

NORMAS DE PROCEDIMIENTO

Introducción

La autorregulación publicitaria colegiada es un sistema adoptado por las entidades representativas de la industria de la publicidad en la mayoría de los países del mundo con el objeto de preservar la ética profesional y la realización de una publicidad responsable en defensa de la libertad de expresión comercial. Dado su ámbito de aplicación, su funcionamiento y el éxito de su gestión requieren que sea ejercida exclusivamente *inter pares*.

Consustanciadas con dicho propósito, la Asociación Argentina de Publicidad (AAP) y la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA) acordaron la redacción del Código de Ética y Autorregulación Publicitaria, precisando en él los principios, valores y normas que conforman el marco ético de la profesión más allá del marco legal y, consecuentemente, la constitución del Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP) para velar por su fiel cumplimiento.

Integración del CONARP

El CONARP está conformado por la Comisión Directiva y el Comité, integrado por igual número de representantes de ambas entidades elegidos por su idoneidad profesional, experiencia y trayectoria, manteniendo una adecuada diversidad profesional, sectorial, de especializaciones, géneros y edades con el objeto de no dar lugar a dudas en cuanto al accionar del Consejo que puedan poner en tela de juicio su objetividad e imparcialidad en la aplicación de la letra y el espíritu del Código de Ética y Autorregulación Publicitaria.

La Presidencia del Comité y los demás cargos de la Comisión Directiva son ejercidos en forma alternativa por la AAP y la CAA por períodos de dos años. En caso de empate, el Presidente tendrá doble voto. Si el Presidente estuviera ausente, los miembros presentes lo designarán para esa ocasión por simple mayoría.

Si el contenido de la comunicación que se analiza guarda directa o indirectamente relación con algún miembro de la Comisión Directiva y/o del Comité, el o los comprendidos en esta situación deberán abstenerse de intervenir en el debate o la reunión.

Competencia y alcances

La intervención del CONARP en un conflicto entre partes privadas implica por parte de los involucrados el reconocimiento de la autoridad del CONARP en la materia, la adhesión a los principios del Código y el conocimiento de sus normas así como el compromiso del fiel cumplimiento de sus resoluciones y que la elección del CONARP para la resolución del conflicto será previa a cualquier otra actuación de órganos estatales de cualquier nivel, ya sean administrativos o judiciales.

Cuando exista un recurso previo de la parte solicitante requiriendo la intervención de órganos estatales, administrativos o judiciales, se interpretará que se ha preferido optar por tal vía omitiendo recurrir al CONARP por lo que éste se abstendrá de intervenir. Del mismo modo, en caso de una solicitud presentada en primera instancia ante el CONARP existiendo un recurso previo iniciado por la contraparte ante dichos organismos, el CONARP se abstendrá de intervenir en consideración del respeto a las instancias legales y la existencia de una situación de litispendencia.

Cuando mediara una solicitud de intervención del CONARP, si las partes acordaran una solución del caso presentado, el CONARP podrá considerar interrumpido el tratamiento del caso devenido in abstracto absteniéndose de emitir una resolución al respecto, salvo que considerara conveniente hacerlo con el fin de no favorecer la impunidad de un caso que de otro modo hubiese resultado observado sentando así un precedente válido para casos futuros, pudiendo eventualmente hacer llegar a las partes su reflexión al respecto y sus recomendaciones para evitar la reiteración del mismo.

Asimismo el CONARP se reserva la posibilidad de ampliar los cargos cuando del análisis de un caso surgieran otras contravenciones al Código más allá de la objetada por la parte solicitante.

Es de subrayar que la tarea del CONARP (ya sea tanto a través de la acción de su Comisión Directiva como del Comité) se limitará a lo atinente al contenido publicitario y su relación con los principios del Código de Ética y Autorregulación Publicitaria, sin considerar aspectos ajenos a la comunicación comercial.

Se analizarán mensajes publicitarios que se transmitan a través de soportes específicos (cine, gráfica, Internet, televisión, punto de venta, radio, vía pública).

Comparecencia

En razón de lo expuesto en el Preámbulo del Código en cuanto a la misión del CONARP, encuadrada dentro del marco deontológico de la ética profesional, en las reuniones con las empresas anunciantes involucradas y sus agencias se requiere la comparecencia de sus autoridades responsables de las comunicaciones que son objeto de consideración por parte del CONARP, sin perjuicio de poder concurrir en la compañía de sus asesores legales propios o externos.

