



RESOLUCIÓN No. **6367** DE 2021

*"Por medio de la cual se resuelve una actuación administrativa en contra de **CARACOL TELEVISIÓN S.A.**"*

## **LA SESIÓN DE COMISIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES**

En ejercicio de sus facultades legales, según lo dispuesto en el numeral 20.1. del artículo 20 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 17 de la Ley 1978 de 2019 y en ejercicio de las competencias conferidas, especialmente por el numeral 27 artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, adicionado por el artículo 19 de la Ley 1978 de 2019 y

### **CONSIDERANDO**

#### **1. ANTECEDENTES**

El 11 de octubre de 2018, la Autoridad Nacional de Televisión, ANTV, hoy liquidada, recibió por parte de la **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES – RED PAPAZ**, en adelante **RED PAPAZ**, una solicitud para iniciar procedimiento administrativo sancionatorio en contra de **CARACOL TELEVISIÓN S.A.**, en adelante **CARACOL**, por el incumplimiento de unas medidas sanitarias, expedidas por el INVIMA el 24 de julio de 2018 y el 14 de septiembre de 2018, mediante las cuales habría ordenado a **GASEOSAS POSADA TOBÓN S.A – POSTOBÓN S.A**, la suspensión total de publicidad audiovisual y radial a nivel regional y nacional, relacionada con los productos *Hit*, toda vez que, las pautas publicitarias emitidas contenían lenguaje verbal y no verbal que indicaba que el producto promocionado era natural y que conllevaba beneficios para la salud de niños, niñas y adolescentes, contraviniendo de esta manera el artículo 272 de la Ley 9 de 1979<sup>1</sup>.

Por lo hechos descritos, mediante Resolución ANTV 0067 del 11 de febrero de 2019, se inició etapa de averiguación preliminar en contra de **CARACOL** con el fin de realizar una observación sistemática de la transmisión de la publicidad denunciada de cara con las normas regulatorias del servicio público de televisión, y confrontar las imágenes de las emisiones de los comerciales de la bebida *Hit* de **POSTOBÓN** pautadas en el canal **CARACOL**, transmitidas desde el dos (2) de marzo de 2018 hasta el treinta y uno (31) de octubre del mismo año; así mismo, en dicho acto se ordenó a la coordinación de contenidos de la ANTV emitir concepto frente a las piezas publicitarias objeto de la denuncia presentada por **RED PAPAZ** y las normas regulatorias aplicables al servicio público de televisión.

---

<sup>1</sup>ARTICULO 272. En los rótulos o cualquier otro medio de publicidad, se prohíbe hacer alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.

Dicho concepto fue allegado al expediente mediante radicado ANTV I2019600000552<sup>2</sup>, a través del cual se realizó una observación de la publicidad emitida por el canal **CARACOL**, de acuerdo con la orden sanitaria proferida por el INVIMA el 24 de julio de 2018, en la cual se solicitó a **POSTOBÓN** suspender las piezas publicitarias identificadas como "HIT REF 30 y cuña radial HIT Maracuyá 20". Como resultado de dicho análisis se encontró que, se pautaron en el canal **CARACOL** tres referencias de comerciales con características similares a las suspendidas por el INVIMA, identificadas como REF 30, REF 20 y REF 20 SEG V1.

El 25 de julio de 2019 fue expedida la Ley 1978 de 2019, en virtud de la cual se suprimió y se ordenó la liquidación de la Autoridad Nacional de Televisión- ANTV, y, en consecuencia, se estableció que "todas las funciones de regulación y de inspección, vigilancia y control en materia de contenidos que la ley asignaba" serían ejercidas por la Comisión de Regulación de Comunicaciones- CRC, a través de una Sesión especializada en temas de contenidos audiovisuales, denominada Sesión de Comisión de Contenidos.

Por lo anterior, el 16 de septiembre de 2019, la ANTV, hoy liquidada, le entregó a esta Comisión los expedientes que contenían las actuaciones administrativas, en materia de contenidos, dentro de las cuales se encontraba el expediente A-2362, que se tramitaba en contra de **CARACOL**.

Así, en ejercicio de las facultades ya mencionadas, mediante Auto del 9 de junio de 2020 se inició una actuación administrativa y se formularon cargos en contra de **CARACOL**, por el presunto incumplimiento del artículo 2 de la Ley 182 de 1995 en sus literales e, g y h, como principios rectores del servicio público de televisión, en concordancia con el numeral 2 del artículo 47 de la Ley 1098 de 2006. Frente a este auto, el 6 de agosto del mismo año, el investigado presentó descargos mediante radicado 2020808765 y realizó las solicitudes probatorias que en virtud del derecho de defensa y contradicción estimó necesarias.

Una vez realizado el análisis de los descargos y la pertinencia probatoria, mediante auto del 16 de febrero de 2021, esta Comisión dio apertura al periodo probatorio por un término de 15 días, y se solicitó al INVIMA que indicara si había informado al canal **CARACOL** o al CONSORCIO CANALES NACIONALES PRIVADOS, CCNP, sobre la medida sanitaria impuesta a **POSTOBÓN**, en relación con la publicidad relacionada con los productos HIT.

Dicha solicitud fue atendida a través de radicados 2021802710 y 2021802766, del 4 de marzo de 2021, mediante los cuales el INVIMA remitió copia de las actas de medidas sanitarias en temas de publicidad ejecutadas por el GRUPO TRABAJO TERRITORIAL OCCIDENTE 1 a partir de 2015 y hasta 2020 en el de establecimiento **POSTOBÓN**; así mismo puso en conocimiento que los resultados de dichas diligencias, esto es, actas de Inspección, Vigilancia y Control, e imposición de medida sanitaria son levantadas, notificadas y suscritas en el mismo establecimiento investigado, por considerarse un trámite que se surte entre las partes involucradas, para este caso específico INVIMA y **POSTOBÓN**, y que lo anterior no implica obligatoriedad o competencia por parte del INVIMA de comunicar o notificar a establecimiento o entidades que no son partes en el control y vigilancia de productos de su competencia.

A través de auto del 29 de junio de 2021, notificado el 2 de julio de 2021, la CRC dio por concluido el periodo probatorio, y corrió traslado para alegar de conclusión. En virtud de este auto, el 16 de julio de 2021 tanto **CARACOL** como **REDPAPAZ** remitieron alegatos de conclusión a través de radicados 2021808399 y 2021808416, respectivamente, encontrándose ambos pronunciamientos dentro del término definido por la ley.

