

**ELKER BUITRAGO LÓPEZ**

**Profesor de la Materia**

# **DERECHO PUBLICITARIO**

**- LEGISLACIÓN - CONCORDANCIAS - JURISPRUDENCIA -  
TRATADOS INTERNACIONALES - DERECHO COMPARADO -  
DOCTRINA - NUEVO ESTATUTO DEL CONSUMIDOR**

**SEGUNDA EDICIÓN**

**Ampliada, Corregida y Actualizada**



**LIBRERÍA EDICIONES DEL PROFESIONAL LTDA.**

# ÍNDICE GENERAL

## Capítulo I GENERALIDADES

1.	BREVES ANTECEDENTES LEGALES .....	1
1.1.	ÉPOCA PREHISTÓRICA .....	1
1.2.	ÉPOCA ANTIGUA .....	1
1.3.	EDAD MEDIA .....	2
1.4.	REVOLUCIÓN INDUSTRIAL .....	3
1.5.	ÉPOCA CONTEMPORÁNEA .....	4
2.	ETIMOLOGÍA Y CONCEPTO .....	5
3.	ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA .....	11
4.	LA MARCA .....	16
5.	CLASIFICACIÓN DE NIZA (10ª EDICIÓN) .....	20

## Capítulo II RANGO CONSTITUCIONAL

1.	CONCEPTO .....	57
2.	FISIOLOGÍA CONSTITUCIONAL DE LA PUBLICIDAD .....	58
3.	PRINCIPIOS FUNDAMENTALES .....	59
4.	DERECHO A LA INFORMACIÓN .....	60
4.1.	SE GARANTIZA A TODA PERSONA LA LIBERTAD DE EXPRESAR Y DIFUNDIR SU PENSAMIENTO Y OPINIONES .....	65
4.2.	SE GARANTIZA A CUALQUIER PERSONA LA LIBERTAD DE RECIBIR Y EMITIR INFORMACIÓN VERAZ E IMPARCIAL .....	71
4.3.	SE GARANTIZA A TODA PERSONA LA LIBERTAD DE FUNDAR MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN .....	89
4.4.	LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SON LIBRES .....	93
4.5.	LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN TIENEN RESPONSABILIDAD SOCIAL .....	94
4.6.	SE GARANTIZA EL DERECHO A LA RECTIFICACIÓN EN CONDICIONES DE EQUIDAD .....	102
4.6.1.	La rectificación en la prensa .....	108
4.7.	NO HABRÁ CENSURA .....	113
5.	CONTROL DE CALIDAD DE INFORMACIÓN, PRODUCTOS, BIENES Y SERVICIOS (ART. 78) .....	115
5.1.	CONTROL DE CALIDAD POR SERVICIOS .....	116
5.2.	CONTROL DE CALIDAD A LA INFORMACIÓN .....	118

5.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL .....	119
5.4. PARTICIPACIÓN .....	120
6. DERECHO A LA INTIMIDAD .....	121
6.1. CONCEPTO .....	121
6.2. DISPOSICIONES EN GENERAL .....	127
6.3. JURISPRUDENCIA .....	128
6.4. CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO PENAL .....	134
6.5. DOCTRINA Y ÉTICA .....	135
7. LA PUBLICIDAD Y LOS MENORES .....	136
8. PROPIEDAD INTELECTUAL .....	144
9. LAS ACCIONES CONSTITUCIONALES FRENTE AL TEMA .....	146
9.1. ACCIÓN DE TUTELA .....	147
9.2. ACCIÓN DE CUMPLIMIENTO .....	148
9.3. ACCIÓN POPULAR .....	148
10. PROPAGANDA O PUBLICIDAD DE MOVIMIENTOS ELECTORALES O DE PARTIDOS POLÍTICOS .....	149
10.1. CONCEPTO .....	149
10.2. ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL .....	150
10.3. JURISPRUDENCIA .....	153
11. DERECHOS CONSTITUCIONALES TRÍPTICOS DE LA PUBLICIDAD .....	154

