

**COMENTARIOS DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE ANUNCIANTES DE COLOMBIA AL TEXTO PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY 233 DE 2017C “POR MEDIO DE LA CUAL SE CREAN MEDIDAS PARA REGULAR LA PUBLICIDAD, PATROCINIO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DIRIGIDOS A LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES PARA LA PROTECCIÓN DE SUS DERECHOS”.**

*Con el propósito de aportar nuestros argumentos y puntos de vista al debate democrático del PL 233 de 2017C nos permitimos hacer las siguientes anotaciones a la actual versión del PL, reconociendo los avances registrados desde la versión original.*

**Existencia de otras normas que regulan la materia**

El objeto de este proyecto de norma, así como partes de su contenido se encuentran desarrollados previamente mediante el Decreto 975 de 2014 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, .

Dicho Decreto expresa como objeto:

“Reglamentar los casos, la forma y el contenido en que se deberá presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores por cualquier medio, sea impreso, electrónico, audiovisual, auditivo, entre otros”.

En relación a las conductas sancionables del PL 233, esta misma norma indica, por ejemplo:

“Los anuncios publicitarios dirigidos a niños, niñas y adolescentes no contendrán ninguna forma de violencia, discriminación, acoso y en general, cualquier conducta que pueda afectar la vida o integridad física de una persona”.

“No deberá contener imágenes o información de contenido sexual, violento, discriminatorio o que promueva conductas contrarias a la moral y a las buenas costumbres”.

De la misma manera, algunas partes de la iniciativa legislativa están ya regulados por la ley estatutaria 1581 de 2012 y el decreto 1377 de 2013, en las que se incluyó la proscripción general del tratamiento de datos personales de niños, niñas y adolescentes, excepto cuando se trate de datos de naturaleza pública<sup>1</sup>. Igualmente, el decreto 1377 reglamentario de esta ley estatutaria reconoce y desarrolla el derecho fundamental del menor a ser escuchado, derecho que les restringe el proyecto de ley objeto de la presente.

En igual sentido, las definiciones contenidas en el proyecto de ley deben ser coherentes con las incluidas en otras regulaciones especializadas, y con este propósito remitir a las mismas tomándolas como punto de referencia.

---

<sup>1</sup> Artículo 7, Ley 1581 de 2014.

Por ejemplo, la definición de publicidad resulta inadecuada en la medida en que no incluye el “elemento esencial” que menciona la ley 1480 de 2011, esto es, que la publicidad tenga la posibilidad de influir en las decisiones de consumo, las cuales, en los hogares son tomadas por quienes detentan el poder adquisitivo, típicamente los adultos y no los menores. En idéntico sentido, la definición de “mensajes prosociales” desarrollada en el literal f) del artículo 3, no encuentra eco en la norma, no obstante su pontencial virtud de generar espacios para las campañas de bien social, educativas o inscritas en iniciativas de responsabilidad corporativa.

Por último, sería oportuna una definición que desarrolle el concepto de “Producto dirigido a niños”, el cual se encuentra incluído en el artículo 9 del PL; por el momento sujeto a la interpretación del operador jurídico. Lo mismo el concepto de “audiencia infantil”, y los criterios que la caracterizan.

### **El rango de edad que diferencia a los niños de los adolescentes.**

Tanto la Organización Mundial de la Salud<sup>2</sup> como Unicef<sup>3</sup> señalan que la adolescencia es una etapa del desarrollo del ser humano que puede tener sus inicios desde los 10 años de edad.

La Ley Estatutaria 1098 de 2006 “*Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia*”, que, según su artículo segundo, tiene por objeto garantizar el ejercicio de los derechos y libertades constitucionales de los niños y adolescentes, define que los sujetos titulares de los derechos son los siguientes:

*Artículo 3°. Sujetos titulares de derechos. Para todos los efectos de esta ley son sujetos titulares de derechos todas las personas menores de 18 años. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 34 del Código Civil, se entiende por niño o niña las personas entre los 0 y los 12 años, y por adolescente las personas entre 12 y 18 años de edad.*

Así las cosas, si el Proyecto de Ley, que aquí se comenta, tiene como objeto desarrollar los artículos 44 y 45 de la Constitución Nacional, en lo que respecta a la protección de los derechos de niños y adolescentes, coincidiendo con el objeto del Código de la Infancia y la Adolescencia, consideramos que se deben conservar los mismos rangos del Código para determinar cuándo se es niño y desde cuándo se es adolescente, en consonancia con lo señalado por otras instancias, instrumentos y organizaciones Internacionales sobre el particular.

Cabe reiterar, no obstante las precisiones hechas, consideramos que la prohibición general de las actividades de publicidad, promoción y patrocinio, resultan contrarias a la constitución y la ley, en la medida en que no solo atentan contra la libertad constitucional de empresa,

---

<sup>2</sup> [http://www.who.int/maternal\\_child\\_adolescent/topics/adolescence/dev/es/](http://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/) “La OMS define la adolescencia como el periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años (...).