## **2. COMPETENCIA DE LA SESIÓN DE COMISIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA CRC.**

La Ley 1978 de 2019 en su artículo 39, trasladó a la CRC, las competencias de inspección, vigilancia y control que en materia de contenidos estaban atribuidas a la ANTV y en consecuencia a partir del 25 de julio de 2019, es esta Entidad quien se encuentra a cargo de los asuntos señalados.

De igual modo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 20 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, la CRC se encuentra conformada por dos Sesiones independientes entre sí, la Sesión de Comisión de Comunicaciones y la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales,

<sup>2</sup> Expediente administrativo A-2362. Folio 93.

a esta última Sesión se le ha encargado, entre otras, el ejercicio de las funciones de vigilancia y control establecidas en los numerales 27 y 30 del artículo 22 ibidem.

Así las cosas y en virtud de las facultades concedidas por la Ley para vigilar y sancionar en materia de contenidos audiovisuales aquellas conductas que atenten contra el pluralismo informativo, el régimen de inhabilidades de televisión abierta y los derechos de los televidentes, así como las que violen las disposiciones que amparan los derechos de la familia y de los niños, contempladas en el ordenamiento jurídico vigente, la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales entrará a resolver de fondo la presente actuación administrativa.

Ahora bien, teniendo en cuenta lo dispuesto por el Legislador, la Sesión de Contenidos Audiovisuales está conformada por tres (3) comisionados elegidos a través de los mecanismos establecidos en los literales a, b y c del numeral 20.1 del Artículo 20 de la Ley 1341 de 2009<sup>3</sup>, uno de ellos elegido por los operadores públicos regionales del servicio de televisión, otro que sea parte de la sociedad civil y finalmente, uno del sector audiovisual, los cuales podrán "*sesionar y decidir con la mayoría simple de sus miembros*".

Mariana Viña Castro quien resultó elegida por los operadores públicos regionales del servicio de televisión, se posesionó en el cargo de Comisionada de la Sesión de Contenidos Audiovisuales, y debido al conocimiento que previamente tuvo del asunto objeto de análisis, el 4 de noviembre de 2020, presentó ante la señora Ministra de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en su calidad de cabeza del Sector, el impedimento para conocer de - entre otras- esta actuación administrativa. Este trámite fue resuelto mediante Resolución MINTIC 2303 de 13 de noviembre de 2020, aceptando el impedimento manifestado y nombrando a Carlos Lugo Silva, como Comisionado Ad-Hoc.

### **3. FRENTE AL CARGO ÚNICO IMPUTADO**

En virtud del numeral 27 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 19 de la Ley 1978 de 2019, la CRC, mediante auto del 9 de junio de 2020, inició investigación administrativa mediante imputación de cargos, en contra de **CARACOL TELEVISIÓN S.A.**

La conducta reprochada se dio con ocasión de una denuncia presentada por la **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES – RED PAPAZ**, según la cual el investigado habría realizado transmisiones publicitarias de productos HIT, pese a que el INVIMA mediante orden sanitaria del 24 de julio de 2018 y el 14 de septiembre de 2018, le habría ordenado a **POSTOBÓN** suspender dichos comerciales en todo el territorio nacional.

De acuerdo con lo anterior, la Coordinación de Contenidos de la ANTV, hoy liquidada, emitió un concepto frente a los hechos denunciados, y encontró que, de acuerdo con la orden sanitaria proferida por el INVIMA el 24 de julio de 2018, en la cual se solicitó a **POSTOBÓN** suspender las piezas publicitarias identificadas como "*HIT REF 30 y cuña radial HIT Maracuyá 20*", el canal **CARACOL**, con posterioridad, habría transmitido 3 comerciales con características similares a las suspendidas por el INVIMA, identificadas como REF 30, REF 20 y REF 20 SEG V1, transmitidas en las siguientes fechas:

- REF 30: 31 emisiones del 14/08/2018 al 13/09/2018
- REF 20: 21 emisiones del 23/08/2018 al 14/09/2018
- REF 20 SEG V1: 66 emisiones del 1/10/2018 al 30/10/2018

De tal manera que con su actuar, el canal **CARACOL**, presuntamente habría incumplido lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 182 de 1995 en sus literales e, g y h, como principios rectores del servicio público de televisión, en concordancia con el numeral 2 del artículo 47 de la Ley 1098 de 2006.

### **4. PRUEBAS**

<sup>3</sup> Modificado por el artículo 17 de la Ley 1978 de 2019.

En concordancia con las pruebas decretadas e incorporadas en el auto del 16 de febrero de 2021, y las allegadas durante el periodo probatorio, se tienen para proferir la presente decisión, las siguientes:

- Copia de la comunicación de junio de 2018 remitida por el Director Técnico de Medicamentos y Productos Biológicos del INVIMA a CARACOL, identificada con el radicado 3000-7280-18.
- Copia de la comunicación de febrero de 2020 remitida por el Director Técnico de Medicamentos y Productos Biológicos del INVIMA al Consorcio Canales Nacionales Privados, identificada con el radicado 3000-1425-20.
- Copia de la comunicación de febrero de 2020 remitida por el Director Técnico de Medicamentos y Productos Biológicos del INVIMA a Caracol Televisión, identificada con el radicado 30001582-20
- Copia de la comunicación de febrero de 2020 remitida por el Director Técnico de Medicamentos y Productos Biológicos del INVIMA a Caracol Televisión, identificada con el radicado 30001587-20
- Copia de la comunicación de junio de 2020 remitida por el Director Técnico de Medicamentos y Productos Biológicos del INVIMA a Caracol Televisión, identificada con el radicado 3000-4875-20
- Concepto de la Coordinación de Contenidos de la ANTV, hoy liquidada, allegado mediante radicado ANTV I2019600000552
- Copia del material de publicidad enviado por **CARACOL**
- Queja presentada por RED PAPA Z a la SIC.
- Acta de diligencia de inspección vigilancia y control del INVIMA, en las oficinas de **POSTOBÓN** del 14 de septiembre de 2018<sup>4</sup>
- Radicados 2021802710 y 2021802766<sup>5</sup> del 4 de marzo de 2021, mediante los cuales el INVIMA remitió copia de las actas de medidas sanitarias en temas de publicidad ejecutadas por el GRUPO TRABAJO TERRITORIAL OCCIDENTE 1 a partir de 2015 y hasta 2020 en el de establecimiento **POSTOBÓN**.

