

CIRCULAR 17 DE 2000

(agosto 10)

<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 cubrimiento nacional
De: Director CNTV
Asunto: Publicidad de bebidas con contenido alcohólico, cigarrillos y tabaco en el servicio de televisión

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. '

Con ocasión del seguimiento y control posterior y aleatorio que viene adelantando la Comisión Nacional de Televisión a la publicidad de bebidas con contenido alcohólico, cigarrillos y tabaco

en el servicio público de televisión, luego de la revisión de la información y del material audiovisual remitido por los operadores, correspondiente a la pauta publicitaria emitida durante los meses de mayo y junio de 2000, se observó que los comerciales que a continuación se relacionan deben adecuarse al esquema de la publicidad promocional, o transmitirse a partir de las 23:00 horas, a saber:

COMERCIAL-REFERENCIA	OBSERVACION -RECOMENDACIÓN
- Aguardiente Cristal - Vivete	No se patrocina un evento específico, sino un deporte, el ciclismo. En consecuencia, se debe identificar el evento objeto del patrocinio.
- American Gold - Motos	Se muestra la cajetilla, lo cual incita al consumo.

Igualmente, es preciso reiterar lo expresado por esta Entidad en sendas comunicaciones dirigidas a los prestatarios del servicio de televisión, en cuanto a que no está permitida la presentación de la cajetilla o envase en los comerciales que se transmiten dentro del esquema de publicidad promocional y en horarios diferentes al de las 23:00 horas.

Conforme a lo expuesto, les solicito adoptar los correctivos a que haya lugar.

Atentamente,

SERGIO QUIROZ PLAZAS

Director



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