

CIRCULAR 13 DE 2004

(3 agosto)

<Fuente: Archivo interno entidad emisora>

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN

<Ver Notas del Editor sobre la prohibición establecida por el artículo [14](#) de la ley 1335 de 2009, en relación con la publicidad de cigarrillos y tabaco>

Para: Concesionarios de Espacios, Operadores Públicos y Privados de Televisión Abierta en los niveles de Cubrimiento Nacional, Regional y Local.

De: Javier Ayala Alvarez, Director

Asunto: Publicidad Promocional de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabacos por Canales de Televisión Abierta

Notas del Editor

- En criterio del editor para la interpretación de este Acuerdo, en relación con la publicidad de cigarrillos y tabaco, debe tenerse en cuenta lo dispuesto por el artículo [14](#) de la Ley 1335 de 2009, 'Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana, publicada en el Diario Oficial No. 47.417 de 21 de julio de 2009, el cual dispone:

(Por favor remitirse a la norma para comprobar la vigencia del texto original que a continuación se transcribe:)

'ARTÍCULO [14](#). CONTENIDO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIRIGIDOS AL PÚBLICO EN GENERAL. Ninguna persona natural o jurídica, de hecho o de derecho podrá promocionar productos de tabaco en radio, televisión, cine, medios escritos como boletines, periódicos, revistas o cualquier documento de difusión masiva, producciones teatrales u otras funciones en vivo, funciones musicales en vivo o grabadas, video o filmes comerciales, discos compactos, discos de video digital o medios similares.

PARÁGRAFO. Los operadores de cable, los operadores satelitales y los operadores de televisión comunitaria que estén debidamente autorizados por la Comisión Nacional de Televisión, a través de licencia, no permitirán la emisión en Colombia de comerciales o publicidad de tabaco producida en el exterior.

Las sanciones serán las mismas previstas en la presente ley.'

'ARTÍCULO [36](#). PROMULGACIÓN Y VIGENCIA DE LA PRESENTE LEY. La presente ley rige a partir de su promulgación.

PARÁGRAFO. Se concederá una transición en la vigencia de los artículos [14](#), [15](#), [16](#) y [17](#) de dos (2) años a partir de la sanción de la presente ley. '

Mediante CIRCULAR No. [006](#) de 2004 la CNTV acogiendo el concepto del Consejo Nacional de Estupefacentes del 4 de abril del año en curso, precisó que la publicidad promocional de

bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabacos por los canales de Televisión abierta, solo se podrá emitir durante (no antes ni después) de la emisión del evento deportivo, cultural o social que el anunciante patrocina. Eso significa que si el evento no es transmitido por Televisión no habrá lugar a este tipo de publicidad.

De la revisión de los antecedentes y documentos que obran en la CNTV sobre el tema, se tiene que la CNTV haciendo una interpretación integral de las disposiciones que regulan la materia, desde el año de 1999 había considerado que si la publicidad promocional tiene como fin “promover, patrocinar o denominar un evento deportivo, cultural o social” su transmisión únicamente durante el evento respectivo, desvirtuaría la finalidad señalada, en cuanto que de una parte no permitiría promover el evento previamente a su realización y de otra, que solo se podrían promover o patrocinar los eventos que se transmitan por Televisión. Esto último significaría que eventos tales como: el campeonato de billar, canotaje, o el coleo y conciertos, entre otros, que no sean transmitidos por Televisión, no podrían ser promovidos o patrocinados.^[1]

Bajo la anterior orientación y hasta la fecha de expedición de la Circular 006, se rigió el tema de la publicidad promocional de bebidas alcohólicas, y que como lo han expresado los operadores del servicio en distintas comunicaciones, fueron esas las pautas para emitir la publicidad, codificarla y realizar las contrataciones sobre eventos y compromisos a patrocinar.

Es evidente que sobre la materia se operó un cambio de criterio por parte de la CNTV, que ha afectado situaciones particulares consolidadas cuyo trámite se efectuó bajo el criterio anterior y que en virtud de los principios de la seguridad jurídica y confianza legítima aceptados y reconocidos ampliamente por la jurisprudencia Constitucional ameritan ser analizados y revisados.^[2]

Adicional a lo anterior, se tiene en cuenta que el objetivo de la publicidad promocional lo constituye precisamente el hecho de difundir información sobre un evento deportivo, cultural o social. Es decir, permitir a los asistentes potenciales enterarse de la existencia del evento que se promociona. En consecuencia permitiendo la transmisión de publicidad promocional se da la oportunidad de promover valores culturales de la Nación.

Desde luego, que como medida de prevención entre la población adulta la intensidad de la publicidad de bebidas alcohólicas debe ser regulada de manera responsable en los horarios correspondientes acordes con una sana política de salud pública, existiendo para ello filtros o medidas regulatorias que tiendan a permitir su desarrollo de manera armónica e integral con el curso de los acontecimientos económicos, sociales y culturales de nuestro medio.

Por las consideraciones anteriores, la Junta Directiva de la CNTV en sesión del 29 de julio de 2004, Acta No. 1086, decidió retomar en materia de publicidad promocional de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabacos por los canales de Televisión abierta, el criterio y las orientaciones impartidas sobre la materia por la Comisión Nacional de Televisión, particularmente las contenidas en Oficio ORC2318.99 del Director de la Comisión Nacional de Televisión, Doctor Jorge Hernández Restrepo, quedando en consecuencia sin efectos la Circular 006 de 2004.

Cordialmente,

JAVIER AYALA ALVAREZ

Director

1. Director de la CNTV, Dr. JORGE HERNÁNDEZ RESTREPO. Oficio ORC 2318/99
2. Corte Constitucional, Sentencia T 084 de 2000.



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Compilación Jurídica MINTIC

n.d.

Última actualización: 20 de abril de 2024 - (Diario Oficial No. 52.716 - 3 de abril de 2024)



MINTIC