## 5. ARGUMENTOS PRESENTADOS POR CARACOL

### 5.1 Descargos

Mediante escrito allegado a la CRC el 6 de agosto de 2020, el señor Juan Carlos Gómez Jaramillo, en su calidad de apoderado especial de **CARACOL TELEVISIÓN S.A.**, se pronunció respecto del cargo formulado de la siguiente manera:

- **Violación a los principios consagrados en el artículo 3 de la Ley 1437 de 2011.**

Señaló el investigado que, a través del auto de formulación de cargos del 9 de junio de 2020, la CRC contravino los principios del debido proceso, imparcialidad, buena fe, moralidad, responsabilidad, eficacia y economía.

Lo anterior en virtud de que el auto mencionado partió de una premisa falsa, ya que no existió ninguna medida sanitaria dictada por el INVIMA que hubiese ordenado al investigado abstenerse de transmitir la publicidad relacionada con los productos HIT de **POSTOBÓN**, pues la medida sanitaria en mención fue interpuesta al interior de una actuación particular donde **CARACOL** no participó.

- **La orden del INVIMA no fue impuesta a CARACOL Televisión**

Argumentó el apoderado especial de **CARACOL**, que su representado no era responsable del cargo único imputado mediante auto del 9 de junio de 2020 proferido por la CRC, toda vez que la investigación administrativa se fundamentó en el supuesto incumplimiento de una medida sanitaria preventiva "ACTA DE APLICACIÓN DE MEDIDA SANITARIA IVC-VIG-FM042 VERSIÓN 05 del 24/07/2018", expedida por el INVIMA, que fue el insumo del concepto emitido por la Coordinación de Contenidos de la extinta ANTV, el cual, a su vez, fue el sustento de la presente investigación

<sup>4</sup> Se aclara que la fecha del acta de inspección vigilancia y control expedida por el INVIMA es del 14 de septiembre de 2018 y no del 21 de diciembre de 2017, como erróneamente quedó señalado en el auto de apertura y auto de pruebas.

<sup>5</sup> Por error de digitación se mencionó en auto de traslado como radicados remitidos por el INVIMA los 2021802709, 2021802712 y 2021802739.

administrativa.

Recordó que la orden impartida por el INVIMA es de carácter particular, por lo que sus efectos solo recaen sobre el sujeto de la medida preventiva y no pueden extenderse a quien no fue objeto de la misma. Así mismo, señaló que mientras se transmitieron dichos comerciales, **CARACOL** no tuvo conocimiento de la medida impuesta.

Por otro parte, adujo que en el auto de formulación de cargos no se especificó la conducta reprochada, las normas infringidas y la sanción particular que se le podría imponer a **CARACOL** en caso de comprobarse la presunta infracción, pues el mencionado auto se limitó a realizar una descripción general de los elementos fácticos y jurídicos que condujeron a imputarle cargos a su representado.

Agregó que, según la CRC, **CARACOL** presuntamente incumplió los literales e), g) y h) del artículo 2 de la Ley 182 de 1995, por lo cual se habrían transgredido los principios de: (i) protección de la juventud, la infancia y la familia; (ii) preeminencia del interés público sobre el privado y: (iii) responsabilidad social de los medios de comunicación.

Expuso que, como consecuencia de lo anterior, se violaba el principio de tipicidad, pues aun cuando se invocó la ley, de ninguna manera, contenía conductas típicas identificadas, y explicó que, en materia administrativa sancionatoria debía cumplirse el deber de invocar las normas que constituyen la premisa mayor del silogismo jurídico que conduciría a la consecuencia jurídica prevista en la norma.

Mencionó que la CRC pretendía sancionar a **CARACOL** como si su representado hubiese violado derechos del consumidor por emitir, supuestamente, información falsa, lo cual no tiene ningún fundamento jurídico y que, de llegarse a imponerse una sanción, se incurriría en una flagrante violación de los principios administrativos de moralidad y responsabilidad que deben observar las autoridades en el ejercicio de sus funciones.

Reiteró que el fundamento para iniciar la investigación en contra de **CARACOL** fue la emisión de sesenta y seis (66) mensajes publicitarios con la referencia "20SEGV1", veintiuno (21) de la referencia "REF 20" y treinta y uno (31) de la referencia "REF 30", no obstante, nunca fue vinculado al procedimiento del INVIMA ni fue sujeto de la respectiva medida, por tanto, sus efectos no le pueden ser impuestos.

- **La CRC no cumplió con la carga de probar que CARACOL Televisión conocía la orden del INVIMA**

Señaló que la CRC tenía la carga de probar que **CARACOL** (i) tuvo conocimiento de la medida sanitaria impuesta a **POSTOBÓN** por parte del INVIMA y, (ii) que la orden contenida en esa medida tenía como destinatario a **CARACOL**. No obstante, estos dos elementos ni siquiera fueron mencionados por la CRC, ni por la ANTV al momento de iniciar la averiguación preliminar o de rendir el concepto solicitado a la Coordinación de Contenidos. Destacó que la CRC atendida a los argumentos expuestos por **REDPAPAZ**, asumió que **CARACOL** estaba sometido a un acto particular proferido por el INVIMA en contra de un tercero.

Reiteró que **CARACOL** nunca tuvo conocimiento de la medida sanitaria impuesta, y que incluso, a la fecha no existe una orden dirigida al investigado que le prohíba la difusión de esos comerciales, lo que evidencia que **CARACOL** actuó bajo la convicción de que el contenido transmitido estaba acorde a derecho, y no desconocía ninguna prerrogativa legal o constitucional.

- **Discordancia entre el comercial objeto de la medida sanitaria del INVIMA y aquellos reprochados por la CRC.**

Precisó que el cargo único formulado hizo referencia a los comerciales "20SEGV1", "REF 20" y "REF 30", mientras que la medida sanitaria estaba dirigida al video referenciado como "HIT REF 30 seg.", y que incluso la CRC reconoció que no se trataba del mismo contenido objeto de la medida sanitaria.

Agregó que, en todo caso, era imposible para **CARACOL** inferir que los mensajes publicitarios infringían normas aplicables al servicio de televisión, ya que no tenía ningún elemento para determinar si el producto anunciado contenía fruta de origen natural, de allí que, bajo el postulado constitucional de la buena fe, no le correspondía examinar las propiedades, ingredientes o posibles

efectos nocivos de los productos anunciados; expuso que un reproche de esta naturaleza sería *"tan absurdo como suponer que CARACOL Televisión debe verificar la efectividad de un remedio contra la tos, un champú contra la caspa o un jabón quita grasa"*.

Concluyó que la medida sanitaria del INVIMA no involucraba a **CARACOL**, y que la emisión de los comerciales reprochados no le debían generar ninguna responsabilidad.

