

Santiago, 9 de diciembre de 2024

Señor
José Luis Leiva
p.p. Edson Paul Pavez Molina
Grupo UR Garbia S.A.
Presente

De nuestra consideración:

Por medio de la presente, venimos en hacerles presente que hemos recibido un reclamo de desacato presentado por Duracell U.S. Operations, Inc. respecto del dictamen ético emitido en el caso Rol N° 1262/2024, Duracell Vs. Edson Paul Pavez Molina/Grupo UR, relacionado con cierta publicidad del producto "Duradrink", proceso de autorregulación ética publicitaria en el cual uds. participaron presentando sus descargos y argumentos.

En el reclamo de desacato referido, se indica que la publicidad materia del dictamen ético emitido en este caso continúa exhibiéndose en redes sociales y plataformas de venta según daría cuenta el material acompañado, por lo que de acuerdo con la solicitud de la empresa reclamante procedería declarar el desacato de la resolución citada.

Acusamos recibo de su comunicación vía correo electrónico en la cual sugiere que la parte reclamante trate en forma directa, sin necesidad de recurrir a instancias como ésta *"para tratar de lograr un resultado que no tiene sustento jurídico"*; y en la que señala que *"cualquier intento de desprestigiar su marca y empresa, será respondida, entendiéndose que cumple con todos los estándares y normas del ordenamiento jurídico vigente"*. Agrega, en su comunicación que no hay fundamento para impetrar alguna gestión adicional del CONAR, que no puede afectar otras garantías constitucionales, como sería el derecho a la honra de la reclamada, y que entiende que el rol del Consejo es meramente consultivo, sin carácter jurisdiccional, debiendo limitarse a recomendar una cierta conducta a los interesados.

Sobre el particular, estimamos necesario precisar a Ud. lo siguiente:

- 1.- CONAR es un organismo de autorregulación, con más de 36 años de existencia, cuya misión es promover las buenas prácticas en materia publicitaria y que las comunicaciones publicitarias se enmarquen en reglas y principios éticos acordados por la industria, promoviendo así la confianza del público en la publicidad y al ejercicio de una actividad publicitaria responsable.

En el cumplimiento de esa misión, muy importante para el desarrollo económico del país, actúa como tribunal de honor para conocer de las controversias éticas que se le plantean, relacionadas con piezas publicitarias y su cumplimiento de las normas

contenidas en el Código Chileno de Ética Publicitaria, pronunciándose respecto de la eventual infracción a alguna de esas normas, y si corresponde cesar en la difusión de la misma en caso de adolecer de alguna objeción ética.

- 2.- Como todo organismo de autorregulación, sus decisiones son obligatorias para las entidades que son socias de CONAR y sus asociados, o aquellas que han aceptado voluntariamente someterse a su competencia. Muchas empresas no asociadas a matrices de CONAR se han sometido a este procedimiento acatando sus resoluciones porque estiman de gran valor para la responsabilidad corporativa cumplir con altos estándares éticos en sus comunicaciones publicitarias.
- 3.- El Jurado de CONAR emite decisiones éticas orientadoras para la industria, que puedan ser relevantes para los consumidores o para la actividad publicitaria. Esta prerrogativa no es sino consecuencia del ejercicio de la libertad de expresión garantizada por nuestra Constitución Política de la República que permite emitir opinión, sin censura previa, siendo el ejercicio de tal derecho un pilar fundamental de un estado democrático como el nuestro.
- 4.- En el caso al que se refiere su correo, CONAR procedió de acuerdo con el procedimiento establecido y en el cual la empresa que Ud. representa decidió participar presentando sus descargos, entendiendo con ello que Ud. y la empresa que representa valoran a la ética como valor fundamental para el desarrollo de una leal y sana competencia.
- 5.- En virtud de lo señalado, pretender de su parte que no se haga público un dictamen ético de esta naturaleza constituye una amenaza de censura previa que atenta contra la libertad de expresión y de emitir opinión, justamente garantizada en la garantía constitucional pertinente y en la normativa que cita en su correo, y que CONAR considera un pilar fundamental de su quehacer y de la actividad publicitaria del país.

