



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

DECRETO NÚMERO

DE 2013

()

“Por el cual se reglamentan la forma y el contenido en que se debe presentar la información a niños, niñas y adolescentes, prevista en el artículo 28 de la Ley 1480 de 2011”

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

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

CONSIDERANDO

Que la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, ratificada en Colombia a través de la Ley 12 de 1991, mediante su artículo 17 consagra el reconocimiento que deben hacer los Estados Partes sobre la función que desempeñan los medios de comunicación en relación con el acceso que puedan tener los niños, niñas y adolescentes a la información y al material que tengan por objeto la promoción de su bienestar social, espiritual, moral, salud física y mental, de manera que se establece, en los literales a) y e) del mencionado artículo, el deber de los Estados Partes de alentar a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para los niños, así como el deber de promover la elaboración de directrices apropiadas para su protección contra la información y materiales que puedan ser perjudiciales para su bienestar.

Que los artículos 44 y 45 de la Constitución Política establecen los derechos fundamentales de los niños y a su vez, consagran su protección y la de los adolescentes de manera especial, al disponer que la familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos así como garantizar la protección y formación integral de los adolescentes.

Que el artículo 78 de la Constitución Política determina que la ley regulará el control de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos a la comunidad, así como la información que se suministra al público para su comercialización.

Que el 12 de abril de 2012 entró en vigencia la Ley 1480 de 2011, mediante la cual se expidió el Estatuto del Consumidor y que de conformidad con el artículo 1 y el numeral 5 del mismo, se trazaron como objetivos fundamentales *“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 adicionalmente, el artículo 28 de la Ley 1480 de 2011, establece la obligación del Gobierno Nacional de reglamentar los casos, el contenido y la forma de la información suministrada a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores, en

“Por el cual se reglamentan la forma y el contenido en que se debe presentar la información a niños, niñas y adolescentes, prevista en el artículo 28 de la Ley 1480 de 2011”

desarrollo del derecho de información consagrado en el artículo 34 de la Ley 1098 de 2006.

Que como consecuencia de todo lo anterior, se hace necesario establecer la reglamentación sobre los criterios a los que se encuentran sujetos la información y la publicidad suministrados y dirigidos a los niños, niñas y adolescentes, de manera que sea apropiada para su edad, evitando el abuso del contenido de la misma, y que los niños, las niñas y los adolescentes sean indebidamente influenciados en la toma de decisiones de consumo y 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 deberán presentar la información y la publicidad a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores, por contacto personal o por cualquier medio, sea impreso, electrónico, audiovisual o auditivo, entre otros.

Artículo 2. *Derechos de los niños, niñas y adolescentes frente a la información y publicidad.* La información y la publicidad a los que los niños, niñas y adolescentes se encuentren expuestos, deberán ser veraces, claros, transparentes y completos, sin que en ningún momento induzcan al error, siendo en todo caso, apropiados para su edad y condiciones de madurez, evitando así la manipulación de las emociones infantiles y que tengan como objeto o como efecto crear hábitos de consumo compulsivo o que atenten contra su seguridad, salud, integridad o vida.

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, entre los cuales se encuentran, sin ser taxativos, juguetes, alimentos, bebidas, dulces, deportes, implementos y accesorios deportivos, juegos y videojuegos, programas de computador (software), aplicaciones o cualquier producto de contenido digital, vestuario, útiles escolares y espectáculos públicos.

Artículo 4. *Deberes del anunciante y de los medios de comunicación en la información y publicidad dirigidos o aquellos a los cuales puedan acceder los niños, niñas y adolescentes.* Toda publicidad de productos para niños, niñas o adolescentes deberá ser respetuosa de sus condiciones de desarrollo mental, madurez intelectual y comprensión propia de personas de su edad. Por lo tanto, dicha publicidad e información no podrán:

1. Usar frases o expresiones imperativas o de mandato que ordenen, constriñan o compelan a la adquisición, uso o consumo de bienes o servicios. Lo anterior sin perjuicio de las prevenciones o advertencias sobre riesgos del producto;
2. Usar imágenes, textos, expresiones visuales o auditivas que presenten ficciones, simulaciones, apariencias, ilusiones, o cualquier situación que no corresponda a la realidad, cuyo debido discernimiento y entendimiento no sea de fácil asimilación por la inexperiencia, inocencia, madurez e ingenuidad de los niños, niñas o adolescentes;
3. Usar imágenes, textos, expresiones visuales o auditivas que involucren, directa o indirectamente, juicios valorativos positivos o negativos respecto de la acción u omisión relativas a la adquisición, compra, suscripción, posesión, uso, disfrute o consumo de un producto;
4. Usar mecanismos, instrumentos o formas de presentación de la publicidad, información, que puedan manipular la voluntad o burlar el natural y usual entendimiento de los mismos por parte de los niños, las niñas o los adolescentes;

“Por el cual se reglamentan la forma y el contenido en que se debe presentar la información a niños, niñas y adolescentes, prevista en el artículo 28 de la Ley 1480 de 2011”

5. Promover la adquisición, la posesión o el consumo excesivo de productos para niños, niñas y adolescentes, o cualquier forma de uso desmedido.