- **La codificación de comerciales y los requerimientos del INVIMA a CARACOL Televisión en otros casos.**

Mencionó que no existía norma legal que implicara una obligación en cabeza de **CARACOL**, de verificar las características de los productos que a través de su red se promocionan, y que, si esta obligación surgiera de un acto administrativo de carácter particular, el mismo debía ser puesto en conocimiento del canal, ya fuera directamente o a través del CONSORCIO DE CANALES NACIONALES PRIVADOS, tal como en otras ocasiones ha ocurrido.

Explicó que el proceso de codificación de los comerciales es un trámite en el cual se verifican los siguientes aspectos:

- ✓ Condiciones técnicas para su emisión; que, por disposición de una norma jurídica de carácter general, el servicio o producto respectivo o la publicidad misma cuente con las autorizaciones por parte de las autoridades competentes, como en el caso de los servicios financieros o de salud, los plaguicidas, los suplementos dietarios o las bebidas energizantes;
- ✓ Que no se trate de productos cuya publicidad esté prohibida legalmente, como el caso de juguetes bélicos o cigarrillos y tabacos;
- ✓ Que la emisión del comercial incluya advertencias o información exigidas por el ordenamiento jurídico, como el caso de bebidas alcohólicas o energizantes, medicamentos o las actividades de suerte y azar;
- ✓ Que la publicidad del producto -por disposición legal- haya sido aprobado previamente por el INVIMA (storyboard), como en el caso de medicinas y algunos alimentos y bebidas

Argumentó que en el caso del comercial de que trata la orden del INVIMA ("HIT REF 30 seg") y de los reprochados por la CRC ("20SEGV1", "REF 20" y "REF 30"), **CARACOL** jamás recibió una orden o requerimiento con el objeto de prohibir su emisión. Señaló que en otras ocasiones el INVIMA, a través del CCNP, sí ha ordenado a **CARACOL** suspender la pauta publicitaria de ciertos productos, como el caso de: "Tosiled Hedera Hélix y Strepsils Intensive Miel & Limón", "Flexartri", "Supreflux" y "parche para el guayabo".

En ese orden de ideas reiteró que no tenía obligación alguna de no transmitir la publicidad denunciada.

- **Afirmaciones temerarias de RED PAPA Z.**

Señaló que contrario a las afirmaciones efectuadas por REDPAPAZ, **CARACOL** nunca conoció la orden de suspensión de publicidad de productos HIT, emitida por el INVIMA, por tanto, no defraudó la medida sanitaria impuesta.

Destacó que, contra de todo rigor jurídico, REDPAPAZ utilizó de manera impropia la figura del hecho notorio, en tal sentido explicó que los hechos notorios consisten en acontecimientos conocidos por todos o por la generalidad de un círculo social, así las cosas mencionó que existía una mayúscula diferencia entre un hecho notorio como el *"Covid-19 o el 9 de abril de 1948 y una orden impartida a un particular"*, de tal manera que, si REDPAPAZ pretendía que la orden del INVIMA le fuera impuesta a **CARACOL**, ha debido encontrar una vía adecuada que le permitiera vincularlo a la investigación del INVIMA para extender a terceros los efectos de un acto administrativo particular, en lugar de realizar afirmaciones temerarias en contra del canal.

Indicó que rechazaba las acusaciones por parte de REDPAPAZ, referentes a que **CARACOL** propendía por un consumo desinformado de los niños, niñas y adolescentes, y reiteró que en ningún momento conoció o fue vinculado a la orden impartida por el INVIMA.

## 5.2. Alegatos de conclusión

De acuerdo con el radicado 2021808399 del 19 de julio de 2021, allegado a esta entidad el 16 de julio de 2021, el apoderado especial de **CARACOL** reiteró su solicitud de archivo de la investigación, de acuerdo con los siguientes argumentos:

- **La falta de fundamento de la queja con base en la cual se inició la investigación.**

Señaló que la actuación administrativa se dio con ocasión de una denuncia presentada por REDPAPAZ, la cual carecía de fundamento, por cuanto el INVIMA informó a la CRC que las actas de inspección, vigilancia y control y de levantamiento de medida sanitaria eran el resultado de diligencias que se surtían entre dos partes, en este caso INVIMA y POSTOBÓN S.A., por tal razón, el INVIMA no estaba obligado ni tenía competencia para comunicar o notificar a entidades que no eran sujetos de su control y vigilancia, como **CARACOL**.

En tal sentido, el apoderado afirmó que bastaba con las pruebas remitidas por el INVIMA, para demostrar que **CARACOL** nunca tuvo conocimiento de medidas sanitarias impuestas a POSTOBÓN S.A., y que contrario al criterio de REDPAPAZ, no se trató de un hecho notorio, de tal manera que la ANTV y la CRC en la etapa de averiguación preliminar debían contrastar los hechos denunciados y verificar que en ningún momento se desatendieron las obligaciones que a **CARACOL** le correspondían.

- **La CRC no probó que CARACOL Televisión conocía la medida sanitaria del INVIMA**

Indicó que, las pruebas practicadas dentro del proceso permitían llegar a una conclusión irrefutable: y es que **CARACOL** no conocía medida alguna del INVIMA que le prohibiera difundir los mensajes publicitarios reprochados, y que a hoy, tampoco existe una orden dirigida a **CARACOL** que le prohíba la difusión de dichos comerciales.

Precisó que al emitir los comerciales reprochados, **CARACOL** actuó bajo la convicción de buena fe en el sentido de que el contenido de los mensajes no infringía el ordenamiento jurídico, no solo porque no existía ninguna norma constitucional o legal que le impidiera la difusión, sino porque no conoció la orden del INVIMA a la que se refiere la queja que dio origen a la investigación.

- **La orden del INVIMA no fue impuesta a CARACOL**

Reiteró que en ninguna de las decisiones adoptadas por parte del INVIMA se mencionó a **CARACOL** o al Consorcio de Canales Nacionales Privados, y que en consecuencia, era evidente que la medida sanitaria no fue impuesta a **CARACOL** y tampoco vinculaba a esta sociedad de ninguna manera.

- **Discordancia entre el comercial objeto de la medida sanitaria del INVIMA y aquellos reprochados por la CRC**

Explicó que aun cuando las razones expuestas en su escrito de alegatos ya eran suficientes para ordenar el archivo de la investigación, existía un elemento adicional que evidenciaba la falta de tipicidad de la conducta imputada, así pues, mencionó que en el pliego de cargos se reprochó la emisión de los comerciales con la referencia "20SEGV1", "REF 20" y "REF 30", mientras que el video objeto de la medida del INVIMA era el referenciado como "HIT REF 30 seg", como consta en la parte resolutive del acta del INVIMA que obra en el expediente.