Estudios técnicos: presentación y validez

Si las partes presentaran estudios técnicos para la fundamentación u objeciones de las afirmaciones hechas en los mensajes publicitarios cuestionados, éstos deben estar en castellano y haber sido realizados u homologados en el país por entidad independiente de reconocido prestigio en su campo. Asimismo, deberán contar con protocolos que los hagan replicables y ser estadísticamente relevantes y robustos.

En caso que la parte involucrada entienda que por su valor estratégico y competitivo los estudios técnicos deban ser de carácter reservado, deberá presentar un resumen de la metodología empleada y resultados arribados en dichos estudios, con el fin de correr vista del mismo a la contraparte (denunciante o responsable).

Se aceptarán estudios realizados por las propias partes, siempre que no se trate de publicidad comparativa, en cuyo caso las investigaciones deberán ser realizadas y avaladas por un tercero independiente, de reconocida trayectoria, a fin de acreditar que se informan al consumidor de manera clara e inequívoca las condiciones y el alcance de la supuesta superioridad reflejada en la prueba comparativa, tratándose siempre de afirmaciones veraces en términos absolutos.

En los casos en que los estudios aportados por las partes involucradas arrojen resultados contradictorios fuera del alcance del CONARP, éstas deberán recurrir al dictamen de un perito de común acuerdo y a su costo.

Publicación de los casos

Los considerandos y resoluciones de los casos tratados por el CONARP podrán ser publicados, por este Consejo, mediante Internet o el medio que se considere adecuado, transcurridos tres meses desde que hubiera quedado firme la resolución del mismo, exceptuando sólo aquellos casos en los que estuvieran de algún modo involucradas empresas no asociadas a la Asociación Argentina de

Publicidad, o a la Cámara Argentina de Anunciantes, en la medida en que no hubieran participado activamente del procedimiento.

Procedimiento

Ante un pedido de intervención realizado por cualquier interesado o por autoconvocatoria (solicitada por cualquier miembro del Comité):

1. Dentro del plazo de 24 horas hábiles de haber sido recibido el mismo por medio fehaciente en su sede legal, se enviará el detalle de la solicitud al Comité para su debido análisis, pudiendo utilizarse a tales fines el correo electrónico.

2. El Comité, con la agilidad que debe caracterizar su cometido, actuará de la siguiente forma: Ya sea de manera presencial o virtual, sus miembros analizarán el contenido de la comunicación objetada y decidirán por simple mayoría si el mismo está enmarcado en los principios del Código, dentro de las 24 horas hábiles de recibida la solicitud.

Asimismo también se habilitará un espacio virtual de acceso restringido con el fin de que los miembros del Comité que participen del caso deseen profundizar los fundamentos de su opinión.

El quórum para tomar una resolución válida en los términos de lo expuesto en el párrafo anterior será de cinco miembros, debiendo integrarse por lo menos con dos representantes de cada entidad.

En aquellos casos en donde no haya unanimidad de posiciones, la diferencia para definir una resolución debe ser mayor al 70% de quienes se encuentren participando.

El debate del Comité, ya sea presencial o virtual, será siempre de carácter confidencial.

2.1. Si analizado el contenido de la comunicación objetada, el Comité concluye que el mismo no contraría los principios del Código, informará su conclusión al solicitante de la intervención dentro de las 24 horas hábiles siguientes, dando de esta manera por finalizada su actuación.

2.2. Si por el contrario surge que existen motivos para profundizar el análisis de la comunicación objetada, el Comité del CONARP definirá una fecha de reunión, dentro de las 96 horas hábiles de recibida la solicitud, dándose traslado de la misma a las partes responsables, que serán invitadas a efectuar personalmente y por escrito las consideraciones que estimen corresponder sobre el contenido de la comunicación.

En atención a la particular naturaleza del contenido de un mensaje y tomando en debida consideración su impacto en la comunidad, el Comité podrá solicitar al anunciante, agencia de

publicidad y/o quien se determine, la discontinuidad del mensaje de manera preventiva, en cualquier instancia del proceso.

