



Digitally signed by
 MARIANA SARMIENTO
 ARGUELLO
 Date: 2025.06.04 16:08:22 -
 05:00
 Reason: Fiel Copia del
 Original
 Location: Colombia

Rad. 2025707728
 Cod. 2000
 Bogotá, D.C.

CRC
Radicación: 2025516972 Fecha: 4/06/2025 4:00:02 P. M. Proceso: 2000 DISEÑO REGULATORIO



REF: Su comunicación con el asunto «Derecho de petición. Publicidad nuevos modelos de negocio plataformas tecnológicas como UBER; DIDI, CABIFY, YANGO.»

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), acusa el recibo de su comunicación identificada con el radicado 2025707728 a través de la cual plantea las siguientes peticiones:

«(...)

1. En Colombia es posible emitir en medios de comunicación y específicamente en el servicio de televisión abierta radiodifundida, publicidad de plataformas digitales como UBER, Cabify, DIDI, Yango, ¿Indrive y otras similares en que específicamente se comercialice la conectividad del servicio de transporte de pasajeros en vehículos particulares?
2. En caso afirmativo, ¿Qué requisitos deben cumplir los operadores del servicio de televisión abierta para no estar inmersos en investigaciones y /o sanciones por parte del ente regulador? Considerando el artículo 30 del estatuto del consumidor establece que en caso de dolo o culpa grave, los medios de comunicación serán responsables solidariamente, cuando el anunciante no cumpla con las condiciones establecidas para la publicidad
3. ¿Cuál es el sustento jurídico en el que se fundamente su concepto?»

1. Alcance del presente pronunciamiento

Antes de proceder a analizar de fondo sus inquietudes le informo que la CRC, al rendir conceptos, lo hace de conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA) según las competencias que le han sido asignadas por el ordenamiento jurídico vigente. De este modo, el alcance del pronunciamiento solicitado tendrá las consecuencias que la normatividad le otorga a los conceptos rendidos por las autoridades administrativas.

Así mismo, le informo también que los conceptos no pueden analizar situaciones de orden particular y concreto, sino que los mismos deben hacer referencia a la materia por la cual se pregunta de manera general y abstracta, y sobre el contenido y aplicación del marco regulatorio que ha sido expedido por esta Comisión.

2. Respuesta a las inquietudes planteadas

Previo a dar respuesta a los interrogantes planteados procederemos en primer lugar a señalar las competencias que tiene asignadas la CRC, en particular, la Sesión de Contenidos Audiovisuales, en materia de pluralismo informativo, imparcialidad, derechos de los televidentes, defensor del televidente y participación ciudadana, a partir de lo dispuesto en la Ley 1978 de 2019 «Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones».

Puntualmente, las funciones otorgadas a dicha Sesión son las siguientes:

«25. Garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, siendo el principal interlocutor con los usuarios del servicio de televisión y la opinión pública en relación con la difusión, protección y defensa de los intereses de los televidentes.

26. Establecer prohibiciones para aquellas conductas en que incurran las personas que atenten contra el pluralismo informativo, la competencia, el régimen de inhabilidades y los derechos de los televidentes.

27. Vigilar y sancionar aquellas conductas que atenten contra el pluralismo informativo, el régimen de inhabilidades de televisión abierta y los derechos de los televidentes, contempladas en el ordenamiento jurídico vigente. En estos casos, aplicarán las sanciones contempladas en el artículo 65 de la presente Ley.

28. Promover y reglamentar lo atinente a la participación ciudadana en los temas que puedan afectar al televidente, especialmente lo referido al control de contenidos audiovisuales. (...)

30. Sancionar a los operadores, concesionarios de espacios de televisión y contratistas de televisión nacional cuando violen las disposiciones constitucionales y legales que amparan específicamente los derechos de la familia y de los niños. De acuerdo con la reglamentación aplicable, los infractores se harán acreedores de las sanciones de amonestación, suspensión temporal del servicio hasta por cinco (5) meses o caducidad o revocatoria de la concesión o licencia, según la gravedad de la infracción y la reincidencia. En todo caso, se respetarán las normas establecidas en la Ley sobre el debido proceso.»

De lo anterior se desprende que esta Comisión tiene una facultad sancionatoria que posibilita investigar a responsables de la emisión de contenidos televisivos no aptos para las audiencias. Esta potestad, bajo el principio de legalidad, dispone que solo se imponga una sanción cuando se constate que hubo una infracción a los derechos de los televidentes, al pluralismo informativo, y al régimen de inhabilidades de la televisión abierta.

Con relación a la temática general que plantea su consulta, es de indicar que la regulación expedida por esta entidad actualmente establece las siguientes pautas en materia de publicidad en televisión abierta:

«(...)

CAPÍTULO 5.

PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN.

SECCIÓN 1.

PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL.

ARTÍCULO 16.5.1.1 ADECUACIÓN DE LOS ANUNCIOS A FRANJA DE AUDIENCIA. La publicidad en televisión abierta nacional deberá responder, según su contenido y tratamiento, a las franjas de audiencia en que se presenten. No se podrán transmitir en la franja infantil anuncios comerciales de producciones cinematográficas o de programas de televisión clasificados para mayores de edad o cuya temática sea apta solo para la franja de adultos, o que se encuentren ubicados en la franja de adultos.