Por otra parte, agregó que las afirmaciones "*¿Sabes por que es natural que te guste HIT? Porque está hecho con frutas deliciosas*", "*Pasaron cosas naturalmente increíbles*" o "*¿Entonces, ya sabes por qué es natural que te guste HIT? Exacto, porque HIT tiene fruta y es delicioso*" eran propias del lenguaje publicitario y que no existía ningún elemento objetivo que llevara a **CARACOL**, a inferir que el mensaje comercial era engañoso o que contenía información falsa, y que así mismo estaba por fuera del alcance de las obligaciones de su representada conocer y verificar la naturaleza y composición de un producto anunciado a través de sus espacios comerciales.

Insistió que para **CARACOL** era imposible determinar y no estaba obligado a ello, si un producto tenía un contenido mínimo de fruta del 8%.

## **6. ARGUMENTOS PRESENTADOS POR REDPAPAZ**

Mediante radicado 2021808416 del 19 de julio de 2021, allegado a esta entidad el 16 de julio de 2021, la representante legal de la **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES - RED PAPA**Z, presentó sus alegatos de conclusión en los siguientes términos:

- **La pauta 20SEGV1 reproduce los mismos mensajes que motivaron la medida sanitaria del INVIMA contra la pauta HIT REF 30 SEG.**

Indicó la representante legal de REDPAPAZ que, dentro del proceso se pudo evidenciar que **CARACOL** violó lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 182 de 1995, específicamente los literales e), g) y h) en la medida en que permitió la difusión de una pieza publicitaria engañosa por parte de POSTOBÓN y que **CARACOL** había privilegiado el interés privado al permitir que se difundiera un contenido que defrauda al público acerca de las propiedades de una bebida azucarada que se ofrece en el mercado.

Mencionó que el INVIMA, impuso la medida sanitaria y de seguridad a **POSTOBÓN** con el argumento de que la pauta "HIT REF 30 seg", contravenía lo dispuesto en el artículo 272 de la Ley 9 de 1979, toda vez que el producto publicitado, sugería ser de fruta natural cuando en realidad no lo era, y que dichas expresiones, acompañadas del lenguaje no verbal, imágenes y audios, se mantenían, en su esencia, en las versiones de las pautas difundidas por **CARACOL** (20SEGV1, REF 20).

Para apoyar su postura, la representante legal de **REDPAPAZ** procedió a presentar un cuadro comparativo, en el cual mostró las similitudes entre la publicidad que el INVIMA ordenó suspender, y la publicidad que se transmitió posteriormente a través de **CARACOL**.

Expuso que los productos HIT eran bebidas azucaradas elaboradas con ingredientes artificiales como colorantes y conservantes, y con un contenido mínimo de fruta, y que, por tanto, las versiones editadas de la publicidad suspendida por el INVIMA, replicaban el mismo mensaje engañoso, por lo cual no era posible excusar su difusión alegando que la prohibición de publicidad no recaía sobre estas pautas.

Precisó que en el evento en que la CRC tolerara la difusión de mensajes engañosos, que replican contenidos que son objeto de medidas cautelares, estaría propiciando el desconocimiento y la transgresión de decisiones adoptadas por otras entidades, que tienen como único fin proteger a la teleaudiencia y que en tal sentido la CRC debía sancionar a **CARACOL**.

- **Las pautas 20SEGV1 y REF 20 difundidas por CARACOL violan los derechos de los consumidores y de los Niños, Niñas y Adolescentes.**

Precisó que, **CARACOL** debía prestar el servicio público de televisión de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 182 de 1995, cuyo artículo 2 establece que los fines del servicio público de televisión son: formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana, y que así mismo, de los principios se encuentran (i) la protección de la juventud, la infancia y la familia; (ii) la preeminencia del interés público sobre el privado; y, (iii) la responsabilidad social de los medios de comunicación, y que pese a ello, la difusión de las pautas 20SEGV1 y REF 20 por parte de **CARACOL** quebrantó los principios indicados.

Agregó que dichas pautas representan un revés a en la preeminencia del interés público sobre el particular, establecido en el literal g del artículo 2 de la Ley 182 de 1995, así como un quebrantamiento del principio de responsabilidad social de los medios de comunicación, por lo cual **CARACOL**, antepuso la satisfacción de los intereses económicos de **POSTOBÓN**.

- **Medida sanitaria impuesta por el INVIMA es de obligatorio cumplimiento.**

Señaló que en el proceso estaba demostrado que **CARACOL** difundió unas piezas publicitarias que replicaban engaños que fueron advertidos por el INVIMA el 14 de septiembre de 2018. Asimismo, estaba demostrado que **CARACOL** no adelantó ningún escrutinio sobre el contenido publicitario



que se divulgó, lo cual además contraviene lo dispuesto en el artículo 30 de la Ley 1480 de 2011, así como la protección a los intereses de los niños, niñas y adolescentes.

- **CARACOL omitió el cumplimiento de sus deberes al permitir la difusión de las pautas 20SEGV1 y REF 20**

Mencionó que resultaba paradójico que **CARACOL** se excusara por la difusión de publicidad engañosa de **POSTOBÓN** debido a su supuesta ignorancia acerca de la medida impuesta por el INVIMA, cuando en realidad los engaños y la consiguiente afectación de los derechos de la infancia y la adolescencia resultaban evidentes.

Indicó que en otra oportunidad **CARACOL** fue demandado en 2018 por **REDPAPAZ** por abstenerse de transmitir un mensaje de bien público de carácter informativo que pretendía explicar sobre los riesgos asociados al consumo habitual de productos con exceso de ingredientes críticos como los azúcares, sodio o grasas saturadas, y que en dicha oportunidad el mismo apoderado de **CARACOL** adujo que el mensaje no podría ser transmitido hasta tanto no se adelantara una revisión exhaustiva que permitiera concluir que no se trataba de publicidad engañosa.