Cuando se disponga la discontinuidad preventiva de los mensajes publicitarios cuestionados y la parte responsable solicite una prórroga para la presentación de los elementos probatorios de su argumentación más allá de los plazos establecidos por las normas de procedimiento, la discontinuidad se prolongará hasta tanto sea posible arribar a la resolución del caso.

Los integrantes del Comité ante los cuales se efectuará la presentación deberán ser los mismos que analizaron previamente el contenido de la comunicación.

En caso de no poder asistir personalmente a la fecha de reunión propuesta por este Consejo, los responsables deberán presentar su posición por escrito dentro del plazo establecido.

La documentación aportada por los responsables de la comunicación es de uso exclusivo de este Comité.

En mérito a la celeridad que requiere la resolución no se correrá traslado de la misma al solicitante de la intervención. En caso de que sea necesario hacerlo, se deberá contar con autorización previa del responsable de la comunicación.

Si ha presentado estudios técnicos para brindar soporte a sus afirmaciones, se actuará de acuerdo con lo especificado previamente en el apartado “**Estudios técnicos: presentación y validez**”.

2.2.1. Si en función de lo expuesto en el párrafo anterior, se concluye que el contenido del mensaje no contradice los principios del Código, el Comité notificará a las partes involucradas el detalle de los considerandos y la resolución en primera instancia.

2.2.2. Si por el contrario el Consejo hubiera determinado - con el material disponible hasta ese momento - que el contenido del mensaje contraría los principios del Código, se solicitará al anunciante y a la agencia responsable la modificación, la discontinuidad o la difusión finalizado el horario apto para todo público, de la comunicación analizada dentro de las siguientes 24 horas hábiles.

En el caso en que la difusión y/o vigencia de la comunicación/mecánica bajo análisis hubiera finalizado, el Comité podrá emitir una recomendación hacia el futuro, propiciando alternativas que se ajusten a las normas del Código.

2.2.3. Se notificará a las partes involucradas el detalle de los considerandos y la resolución en primera instancia, dando de esta manera por finalizada su actuación.

2.2.4. En caso de comprobarse que los responsables no han acatado la resolución en tiempo y forma, se les enviará un llamado de atención incluyendo en copia a las entidades socias de este Consejo y al solicitante de la intervención. Además podrá proceder de la siguiente forma: a) Comunicar la actuación del CONARP a los organismos oficiales pertinentes y entidades de la industria relacionadas, en los casos en que correspondiere; b) A través de los medios de comunicación masiva, dar estado público a la decisión sobre la comunicación cuestionada y la no aceptación de la resolución por parte del anunciante y/o la agencia.

2.3. En los casos en que la comunicación/mecánica bajo análisis ofrezca dudas o dificultades en su interpretación por su contenido técnico o por otras razones que no puedan evaluarse sin contar con mayor información, se citará a las partes que se considere necesario, solicitante de la intervención y/o responsable de la comunicación, a una reunión y/o reuniones para que aporten elementos de juicio sobre aspectos técnicos o sobre otros que se le soliciten. El Comité tendrá plena facultad para solicitar y/o producir las pruebas que estime corresponder (entre otras, la designación de Peritos, realización de Test y pedidos de Informes). Estas reuniones deberán realizarse dentro de los plazos que determine el Comité. En caso de cumplirse los plazos establecidos sin que los citados hayan concurrido, el Comité procederá según lo establecido en el punto 2.2. y concordantes.

3. El Comité podrá a su exclusivo criterio ampliar los plazos de procedimiento previstos, tomando siempre en consideración la agilidad que debe caracterizar al debido proceso.

4. La resolución que emita el Comité, como resultado del procedimiento detallado en 2.1. y concordantes, podrá ser recurrida ante la Comisión Directiva, interponiendo su revisión dentro del plazo de cinco días hábiles a contar desde la fecha de notificación de tal resolución a la parte interesada. En cualquier caso, es condición necesaria para presentar el recurso de revisión el haber cumplido previamente con lo dispuesto en la resolución del Comité.

La Comisión Directiva se expedirá dentro del plazo de cinco días hábiles y se procederá de inmediato a comunicar de manera fehaciente la decisión que hubiera tenido lugar, siendo la misma irrecurrible en forma alguna.