<sup>3</sup> [https://www.unicef.org/spanish/adolescence/index\\_bigpicture.html](https://www.unicef.org/spanish/adolescence/index_bigpicture.html)

sino que vulnera otros derechos de los niños, también fundamentales y prevalentes, como el de recibir información, y la garantía de su desarrollo integral.

### **El etiquetado de los alimentos, cantidades diarias orientativas y su natural vigilancia por parte de la autoridad sanitaria**

En Colombia la industria de bebidas y alimentos ya está implementando la indicación monocromática de las Cantidades Diarias Orientativas (CDO), en donde se le informa al consumidor de forma gráfica las cantidades de energía o calorías, sodio, azúcar, y grasas trans., etc., que está consumiendo.

Ahora bien, al adicionar otros elementos informativos al etiquetado del producto, como son las leyendas, el consumidor podría verse enfrentado a información confusa y carente de evidencia científica.

Por lo anterior, respetuosamente sugerimos conservar únicamente la exigencia de la indicación de las Cantidades Diarias Orientativas.

En otro tema, la autoridad que actualmente vigila el cumplimiento de los requisitos que este etiquetado debe contener, es el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos- Invima<sup>4</sup>. Así las cosas, tratándose las CDO de un aspecto inherente a la nutrición de los niños, niñas y adolescentes que irá estampado en el etiquetado, consideramos que la autoridad natural para realizar la vigilancia de este requisito, no es la Superintendencia de Industria y Comercio como lo menciona el proyecto de ley sino el Instituto.

Por último, el proyecto de norma concede un plazo de un (1) año contado a partir de la promulgación de esta ley para la entrada en vigencia del presente artículo. Sin embargo, debe tenerse en cuenta el tiempo que toma la autoridad administrativa para la expedición de la regulación necesaria, evento que, en últimas, daría pie a las modificaciones correspondientes de empaques y procesos industriales relacionados. En este sentido, el plazo mínimo de un año debe concederse desde el momento en que se promulgue la reglamentación y no la ley.

Como hemos dicho, esto es muy importante, ya que el tiempo concedido a la industria para realizar las adaptaciones necesarias es inversamente proporcional al costo del proceso. A menor tiempo concedido, mayor onerosidad.

### **Sobre la creación de un Comité de Evaluación de Contenidos y sus funciones**

Con independencia de quiénes sean sus integrantes, entre los cuales preocupa la ausencia de expertos en publicidad y mercadeo, tenemos los siguientes comentarios frente a la implementación del Comité:

---

<sup>4</sup> Artículo 32 de la Resolución 333 de 2011. “Por la cual se establece el reglamento técnico sobre requisitos que debe cumplir el etiquetado o rotulado de alimentos envasados para consumo humano”.

- a. En la actualidad los consumidores tienen un sinnúmero de canales disponibles ante la Superintendencia de Industria y Comercio para interponer sus denuncias por vulneración de derechos. Esas denuncias entran en orden cronológico a ser estudiadas por la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor y no existe un mecanismo que permita identificar su temática particular al momento de ser interpuesta para darle un trámite prioritario. Por lo anterior, sólo hasta que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor determine que se trata de una denuncia por publicidad dirigida a niños y adolescentes, podría enviarla al Comité para que esté a su vez la evalúe. Lo anterior, a más de ser supremamente ineficiente, resulta en una duplicidad de funciones.
- b. Por otra parte, cuando la Superintendencia de Industria y Comercio recibe una denuncia, atendiendo las reglas procesales, inicia una etapa de averiguación preliminar en donde determina si hay mérito o no para iniciar una investigación administrativa contra el agente del mercado que presuntamente está infringiendo las normas en materia de protección al consumidor. Todo el material recaudado en esta etapa de averiguación preliminar es tomado como medio probatorio en caso de que se inicie la investigación. Así las cosas, el concepto que rendiría el Comité sería únicamente un medio probatorio más que no supliría el deber de aclarar los hechos, que está en cabeza de la autoridad que ejerce la inspección, la vigilancia y el control, por lo que consideramos que esta actividad, como la anterior, resulta ineficiente e infructífera y potencialmente violatoria del derecho constitucional al debido proceso.
- c. Aun cuando el concepto del comité se califique de “vinculante” y si se llegase a pensar que es el único medio de prueba que se tiene en cuenta, la Superintendencia de Industria y Comercio deberá formular pliego de cargos al investigado, garantizando el ejercicio pleno de su derecho de defensa y contradicción, antes de llegar a pensar en la imposición de una sanción.
- d. La Superintendencia de Industria y Comercio es el único ente que en la actualidad tiene el conocimiento técnico, objetivo e imparcial para el análisis de la publicidad y la posterior imposición de las medidas correctivas necesarias.

Teniendo en cuenta los comentarios anteriores, consideramos que la Superintendencia de Industria y Comercio debe conservar sus facultades actuales, desde la recepción de la denuncia hasta la sanción de la conducta, sin la intervención de un comité que haría ineficiente la tarea de la Autoridad.

Igualmente, deben tenerse en cuenta las facultades y obligaciones impuestas por el artículo 62 de la Ley 1480 de 2011 a los alcaldes municipales, y la manera como estas funciones legales se harían compatibles con el artículo 10 del proyecto 233 de 2017C.