## **7. CONSIDERACIONES DE LA CRC**

Agotadas las etapas pertinentes, de conformidad con lo expresado en los artículos 47, 48 y 49 del CPACA, entra esta Comisión a decidir lo que en derecho corresponda respecto del cargo único imputado mediante acto administrativo del 9 de junio de 2020, de conformidad con los argumentos expuestos por el investigado, el denunciante y las pruebas que reposan en el expediente:

Señaló el investigado que, a través del auto de formulación de cargos, la CRC contravino los principios del debido proceso, imparcialidad, buena fe, moralidad, responsabilidad, eficacia y economía, como quiera que se partió de una premisa falsa, ya que no existía ninguna medida sanitaria dictada por el INVIMA que hubiese ordenado al investigado abstenerse de transmitir la publicidad relacionada con los productos HIT de **POSTOBÓN**.

Al respecto debe indicarse que, todas las actuaciones desplegadas por la CRC buscan el cumplimiento irrestricto de las disposiciones legales y Constitucionales que rigen el procedimiento administrativo sancionatorio, en atención de los principios del debido proceso, igualdad, imparcialidad, buena fe, moralidad, participación, responsabilidad, transparencia, publicidad, coordinación, eficacia, economía y celeridad.

De esta manera, al allegarse una denuncia, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 47 del CPACA, es deber de las autoridades administrativas verificar la información, dar traslado de la misma al denunciado, e iniciar las averiguaciones preliminares correspondientes, tal como sucedió en el presente caso, a través de Resolución ANTV 0067 del 11 de febrero de 2019.

Agotada dicha etapa, en la cual el investigado pudo participar activamente, la CRC sin emitir juicios de valor, de conformidad con los elementos recaudados, realizó la imputación de cargos, de conformidad con las normas en las cuales pudo encuadrarse la conducta denunciada.

Posteriormente, se garantizó al investigado el ejercicio de su derecho de defensa y contradicción y se expidió acto administrativo mediante el cual se resolvió incorporar las pruebas aportadas por **CARACOL**, las obrantes en el expediente, así como decretar de oficio, el requerimiento de información al INVIMA, con el fin de verificar si en algún momento al investigado se le puso en conocimiento la restricción de la publicidad objeto de denuncia.

Todo ello con el fin de garantizar los principios contemplados en el artículo 3 del CPACA, así como el principio constitucional al debido proceso.

Así las cosas, se recuerda al investigado, que es deber de la CRC, ejercer funciones de vigilancia, inspección y control en materia de contenidos audiovisuales, especialmente de aquellas conductas que puedan atentar contra el pluralismo informativo, el régimen de inhabilidades de televisión abierta y las disposiciones que amparen los derechos de la familia y de los niños, niñas y adolescentes, contempladas en el ordenamiento jurídico vigente.

Por ello, en aras de proteger la prevalencia de los derechos de los niños sobre intereses particulares,

la CRC desplegó todas las acciones necesarias dentro del límite de sus competencias para determinar si era deber de **CARACOL** abstenerse de transmitir publicidad de productos HIT de **POSTOBÓN**, identificadas como REF 30, REF 20 y REF 20 SEG V1.

También expuso el apoderado de **CARACOL** que la orden impartida por el INVIMA era de carácter particular dirigida a **POSTOBÓN**, por lo que sus efectos solo recaían sobre el sujeto de la medida preventiva y no sobre **CARACOL**, situación que no había sido tomada en cuenta ni en la averiguación preliminar ni en la imputación de cargos.

Pues bien, frente a este argumento, debe precisarse que, el análisis de los efectos vinculantes de la orden emitida por el INVIMA, corresponde a la etapa de decisión y no a la etapa de imputación de cargos, pues parte de la garantía al debido proceso radica en no emitir pronunciamientos de fondo sobre aspectos propios de la controversia, ello en aras de garantizar la transparencia y objetividad al momento de expedir la decisión correspondiente.

Por otro parte, mencionó el apoderado que en el auto de formulación de cargos no se especificó la conducta reprochada, las normas infringidas y la sanción particular que se le podría imponer a **CARACOL** en caso de comprobarse la presunta infracción, pues el mencionado auto se limitó a realizar una descripción general de los elementos fácticos y jurídicos que condujeron a imputarle cargos a su representado.

En cuanto a la vulneración del principio de tipicidad, conviene aclarar que la imputación del cargo único formulado se realizó con total apego de lo dispuesto en el artículo 47 del CPACA, el cual dispone que la imputación debe señalar con precisión y claridad los hechos que originan la investigación, las personas naturales o jurídicas objeto de la investigación, las disposiciones presuntamente vulneradas y las sanciones o medidas que serían procedentes, tal y como lo acredita el mismo acto administrativo del 9 de junio de 2020:

Hechos	Persona Jurídica	Disposiciones vulneradas	Consecuencia
<p>Transmitir 3 comerciales con características similares a las suspendidas por el INVIMA mediante acta del 24 de julio de 2018, identificadas como REF 30, REF 20 y REF 20 SEG V1, en las siguientes fechas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• REF 30: 31 emisiones del 14/08/2018 al 13/09/2018</li> <li>• REF 20: 21 emisiones del 23/08/2018 al 14/09/2018</li> <li>• REF 20 SEG V1: 66 emisiones del 1/10/2018 al 30/10/2018</li> </ul>	CARACOL TELEVISIÓN S.A.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Literales e, g y h, del Artículo 2 de la Ley 182 de 1995</li> <li>• Numeral 2 del artículo 47 de la Ley 1098 de 2006</li> </ul>	<p>Literal n del artículo 5 de la Ley 182 de 1996, y Numeral 30 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.</p>

Ahora bien, por otra parte, argumentó, entre otras cosas el denunciante que **CARACOL** transmitió la publicidad objeto de reproche, con el fin de favorecer a **POSTOBÓN**, y que era evidente que conocía la medida impuesta por el INVIMA, infringiendo no solo las normas que protegen los derechos de los televidentes, los niños, niñas y adolescentes, sino el artículo 30 de la Ley 1480 de 2011.

Al respecto debe señalarse que el artículo 30 de la Ley 1480 de 2011, dispone que el dueño del medio de comunicación por el cual se transmite la publicidad engañosa será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave, circunstancia que en el presente caso no se encuentra acreditada y que no puede deducirse por el hecho de que **CARACOL** hubiese transmitido los comerciales objeto de reproche, ya que una acción dolosa debe ser debidamente

sustentada y acreditada, no basta con la simple afirmación, pues en principio, se presume la buena fe.

