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 - SANTAFÉ DE BOGOTÁ - COLOMBIA

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



CONARP
Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

- a. 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 y manifiestan su voluntad de someterse a su concepto.
- b. La rendición de un concepto de la CONARP no implica 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 es en derecho y en consecuencia es de naturaleza ética.

7. EVALUACION DE LOS CARGOS Y DESCARGOS

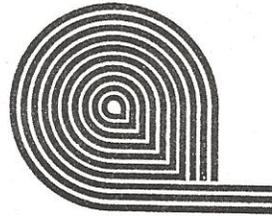
Ahora bien, las consideraciones de la CONARP, son como siguen :

- a. Cuando se anuncia la salida del jugador 09 el video muestra que las manos tienen el pulgar hacia abajo (clásico signo de rechazo y condenación) y el audio deja oír rechiflas y gritos de descontento con el 09, mientras que cuando se anuncia la entrada del jugador 05, las manos y voces expresan satisfacción y acuerdo con el cambio realizado.
- b. Dándose estas escenas en un ambiente emocional y físicamente deportivo, la implicación directa es que hay desaprobación por mal desempeño para el jugador 09, y que éste tiene que salir por "malo" y dejar de participar en el juego donde es reemplazado por el jugador 05 cuya entrada recibe la aprobación y aplauso de los espectadores.
- c. Como estos eventos no ocurren en el mercado "real" de telecomunicaciones de larga distancia en que los "jugadores" 05 y 09 compiten simultáneamente, la Comisión considera que el comercial muestra un repudio y rechazo al 09 que es DENIGRATORIO de su capacidad técnica de prestar el servicio requerido e implícitamente busca llevar al consumidor a la creencia de que este jugador ha sido expulsado y ha salido del juego.
- d. El comercial de 05 ORBITEL pretende claramente ser publicidad comparativa pero es evidente que no compara "hechos o datos objetivos y comparables" como lo señala el artículo 34a) del CCAP ni "da a conocer al consumidor beneficios, ventajas y diferencias objetivas de los productos anunciados, SIN DENIGRAR del producto enfrentado" como establece el artículo 34b) que enuncia que la Publicidad Comparativa "no debe dar lugar a confusión entre el anunciante y el competidor afectado" como ocurre al sugerir que el jugador 09 sale del juego por falta de capacidad.

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 10 - 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.



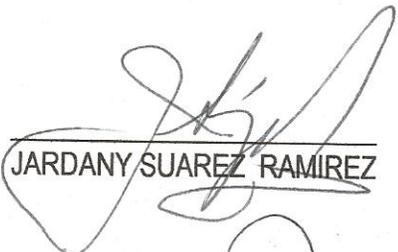
7. CONCEPTO

Con base en los análisis y consideraciones anteriores, esta Comisión concluye que el comercial de 05-ORBITEL, no cumple con las normas establecidas en los artículos 11,13, 34,35,36 y 37 del CCAP.

Esta Comisión quiere poner de presente que el cumplimiento de dichas normas recae tanto en el Anunciante como en su Agencia de Publicidad, y que aún, en el caso de que el primero aduzca no conocer el contenido total del CCAP, como ocurre en esta oportunidad, este vacío debe ser llenado por la Agencia de Publicidad, la cual como miembro de la UCEP, está en la necesidad de conocerlo y respetarlo.

Con base en lo anterior, la Comisión considera que las piezas estudiadas violan los artículos 11, 13, 34, 35, 36 y 37 del CCAP ; por lo que recomienda a 05-ORBITEL no volver a emplear el comercial aquí analizado, sin antes retirar del mismo los elementos que esta Comisión ha encontrado que violan las normas del CCAP.

Dado en Santafé de Bogotá D.C., a los 5 días del mes de agosto de 1999.


JARDANY SUAREZ RAMIREZ


SAMUEL DEL CASTILLO


CARLOS DELGADO PEREIRA


JUANITA MICHELSEN


RAFAEL DE NICOLAS GOMEZ