Artículo 5. *Prohibición en el contenido de la información y la publicidad.* La información y publicidad dirigidas o a las que puedan tener acceso los niños, niñas y adolescentes no podrán presentar contenidos en los que:

1. Presenten niños, niñas y/o adolescentes en situaciones peligrosas;
2. Representen usos peligrosos de un producto o situaciones inseguras que puedan inducir a los niños, niñas o adolescentes a imitarlos o a participar en actividades peligrosas o que puedan crear una impresión irreal en los niños respecto de sus padres o personas a cargo, en relación con la seguridad del producto;
3. Presenten a los niños, niñas o adolescentes en situaciones en las que estos insten a sus padres o personas mayores a la compra del producto o que en su defecto, contengan invitaciones que conlleven a ello;
4. Aparezcan menores de edad en la publicidad sobre productos nocivos, bebidas alcohólicas, tabaco y sus derivados.

Parágrafo. En los espacios para juegos o servicios para niños, niñas y adolescentes y en la programación emitida por cualquier medio de comunicación dirigida a estos, no se podrá hacer alusión a la violencia, la pornografía, la discriminación o el consumo de drogas, alcohol, tabaco y sus derivados.

Artículo 6. *Promociones y ofertas de productos para niños, niñas y adolescentes.* Las promociones y ofertas de productos para niños, niñas y adolescentes deberán cumplir con lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011 y no podrán contener remisión a información adicional ni a fuentes distintas al de la misma pieza publicitaria o de información.

Cuando las promociones y ofertas de productos para niños, niñas y adolescentes se promuevan con condicionamientos o restricciones, estas deberán estar expresadas de manera clara y explícita en cada pieza publicitaria y deberán tener por lo menos, la misma notoriedad que aquella dada al beneficio promovido con la promoción u oferta.

Parágrafo. No se podrán realizar promociones u ofertas para incentivar la adquisición, uso o disfrute de productos cuyo consumo en exceso pueda atentar contra la salud, la vida, la seguridad, integridad o el desarrollo y convivencia de los niños, niñas y adolescentes.

Artículo 7. *Información del precio.* El precio que sea indicado en la publicidad de productos para niños, niñas y adolescentes deberá ser completo y exacto. No podrán utilizarse expresiones cualitativas, diminutivos o adjetivos respecto del precio, tales como “barato”, “regalado”, “apenas”, “solo”, “al alcance de todos los bolsillos” y “por \$ XXX tales pesitos”, entre otros.

Artículo 8. *Información en la comercialización de juguetes.* Los juguetes que se comercialicen u ofrezcan al público en Colombia, deberán indicar en forma clara y notoria el cumplimiento del reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios de los juguetes, sus componentes y accesorios, de conformidad con lo previsto en la Resolución 3388 de 2008 del Ministerio de Salud y Protección Social o la que la sustituya, modifique o adicione, así como la indicación del correspondiente certificado de conformidad.

Artículo 9. *Publicidad de alimentos y bebidas.* Sin perjuicio de lo dispuesto por autoridades competentes en la materia, la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes sobre los alimentos o bebidas, deberán fomentar un estilo de vida saludable y de calidad nutricional y a su vez deberán incluir mensajes preventivos

“Por el cual se reglamentan la forma y el contenido en que se debe presentar la información a niños, niñas y adolescentes, prevista en el artículo 28 de la Ley 1480 de 2011”

resaltados, claros y escritos o audibles, según el medio por el que se transmitan. Además, deberán incluir leyendas tales como “el consumo en exceso de este producto puede causar obesidad”, “aliméntate sanamente”, “tómalo con leche”, “come frutas y verduras”, entre otras.

Artículo 10. Procedimiento prevalente. La Superintendencia de Industria y Comercio, las Alcaldías municipales y las demás autoridades con competencias de protección al consumidor, deberán tramitar, de forma prevalente, las quejas que versen sobre un riesgo para la salud, vida o integridad de los niños, niñas y adolescentes.

Los productores y expendedores de productos dirigidos a niños, niñas y adolescentes deberán contar con un procedimiento especial y preferente, así como, con el personal adecuado para atender, recibir y tramitar las reclamaciones que estos presenten.

Artículo 11. Deber de centros educativos y entidades de protección a los niños, niñas y adolescentes. Los centros educativos y entidades de protección del menor deberán integrar en sus programas de formación, elementos que apoyen la alfabetización el discernimiento, el entendimiento y la asimilación crítica de la publicidad en los medios de comunicación y el mercadeo de productos para niños, niñas o adolescentes.

Artículo 12. 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 o plataformas que sean atractivos para los ellos, o que puedan ser adquiridos, descargados, o a los que se pueda tener acceso por internet o a través de dispositivos móviles, deben tener en consideración las especiales circunstancias del entorno digital y contar con advertencias claras, de forma que se evite que los niños, niñas y adolescentes realicen transacciones u obtengan acceso, sin tener conciencia ni conocimiento de ello o de sus términos y condiciones o sin contar con autorización de sus padres o representantes.

Artículo 13. 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

SERGIO DÍAZ-GRANADOS GUIDA