Así mismo, frente al caso concreto, debe señalarse que el servicio público de televisión es un medio de comunicación con gran incidencia en la sociedad, debido al nivel de penetración y su impacto en la comunidad, tiene una relación directa con la democracia, y con el derecho a la información, y funciona como medio de cohesión social, por lo que en la regulación de la materia es preminente el interés general. En ese sentido ha sido mencionado por la Corte Constitucional:

*"La televisión, sobra decirlo, ocupa, un lugar central en el proceso comunicativo social. La libertad de expresión y el derecho a informar y ser informado, en una escala masiva, dependen del soporte que les brinda el medio de comunicación. La opinión pública, no es ajena a las ideas e intereses que se movilizan a través de la televisión. Por consiguiente, el tamaño y la profundidad de la democracia, en cierta medida resultan afectados por la libertad de acceso y el pluralismo que caracterice la televisión y ellas, sin lugar a dudas, pueden resentirse cuando el medio se convierte en canal propagandístico de la mayoría política, o más grave aún de los grupos económicos dominantes. En otro campo, la televisión despliega efectos positivos o negativos, según sea su manejo, para la conservación y difusión de las diferentes culturas que convergen en una sociedad compleja. Los efectos de las políticas y regulaciones en esta materia (...) exige[n] (...) que su manejo se guíe en todo momento por el más alto interés público y que ningún sector o grupo por sí solo, así disponga de la mayoría electoral, pueda controlarlo directa o indirectamente"<sup>6</sup>.*

Al tratarse entonces de un medio esencial para el ejercicio del derecho fundamental a la información, que es una libertad trascendental en la democracia, a través de los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión, la ciudadanía está informada sobre los sucesos que ocurren, y es por eso que esta información debe ser veraz e imparcial, libre de toda manipulación o tratamiento arbitrario, pues esta información, como lo menciona la Corte, puede afectar a la ciudadanía, en las decisiones de los representantes políticos o en sucesos del ámbito económico o social de interés general.

Incluso en la ley 182 de 1995 se establece como fines del servicio público de la televisión "*formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana*", buscando "*promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales*", al mismo tiempo que se consolida "*la democracia y la paz*". Para ello, entre los principios básicos que rigen su prestación se encuentran: (i) la preeminencia del interés público sobre el privado, (ii) la garantía del pluralismo político, social y cultural, y (iii) la imparcialidad de las informaciones<sup>7</sup>; lo que denota la importancia de este servicio público para la vida social.

Así, en el marco de la prestación del servicio de televisión, y bajo los principios mencionados, bien lo define el artículo 29 de la ley 182 de 1995, que la expresión y difusión de los contenidos de la programación y la publicidad son libres, encontrando sus límites en la Constitución y la ley. Este mismo artículo establece la protección de niños y jóvenes como direccionamiento de las limitaciones que pudieran determinarse a la mencionada libertad.

Es necesario entonces hacer una distinción en torno al contenido que se transmite por el mencionado medio, pues por un lado se tiene el contenido de la programación y por otro el de la publicidad, categoría conceptual objeto del presente trámite; siendo el primero un ejercicio del derecho a la libre expresión ya mencionado, y siendo el segundo la actividad de propaganda, entendida como la actividad destinada a dar a conocer al público un bien o servicio con el fin de atraer adeptos, compradores, espectadores o usuarios, o crear simpatizantes, a través de cualquier medio de divulgación<sup>8</sup>. Es así como esta actividad debe entenderse desde la perspectiva del ejercicio de las libertades económicas, pues es la posibilidad de publicitar productos, a fin de incentivar su consumo se entiende connatural a cualquier ejercicio comercial.

<sup>6</sup> Corte Constitucional, Sentencia C 497-95, MP EDUARDO CIFUENTES MUÑOZ

<sup>7</sup> Ley 182 de 1995, Artículo 2.

<sup>8</sup> Corte Constitucional, Sentencia C-830-10, MP LUIS ERNESTO VARGAS SILVA.

Al respecto, como lo ha mencionado el Consejo de Estado, no es posible la subsunción de los conceptos de programación y publicidad para deducir una identidad, pues la misma ley 182 en diferentes apartados hace la mencionada distinción<sup>9</sup>.

Ahora bien, siendo la publicidad una modalidad del ejercicio de las libertades económicas, consecuencia del artículo 333 de la Constitución Política, ha sido entendido que no recibe la misma protección constitucional que otros contenidos amparados por la libertad de expresión, como ocurre con el contenido de la programación, por lo que la posibilidad de intromisión por parte del estado en esta actividad económica es mucho mayor, hasta el punto que incluso la Constitución misma impone la obligación de regulación a esta actividad mediante su artículo 78.

Así, ha mencionado la Corte: *"Este mandato específico sobre la regulación de la información comercial, que obviamente incluye la publicidad, deriva de la estrecha relación de estos mensajes con la actividad económica y de mercado, en la medida en que constituyen un incentivo para el desarrollo de determinadas transacciones comerciales. Esto significa que la actividad publicitaria es, en general, más un desarrollo de la libertad económica que un componente de la libertad de expresión, por lo cual la propaganda comercial se encuentra sometida a la regulación de la "Constitución económica"*<sup>10</sup>.

En conclusión, la actividad publicitaria no tiene por objeto alentar la participación y deliberación democrática, sino simplemente facilitar transacciones económicas, bajo el esquema de una economía social de mercado, razón por la que su restricción mediante la imposición de reglas de conducta se presenta como válido, siempre y cuando se constituyan como medio adecuado para alcanzar un objetivo estatal legítimo<sup>11</sup>.

De tal forma, que el ordenamiento jurídico colombiano, ha establecido diversa regulación en la materia, por ejemplo, por medio del derecho del consumidor, con miras a disminuir las brechas de información propias de estas relaciones; o como regulación ex ante, que incluso se encuentra desde la época de la extinta CNTV<sup>12</sup>. De tal manera que la libertad económica puede ser limitada con el fin de alcanzar objetivos de interés general, y más en el servicio público de televisión que es un servicio especial, cuyas características son tan particulares que le ubican en una posición privilegiada frente a los demás medios de comunicación social, no obstante, no puede imponerse por ello una carga a los operadores de televisión que se escape de las obligaciones propias de las normas preexistentes y que por consiguiente se torne excesiva, como sería el caso de revisar si una bebida promocionada contiene un porcentaje específico de fruta.

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, la presente resolución tiene por objeto definir si **CARACOL** incurrió en una infracción susceptible de ser sancionada, al haber transmitido publicidad de productos HIT de **POSTOBÓN**, cuando una campaña comercial anterior de estos productos fue objeto de una medida sanitaria dictada por el **INVIMA** consistente en la suspensión total de los servicios de publicidad del material audiovisual y radial a nivel regional y nacional.