Sin perjuicio de lo ya expresado y tras revisar las presentaciones de las partes en este asunto, el Consejo ha determinado lo siguiente:

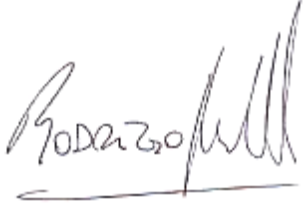
- a) Que, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 25º del Reglamento de Funciones y Procedimientos de CONAR, los acuerdos serán obligatorios desde su notificación a las partes. En el mismo sentido, el artículo 20º señala que los acuerdos son de cumplimiento inmediato, a menos que el Jurado acuerde, en casos debidamente justificados y a solicitud de parte, diferir dicho cumplimiento por un plazo razonable. Estas normas se encuentran publicadas en el sitio de CONAR, y se presume que son conocidas por las partes que intervienen en la tramitación de los reclamos por infracción al Código Chileno de Ética Publicitaria.
- b) Que, el hecho que las partes voluntariamente se hayan sometido a las decisiones de CONAR, implica un nivel de compromiso serio con la ética publicitaria y la autorregulación, que implica tomar todas las medidas para dar cumplimiento a las resoluciones de inmediato y no postergarlas, pues de lo contrario, se afecta la

credibilidad del público en la publicidad y de los propios sistemas de autorregulación.

- c) Que, los propios tribunales de justicia han reconocido la labor de CONAR y la obligatoriedad de sus pronunciamientos para las entidades que forman parte de sus asociadas, pero también para las entidades que se han sometido voluntariamente a su pronunciamiento ético respecto de una publicidad. Al respecto, la Corte de Apelaciones de Santiago¹, al pronunciarse sobre un recurso de protección dispuso lo siguiente: *“Que cabe recordar que el CONAR, es una entidad creada por los actores de la actividad publicitaria para servir de instrumento en la preservación de la libertad de expresión comercial, al coadyuvar a que la comunicación publicitaria se desarrolle responsablemente. Su normativa dispone que cualquier entidad o persona puede denunciar la existencia de una publicidad inadecuada, pudiendo tanto sus asociados como terceros ajenos someterse a los procedimientos del CONAR, quedando obligados respecto a los pronunciamientos de éste, según se infiere de los artículos 23, 25 y 26 del Reglamento que le rige, todo ello una vez notificado el pronunciamiento. El mismo reglamento, en su artículo 27, señala que los acuerdos y recomendaciones del CONAR son públicos, una vez que ellos queden ejecutoriados.”*
- d) Que, dicho lo anterior, y de acuerdo a los antecedentes tenidos a la vista por el CONAR, se ha acreditado que la publicidad que fue objetada en el Dictamen Ético emitido en el caso 1262/2024 continúa difundándose por distintas plataformas, de manera tal que corresponde declarar el desacato de la parte reclamada.
- e) Que, se dispone que el presente desacato sea publicado en la página web del Conar.
- f) Que, lo anterior se entiende sin perjuicio del deber de la reclamada de discontinuar la difusión de las piezas objetadas que aún se encuentren exhibiéndose.
- g) Que, todo lo anterior se ha dispuesto dando aplicación al Reglamento que la propia reclamada aceptó al momento de participar en el proceso seguido ante CONAR, y no es aceptable que luego de la tramitación del reclamo y ante un dictamen desfavorable, argumente que lo resuelto no tiene sustento jurídico o sugiera que las medidas que pueda legítimamente adoptar CONAR podrían atentar contra determinadas garantías constitucionales.

¹ Recurso de Protección Nº 53.170-2014 Corte Apelaciones de Santiago “Pfizer con CONAR”

Saluda atentamente,



Rodrigo Núñez Arenas
Abogado
Secretario Ejecutivo

c.c.: Duracell U.S. Operations, Inc.