

República de Colombia



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

DECRETO NÚMERO

DE 2013

()

“Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se deben presentar la información y la publicidad dirigidas a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, y en particular, de las previstas en el artículo 189 numeral 11 de la Constitución Política y en el artículo 28 de la Ley 1480 de 2011 y,

CONSIDERANDO

Que el artículo 44 de la Constitución Política establece los derechos fundamentales de los niños y dispone, entre otros, que la familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistirlos y protegerlos para garantizar su desarrollo armónico, integral y el ejercicio pleno de sus derechos.

Que el artículo 45 de la Constitución Política dispone en relación con los adolescentes, el derecho a su protección y formación integral.

Que el artículo 78 de la Constitución Política referente a la protección de los derechos de los consumidores establece que *“La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios (...)”*.

Que la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, aprobada en Colombia a través de la Ley 12 de 1991, en su artículo 17 reconoce la importancia de la función que desempeñan los medios de comunicación e impone a los Estados Parte, entre otros, el deber de velar por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales; propender por que la información y el material al que accedan los niños tengan por finalidad contribuir con su bienestar social, espiritual, moral y su

“Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se deben presentar la información y la publicidad dirigidas a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”

salud física y mental; promover la elaboración de directrices apropiadas para la protección de los niños contra la información y materiales que puedan ser perjudiciales para su adecuado desarrollo.

Que la Ley 1480 de 2011, mediante la cual se expidió el Estatuto del Consumidor, tiene como objetivos fundamentales, conforme a lo establecido en el artículo 1º, “(...) *proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos (...)*” y, en particular, proteger de manera especial “(...) *a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia (...)*”.

Que el numeral 1.4 del artículo 3º de la Ley 1480 de 2011, señala como uno de los derechos de los consumidores y usuarios, entre los que se encuentran los niños, niñas y adolescentes, el de recibir protección contra la publicidad engañosa.

Que el artículo 28 de la Ley 1480 de 2011, establece la obligación del Gobierno Nacional de reglamentar los casos, el contenido y la forma en que debe ser presentada la información que se suministre a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores, en desarrollo del derecho de información previsto en el artículo 34 de la Ley 1098 de 2006.

Que por lo anterior, se hace necesario reglamentar los casos, el contenido y la forma en la que deben ser presentadas la información y la publicidad que se dirijan a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores, de una manera apropiada para su edad, que evite que sean indebidamente influenciados en la toma de decisiones de consumo y que asegure el respeto de sus derechos constitucionales.

DECRETA

Artículo 1. *Objeto.* El objeto del presente decreto es 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.

Artículo 2. *Derechos de niños, niñas y adolescentes frente a la información y la publicidad.* La información dirigida a niños, niñas y adolescentes deberá ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea.

Por su parte, toda forma y contenido de comunicación que tenga por finalidad influir en las decisiones de consumo de los niños, niñas y adolescentes no podrá inducir a error, engaño o confusión.

La información y los anuncios publicitarios dirigidos a niños, niñas y adolescentes promoverán el compañerismo, la amistad, la tolerancia, la generosidad y el respeto hacia los demás, rechazando cualquier forma de violencia, discriminación, acoso y, en general, cualquier conducta que pueda afectar la vida o integridad física de una persona.

“Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se deben presentar la información y la publicidad dirigidas a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”

Artículo 3. *Productos para niños, niñas y adolescentes.* Lo dispuesto en este decreto se aplica a la información y publicidad de los productos dirigidos a niños, niñas y adolescentes, tales como juguetes, alimentos, bebidas, implementos y accesorios deportivos, juegos y videojuegos, programas de computador (software), aplicaciones o cualquier producto de contenido digital, vestuario, útiles escolares y espectáculos públicos, entre otros.

Artículo 4. *Deberes del anunciante respecto de la información y publicidad dirigidas a niños, niñas y adolescentes.* Toda información y publicidad de productos para niños, niñas y adolescentes deberá ser respetuosa de sus condiciones de desarrollo mental, madurez intelectual y comprensión media propias de personas de su edad. Por lo tanto, dicha publicidad e información deberá cumplir con las siguientes condiciones:

1. Deberá adoptar un lenguaje y símbolos que sean acordes con las especiales características del destinatario, así como evitar el uso de imágenes, textos, expresiones visuales o auditivas o representaciones que no correspondan a la realidad en cuanto al funcionamiento o características del producto;
2. En toda información o publicidad en la que se exponga el funcionamiento o uso de un producto, se encuentra prohibido:
 - a. Representar una edad no acorde con la necesaria para que el niño, niña y/o adolescente ensamble las piezas u opere el producto;
 - b. Exagerar el verdadero tamaño, naturaleza, durabilidad y usos del producto;
 - c. No informar que las baterías o accesorios que se muestran en el anuncio no están incluidos en el empaque del producto o que se venden por separado;
 - d. No informar que para el funcionamiento de un producto se requiere de baterías o algún elemento complementario.
3. En todos los eventos en los que se informe o anuncie un bien o servicio para cuya adquisición se deban realizar llamadas o enviar mensajes de texto o multimedia que supongan un costo para el consumidor, deberá informarse expresamente su valor y advertir al niño, niña o adolescente, que previo a realizar la llamada o enviar el mensaje, debe solicitar autorización de sus padres;
4. No deberá contener imágenes o información de contenido sexual, violento, discriminatorio o que promueva conductas contrarias a la moral y a las buenas costumbres;
5. No deberá contener imágenes o información relacionadas con el consumo de estupefacientes o bebidas alcohólicas, salvo que se trate de campañas de prevención;
6. No deberá usar imágenes, textos, expresiones visuales o auditivas o representaciones que sugieran al niño, niña o adolescente, que no adquirir o usar un producto, puede generar efectos tales como rechazo social o falta de aceptación por parte de un grupo;

“Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se deben presentar la información y la publicidad dirigidas a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”

7. No deberá afirmar, ni insinuar que el consumo de un alimento o bebida sustituye alguna de las tres comidas principales del día (desayuno, almuerzo y cena);
8. No podrá utilizar expresiones cualitativas, diminutivos o adjetivos respecto del precio del producto, sin perjuicio de las demás condiciones establecidas en la Ley 1480 de 2011 sobre información del precio del producto.

Parágrafo. En los términos del artículo 30 de la Ley 1480 de 2011, el medio de comunicación será responsable solidariamente de los perjuicios que cause la publicidad engañosa, sólo si se comprueba dolo o culpa grave.

Artículo 5. *Anuncios publicitarios dirigidos a niños, niñas y adolescentes emitidos durante un programa de radio o televisión.* En todos aquellos eventos en los que el anuncio publicitario sea emitido durante el desarrollo de un programa de radio o de televisión, independientemente del medio a través del cual se difunda, debe anunciarse por parte del medio de comunicación, de forma expresa, que el anuncio no hace parte del contenido de dicho programa. Para estos efectos, toda publicidad que se emita durante el desarrollo de cualquier programa deberá tener la leyenda “*el presente es un anuncio publicitario que no hace parte del contenido de este programa*”.

Artículo 6. *Información en la comercialización de juguetes.* Sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 y en el presente decreto, la información relacionada con los juguetes que se comercialicen u ofrezcan al público en Colombia, deberá cumplir con lo previsto de manera especial en el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios de los juguetes, sus componentes y accesorios, de conformidad con lo dispuesto en la Resolución 3388 de 2008 del Ministerio de la Protección Social o la que la sustituya, modifique o adicione.

Artículo 7. *Publicidad de alimentos y bebidas.* Sin perjuicio de lo dispuesto por autoridades competentes en la materia, la publicidad dirigida a los niños, niñas o adolescentes sobre alimentos o bebidas, deberá incluir leyendas que inciten a una nutrición adecuada, tales como: “*aliméntate sanamente*”; “*tómalo con leche*”; “*come frutas y verduras*”; entre otras.

Artículo 8. *Procedimiento prevalente.* La Superintendencia de Industria y Comercio, las alcaldías municipales y las demás autoridades que tengan asignadas competencias de protección al consumidor, deberán tramitar, de forma prevalente, las quejas que se relacionen con los derechos que como consumidores tienen los niños, niñas y/o adolescentes.

Artículo 9. *Información y publicidad en el entorno digital.* Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 1480 de 2011, lo dispuesto en este decreto y demás normas aplicables, la publicidad y oferta de productos dirigidos a niños, niñas y adolescentes, o aquellos que sean publicitados u ofertados en entornos digitales o plataformas que sean atractivos para ellos, o que puedan ser adquiridos, descargados, o a los que se pueda tener acceso por internet o a través de dispositivos móviles, deben incluir advertencias claras sobre la necesidad de contar con la autorización de los padres o representantes para realizar la transacción.

Artículo 10. *Sanciones.* El incumplimiento de lo establecido en este decreto dará lugar a la aplicación de las sanciones previstas en los artículos 61 y 62 de la Ley 1480 de 2011.

“Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se deben presentar la información y la publicidad dirigidas a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”

Artículo 11. *Vigencia.* El presente decreto rige a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá, D.C., a los

EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

SANTIAGO ROJAS ARROYO