

## Ficha CONAR Nº 1196

### Partes:

- Reclamante: Ana del Pilar Matta Abad
- Reclamado(s): Ford Chile Motors Company

**Fecha:** 22/02/2022

**Tipo de acuerdo:** Dictamen ético.

**Normativa relevante:** Art. 27 CCHEP

**Palabras clave:** Medio ambiente

---

### Antecedentes

C.1. Que, la señora Ana del Pilar Matta Abad ha interpuesto un reclamo respecto de determinada publicidad digital de Ford Bronco Sport exhibida en redes sociales, de Ford Chile Motors Company (Ford Chile), por estimar que con ella se estaría contraviniendo el artículo 27º del Código Chileno de Ética Publicitaria (CCHEP).

C.2. Que, el reclamo señala que en la publicidad se muestran autos en orillas de la playa, lo que está expresamente prohibido, y la entrada de automóviles daña menormente el medio ambiente en esas zonas.

C.3. Que, en sus descargos la reclamada señala que la publicidad hace todo menos alentar comportamientos que perjudiquen el medio ambiente que es lo que cuestiona el artículo 27º del CCHEP en la publicidad, toda vez que en ella Ford comunica su compromiso con el medioambiente por medio de la utilización de plásticos reciclados del océano en la confección de partes de los automóviles que comercializa (...). Menciona jurisprudencia del Conar en que el cuestionamiento se refiere a actividades que claramente pueden afectar el medio ambiente, o al tránsito con vehículos motorizados por las playas que está prohibido en Chile, lo que es distinto a lo exhibido en la publicidad.

Agrega que la imagen del vehículo en una playa no fue tomada en Chile sino en Brasil, y pertenece a un banco de imágenes que la compañía genera para fines publicitarios, con lo que no se ha infringido el ordenamiento jurídico vigente.

(...)

C.6. Que, el Conar, al resolver los reclamos que se someten a su conocimiento, no califica ni asume ningún tipo de intenciones por parte de los creadores o avisadores de la misma, concentrándose el examen en los distintos componentes y particularidades de la pieza y el más probable impacto que tendrá el mensaje en el público, considerando el aviso como un todo.

(...)

C.8. Que, sobre el particular, entendiendo que la iniciativa es destacable por cuanto promueve el cuidado del medio ambiente, y que se explica la presencia del vehículo a la orilla del mar por la alusión que se hace a la contaminación de los océanos, la forma en que ello se ejecuta en la pieza publicitaria es cuestionable desde el punto de vista ético en opinión del Consejo, e incluso no es coherente con el mensaje principal.

El artículo 27º del CCHEP sobre Medio Ambiente establece que “Las comunicaciones no incitarán ni alentarán comportamientos que perjudiquen el medio ambiente”. Al respecto, y teniendo presente el efecto más probable en el público, al presentarse en la pieza una conducta que no se encuentra permitida, como lo es ingresar con vehículos motorizados a playas sin autorización de la autoridad competente ni incluir advertencias sobre lo regulado de este tipo de acciones, ello podrá ser interpretado por el público como una invitación a realizar dicha conducta entendiendo que es algo normal, ya sea con los vehículos de la marca promovida o con otros equivalentes, que podrían resultar dañinas para el medio ambiente (...).

C.9. Que, entendiendo que ha habido otros casos revisados por el Conar en que se presentaron en los avisos situaciones más cuestionables que el solo ingreso de vehículos a playas, como la realización de fogatas o invitación a conducir en dunas o playas, la presentación en publicidad de una acción que está regulada por la normativa legal y que atenta contra el medio ambiente, es algo de por sí contrario a la normativa ética que justamente promueve el no incitar o alentar comportamientos que perjudiquen la flora y fauna.

C.10. Que, el hecho que las imágenes hayan sido captadas en el extranjero, en que dicha conducta pueda estar permitida, u obtenidas de un banco de imágenes, no es argumento suficiente para desvirtuar el cuestionamiento toda vez que ello es un antecedente del cual el público no está en conocimiento ni puede servir para promover actos no permitidos por la legislación y que generan especial preocupación por el daño al medio ambiente.

C.11. Por lo anterior, se considera que la publicidad cuestionada incita o alienta un comportamiento que puede perjudicar el medio ambiente, con lo que se infringe el artículo 27º del CCHEP.

C.12. Que, este Consejo estima importante recordar que, cuando los avisadores desarrollen sus campañas y piezas publicitarias, deben ser especialmente cuidadosos respecto de la percepción que de ellas pueda tener el público, cuando es previsible que haya más de una interpretación y más aún cuando alguna de ellas pueda derivar en procesos infraccionales

que, por su difusión, termine afectando la confianza del público en la publicidad y en la industria publicitaria.

### **Decisión**

Acoger el reclamo de la señora Ana del Pilar Matta Abad, respecto de respecta de determinada publicidad digital de Ford Bronco Sport exhibida en redes sociales, de Ford Chile Motors Company, por estar en conflicto con la ética publicitaria, según se señala en el artículos 27° del Código Chileno de Ética Publicitaria.