

Ficha CONAR Nº 1195

Partes:

- Reclamante: Directv Chile Televisión Limitada.
- Reclamado(s): Comercial Eccsa S.A. (Ripley) / Falabella.com SpA / IPTV / Digital Premium.

Fecha: 17 de enero del 2022.

Tipo de acuerdo: Dictamen ético.

Resultado: No Acoge.

Normativa relevante: Artículos 1, 4 y 23.

Palabras clave: Sujeción al ordenamiento jurídico, la moral y el respeto a las personas / Respeto a la competencia / Publicidad en Medios digitales, interactivos, redes sociales y marketing directo.

Argumentación del Consejo

C.1. Que, Directv Chile Televisión Limitada (Directv) ha interpuesto un reclamo respecto de determinada publicidad gráfica exhibida por medios digitales de Comercial Eccsa S.A. (Ripley), Falabella.com SpA (Linio), Mundo IPTV y Digital Premium, por estimar que con ella se estarían contraviniendo los artículos 1º, 4º y 33º del Código Chileno de Ética Publicitaria (CCHEP).

C.2. Que, la reclamante sostiene que presta servicios de televisión satelital de pago ofreciendo la contratación de planes mensuales o a través de sistemas de prepago, estando protegida su señal por un complejo sistema de encriptación, que evita que terceros -sin ser clientes abonados- puedan acceder a sus contenidos, propios o de terceros, utilizando sus clientes autorizados una antena, un equipo decodificador y una smartcard (o tarjeta inteligente). Indica que en los últimos años ha ejercido diversas acciones judiciales para frenar y combatir el fenómeno de la piratería que implica pérdidas cuantiosas para la industria de televisión pagada y para el propio Estado, dando cuenta de sitios y aplicaciones que han sido retiradas.

C.3. Que, Linio en sus descargos señala que la reclamante no cuestiona piezas publicitarias sino que pretende que se dejen de comercializar en el mercado ciertos productos. Agrega que Falabella.com opera un “Marketplace” o mercado virtual, disponiendo de una plataforma que conecta, vincula o une a empresas que desean ofrecer sus bienes y servicios al público (“sellers”), con aquellas personas interesadas en adquirir y contratar esos bienes y servicios (“buyers”). Indica que el operador del marketplace no es quien ofrece sus bienes y servicios al consumidor, identificándose a la empresa vendedora de bienes o servicios;

ello sin perjuicio de contar con herramientas de control para impedir que se ofrezcan productos que atenten contra la legalidad, la ética y las buenas costumbres.

C.3. Que, Ripley sostiene que no apoya de ninguna forma actividades ilegales de piratería de contenidos, ni es el vendedor ni avisador de los productos en cuestión y, además, los supuestos decodificadores cuya publicidad reclama no son tales, sino que se trata de dispositivos con el sistema operativo Android (igual que más del 70% de todos los teléfonos celulares) que habitualmente los consumidores adquieren para dar capacidades “inteligentes” a televisores, como por ejemplo, acceder a aplicaciones como Netflix o navegar por internet.

C.4. Que, Mundo IPTV sostiene que el reclamo indicado por supuestos usos de publicidad digital relacionadas con Directv no es cierta, agregando que no han utilizado ningún logo, imagen o publicidad directa de Directv en su página web ni en sus redes sociales.

C.5. Que, Digital Premium señala que dejaron de vender los productos hace tiempo, y fueron eliminados de su página web.

(...)

C.10. Que, en el ejercicio de la libertad de expresión comercial que permite a cualquier avisador publicitar bienes y servicios, todo bien o servicio que de acuerdo a la ley puede ser comercializado o distribuido en forma lícita, puede ser comunicado mediante un aviso o mensaje publicitario. En el caso en revisión, la reclamante ha cuestionado la licitud de la comercialización de ciertos dispositivos tecnológicos pues ellos permitirían o facilitarían la comisión de actos ilícitos de uso no autorizado de contenidos de terceros. Al respecto, revisados los antecedentes presentados no es posible concluir que la venta de esos productos esté prohibida per se, sino cuando estén destinados a la decodificación no autorizada de señales. (...) Respecto de este punto, si bien sería deseable que al comercializar este tipo de productos se advierta al público que el uso debe estar destinado a decodificar señales autorizadas para fomentar las buenas prácticas, la omisión de ello no puede considerarse como una infracción ética.

C.12. Que, en lo que se refiere a las piezas publicitarias en que se publicitan servicios de iptv por parte de Mundo IPTV y Digital Premium, los avisos acompañados no permiten concluir si las señales que se incluyen en los catálogos están o no autorizadas, y por ende no es posible identificar una falta ética en ello.

C.13. Que, por todo lo anterior, se estima que en las piezas publicitarias no se han infringido los artículos 1°, , 4° y 33° del CCHEP.

C.14. Que, sin perjuicio de lo señalado, y dada la preocupación del Conar en lo que se refiere a la piratería, la proliferación de sitios que ofrecen contenidos que pudieran no estar autorizados, y la inclusión de publicidad de avisadores en dichos sitios que terminan por financiar negocios que podrían ser ilícitos, el Consejo ha estimado pertinente emitir un pronunciamiento doctrinario sobre la materia, con el objeto de orientar a la industria y entregar consideraciones desde el punto de vista de la ética publicitaria.

Decisión

No acoger el reclamo de Directv Chile Televisión Limitada respecto de determinada publicidad gráfica exhibida por medios digitales de Comercial Eccsa S.A., Falabella.com SpA, IPTV y Digital Premium, por no estar en conflicto con la ética publicitaria, según se señala en los artículos 1º, 4º y 27º del Código Chileno de Ética Publicitaria. Lo anterior es sin perjuicio de la decisión de emitir un pronunciamiento doctrinario sobre la piratería, la proliferación de sitios que ofrecen contenidos que pudieran no estar autorizados, y la inclusión de publicidad de avisadores en dichos sitios que terminan por financiar negocios que podrían ser ilícitos.

Academia de Derecho Civil - Claudia Rodriguez