En la franja familiar se podrá presentar esta clase de publicidad, siempre que sus imágenes y contenido se adecuen a la misma.»¹ (NFT)

- **Sobre las inquietudes planteadas**

Pregunta 1.

Una vez analizado el alcance de los interrogantes planteados, se advierte que el primero de ellos busca que esta Comisión se pronuncie respecto del régimen de autorización aplicable a la emisión de mensajes publicitarios relacionados con la prestación del servicio de transporte de pasajeros.

Al respecto, es preciso señalar que esta Comisión no cuenta con competencias para pronunciarse sobre la emisión o contenido de este tipo específico de publicidad, ni ha expedido regulación relacionada con la actividad mencionada en su comunicación. Lo anterior, por cuanto la normatividad vigente en materia de contenidos audiovisuales se orienta a establecer lineamientos de adecuación que deben observarse en la difusión de mensajes publicitarios, en función de la franja horaria y del público objetivo, con el propósito de salvaguardar los derechos de los niños, niñas, adolescentes y la familia.

Pregunta 2.

Esta pregunta parte de la premisa de que el Estatuto del Consumidor establece una serie de «requisitos [que] deben cumplir los operadores del servicio de televisión abierta para no estar inmersos en investigaciones y /o sanciones por parte del ente regulador (...) considerando que el artículo 30 del estatuto del consumidor establece que en caso de dolo o culpa grave, los medios

¹ Resolución CRC 5050 de 2016, "Por la cual se compilan las Resoluciones de Carácter General vigentes expedidas por la Comisión de Regulación Comunicaciones"

Continuación: Su comunicación con el asunto «Derecho de petición. Publicidad nuevos modelos de negocio plataformas tecnológicas como UBER; DIDI, CABIFY, YANGO.»

Página 4 de 5

de comunicación serán responsables solidariamente, cuando el anunciante no cumpla con las condiciones establecidas para la publicidad.»

Con relación a lo preguntado, es menester precisar que el artículo 30 del Estatuto del Consumidor² se refiere únicamente al concepto de publicidad engañosa, a los perjuicios que eventualmente pueden derivarse de dicha publicidad, así como al régimen de responsabilidad respecto de los daños y perjuicios causados. A diferencia de lo que plantea su segundo interrogante, esta norma no establece requisitos de índole alguna frente a la actividad publicitaria o de difusión de publicidad.

Al respecto, es de indicar que la H. Constitucional en Sentencia C-592/12³, al estudiar la constitucionalidad, precisamente, del artículo 30 del Estatuto del Consumidor indicó lo siguiente:

«7.10. El artículo 30 de la Ley 1480 de 2011 no impone una responsabilidad solidaria objetiva en cabeza de los medios de comunicación y del anunciante; como lo expresó la mayoría de los intervinientes, estos únicamente responderán en cuanto se demuestre su comportamiento doloso o gravemente culposos respecto de los perjuicios causados al consumidor y, como es lógico, **al cabo de un proceso judicial o administrativo en el que, observando las reglas del artículo 29 superior, sean declarados jurídicamente responsables.**» (NFT)

De acuerdo con lo anterior, es claro que el artículo 30 no establece requisitos previos para la difusión de publicidad, sino que constituye un régimen de responsabilidad posterior en cabeza de los medios de comunicación y del anunciante respecto de los perjuicios causados al consumidor, lo cual constituye un tipo de pronunciamiento que el ordenamiento jurídico ubicó dentro del ámbito de las competencias administrativas o judiciales de otras entidades (Superintendencia de Industria y Comercio o Superintendencia de Transporte, según aplique), y por lo tanto, escapa de las competencias administrativas asignadas a esta entidad.

Pregunta 3.

El sustento jurídico para las anteriores respuestas corresponde a lo dispuesto en los numerales 25, 26, 27, 28 y 30 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 19 de la Ley 1978 de 2019.

² «**Artículo 30. Prohibiciones y responsabilidad. Está prohibida la publicidad engañosa.**

El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados.» LEY 1480 DE 2011, «Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.»

³ M.P. JORGE IVÁN PALACIO PALACIO.

Continuación: Su comunicación con el asunto «Derecho de petición. Publicidad nuevos modelos de negocio plataformas tecnológicas como UBER; DIDI, CABIFY, YANGO.»

Página 5 de 5

En los anteriores términos damos respuesta a su solicitud.

Cordial saludo,

MARIANA SARMIENTO ARGUELLO
Firmado digitalmente por
MARIANA SARMIENTO ARGUELLO
Fecha: 2025.06.04 16:30:35 -05'00'

MARIANA SARMIENTO ARGÜELLO

Coordinadora de Relaciones con Grupos de Valor

Proyectado por: David Agudelo Barrios

Revisado por: Alejandra Arenas Pinto

Copia informativa:

Señor

Oscar Alirio Espinosa González

Delegado de Tránsito y Transporte

Superintendencia de Transporte

Correo electrónico: notificajuridica@supertransporte.gov.co