En primer lugar, desde la misma Ley 182 de 1995 en su artículo 29 se establece la prohibición de control previo a los contenidos publicitarios emitidos, excluyendo así la exigibilidad de una conducta limitadora de esta expresión del derecho de libertad de empresa por parte del investigado frente a los comerciales mencionados, como pretende el quejoso que se hubiese sido desplegada. Y es que la verificación de la veracidad del contenido publicitario que en ellos se transmitía derivaría en una carga conductual desproporcionada en cabeza de los operadores de televisión de cotejar los contenidos publicitarios respecto del producto ofrecido por medio del comercial.

Es decir, **CARACOL** no tenía la posibilidad de hacer un control previo frente a la publicidad a transmitir, pues no existe norma que así se lo permita o exija, y que este supuesto evita que se le pueda ejercer un juicio de reproche frente a la conducta desplegada.

Es necesario tener en cuenta que, si bien el quejoso pretende hacer ver que la medida sanitaria preventiva tiene como fin proteger a niños, niñas y adolescentes, la misma tiene como fin proteger a los consumidores en general, de tal forma que la situación no se da en un escenario de exclusiva protección a los menores.

<sup>9</sup> Consejo de Estado. Sección Tercera. Subsección B. MP Stella Conto Díaz del Castillo. Auto del 10 de julio de 2014. Exp Rad. 11001032600020110005400.

<sup>10</sup> Corte Constitucional, Sentencia C 830-2010. MP LUIS ERNESTO VARGAS

<sup>11</sup> Corte Constitucional, Sentencia C 830-2010. MP LUIS ERNESTO VARGAS

<sup>12</sup> Un ejemplo es el Acuerdo 02 de 2006, al imponer medidas de conducta respecto de la publicidad de bebidas alcohólicas.

Adicionalmente, es claro que el objeto del derecho sancionatorio es el de ordenar de forma general, una actividad determinada, al reforzar las normas de conducta impuestas con anterioridad, mediante un sistema de sanciones, y que tan sólo en encuentra fundamento en su aplicación en la medida que sea necesario fortalecer la vigencia de la norma por encontrar un desconocimiento de la misma por parte de un agente del sector, que en el presente caso no puede predicarse, en la medida que al investigado no podía exigírsele una conducta distinta.

Es necesario tener en cuenta que aun cuando la Comisión tiene a su cargo funciones respecto de la regulación de la publicidad, esto no significa que todo reparo frente a las conductas relacionadas con esta actividad económica sea de sorteo de esta entidad, cuestión que incluso se evidencia del expediente que el quejoso conoce, pues en el marco de la defensa de los menores ya adelantó solicitudes respecto a la protección a usuarios por publicidad engañosa ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

De igual manera, las campañas publicitarias objeto de reproche que fueron transmitidas por **CARACOL** no tienen relación alguna con la regulación relativa al servicio de televisión respecto de las competencias ejercidas por la CRC, en cuanto el investigado no fue informado de la medida sanitaria impuesta por el INVIMA, tal y como lo precisó dicha entidad en las pruebas remitidas a través de radicados 2021802710 y 2021802766 del 4 de marzo de 2021, donde aclaró que la medida sanitaria impuesta correspondía exclusivamente a **POSTOBÓN**, de tal manera que, si con dicha publicidad se hizo incurrir a los consumidores en algún error, no es competencia de esta autoridad sancionar a **CARACOL**, sino que serán otras vías mediante las cuales puede requerirse el cumplimiento de las disposiciones del INVIMA a **POSTOBÓN**.

Aquí es necesario mencionar que el presente trámite por su naturaleza, tiene como requisito fundamental el de la existencia de descripción de la conducta sobre la cual recae el reproche, esto es que el trámite administrativo sancionatorio está regido por el principio de tipicidad, que como expresión del principio de legalidad, cualquier reparo que se pretenda realizar debe estar precedido de la descripción tanto de la conducta, como de la consecuente sanción, de tal forma que les sea cognoscible a los administrados el marco normativo en el que se encuadran los actos acordes a los fines previamente concebidos.

Así mismo, no se puede pretender la imposición de una sanción al investigado, en la medida que haber transmitido pautas publicitarias de un determinado producto, en este caso, jugos hit, no se adecúa a descripción típica alguna que pudiera sustentar la continuación del presente trámite administrativo. Bien se ha mencionado que **CARACOL** no tenía la posibilidad de hacer un control previo frente a la publicidad a transmitir, y que tal como reposa en el expediente, la orden impartida por el INVIMA, nunca le fue notificada, por tanto, el único responsable de suspender la publicidad objeto de reproche era la empresa **POSTOBÓN**.

Esta Comisión no puede trasladar a terceros las órdenes que le son impuestas a particulares en concreto, toda vez que vulneraría los principios de debido proceso, y seguridad jurídica.

De forma tal que, una vez revisado el contenido de la emisión se encontró que, frente a la transmisión de los comerciales de los productos *Hit* no es posible realizar juicio de responsabilidad dentro de las competencias de esta Comisión, en la medida que no existe ninguna vulneración respecto de la conducta imputada.

En mérito de lo expuesto, la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales,

## RESUELVE

**ARTÍCULO PRIMERO. ARCHIVAR** el proceso administrativo sancionatorio A-2362 en contra de **CARACOL TELEVISIÓN S.A.**, por las razones expuestas en la parte considerativa del presente acto administrativo.

**ARTÍCULO SEGUNDO.** Notificar la presente decisión al apoderado especial y/o representante legal de **CARACOL TELEVISIÓN S.A.**, o a quien haga sus veces, advirtiéndole que contra la misma procede el recurso de reposición, dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

**ARTÍCULO TERCERO.** Comunicar la presente decisión al apoderado especial y/o representante legal de **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES – RED PAPAZ**, o a quien haga sus veces, en su calidad de quejoso.

**ARTÍCULO CUARTO.** La presente resolución rige a partir de su firmeza, en los términos del artículo 87 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Dada en Bogotá D.C., a los **25 días del mes de agosto de 2021**

**NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE**

**ERNESTO PAUL OROZCO  
OROZCO**  
Presidente

**JOSÉ FERNANDO PARADA  
RODRÍGUEZ**  
Comisionado

**CARLOS LUGO SILVA**  
Comisionado Ad-Hoc

C.C.C.A. 76 de 12/8/2021

S.C.C.A. 23 de 25/08/2021

Presidente: Ernesto Orozco Orozco

Revisado por: Ricardo Ramírez Hernández – Coordinador de Contenidos Audiovisuales.

Aprobado por: Lina María Duque Del Vecchio

Elaborado por: Laura Yesenia Ríos Díaz

Expediente: A-2362