### Capítulo III RANGO LEGAL

1. CONCEPTO .....	155
2. ORGANISMOS DE CONTROL .....	157
3. FISIOLÓGIA JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD .....	158
4. FISIOLÓGIA JURÍDICA DE LA PEV EN EL DISTRITO CAPITAL .....	159
5. CLASES DE PUBLICIDAD .....	160
5.1. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL (PEV) O PUBLICIDAD INDEPENDIENTE .....	160
5.1.1. Concepto .....	160
5.1.2. Clases de PEV .....	164
5.1.3. Contenido de la PEV .....	174
5.1.4. Condiciones generales de la PEV .....	175
5.1.5. Registro .....	176
5.1.6. Duración .....	176
5.1.7. Comportamientos .....	177
5.1.8. Remoción .....	178
5.1.9. Sanciones .....	178
5.1.10. Mantenimiento .....	179
5.1.11. Sitios disponibles .....	179
5.1.12. Impuestos .....	179

5.1.13. Jurisprudencia .....	180
5.1.14. Alertas. Concepto .....	180
5.1.14.1. Clases .....	180
5.1.14.3. Casuística sobre "Alerta amarilla" .....	181
5.1.15. Código de Policía de Bogotá y la PEV .....	181
5.1.16. Grafitis .....	185
5.1.17. Publicidad de medicamentos .....	186
5.2. PUBLICIDAD DEPENDIENTE .....	189
5.2.1. Concepto .....	189
5.2.2. Fisiología jurídica de la publicidad dependiente .....	190
5.2.3. La publicidad en la prensa .....	190
5.2.4. La publicidad en la radiodifusión sonora .....	193
5.2.5. La publicidad en la televisión .....	194
5.2.5.1. Clases de anuncios en T.V. ....	200
5.2.6. Publicidad en la cinematografía .....	204
5.2.7. La publicidad en el internet .....	205
5.2.7.1. Clases de anuncios en internet .....	206
5.2.7.2. La ciberseguridad una cuasiatipicidad en la publicidad .....	208
5.2.7.3. Agentes que atacan la autodeterminación informática comercial .....	213
5.2.7.4. Mensajes publicitarios en TMC .....	219
5.2.7.5. Protección a los derechos del usuario. ....	222
5.3. LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS VIRTUALES O MULTIMEDIALES .....	222
6. PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS .....	226
7. PUBLICIDAD DE CIGARRILLOS Y TABACO .....	232
8. PUBLICIDAD SUBLIMINAL .....	238
8.1. CONCEPTO .....	238
8.2. EN COLOMBIA .....	240
9. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LOS ENTES PÚBLICOS .....	242
9.1. MEDIDAS DE AUSTERIDAD .....	242
9.2. MEDIDAS PARA LOS ENTES DESCENTRALIZADOS .....	244
9.3. IMPRESIÓN DE PUBLICACIONES .....	245
9.4. PROGRAMAS PUBLICITARIOS DE INSTITUCIONES VIGILADAS POR LA SUPERBANCARIA .....	245
10. PUBLICIDAD DE MEDICAMENTOS .....	245
11. PUBLICIDAD DE PROFESIONES LIBERALES .....	252

**Capítulo IV**  
**DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

1. CONCEPTO .....	255
2. NORMAS QUE PROTEGEN AL CONSUMIDOR .....	256
2.1 LEY 73 DE 1981 .....	257

2.2.	EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR (LEY 1480/2011) .....	258
2.2.1.	Normas concordantes .....	311
2.3.	DECRETO 1441 DEL 24 DE MAYO DE 1982 .....	313
2.4.	CIRCULARES DE LA SIC .....	313
2.4.1.	Circular Única, SIC-2001 .....	314
2.4.2.	Circular Externa N° 11 (2002), de la SIC .....	314
2.4.2.1.	Propaganda comercial engañosa .....	315
2.4.2.2.	Propaganda comercial con incentivos .....	316
2.4.2.3.	Criterios a fin de evitar información engañosa .....	317
2.4.2.4.	Propaganda comercial de precios .....	318
2.4.3.	Circular Externa No. 04 de 2011 .....	318
2.4.4.	Circular Externa No. 009 de 2011 .....	319
3.	COMPETENCIA DESLEAL .....	319
3.1.	CONCEPTO .....	319
3.2.	ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL .....	320
3.3.	ACCIONES CONTRA LOS ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL .....	325
3.3.1.	Acción declarativa y de condena .....	325
3.3.2.	Acción preventiva o de prohibición .....	326
4.	CASUÍSTICA Y DOCTRINA .....	326
5.	PROCEDIMIENTO .....	328
6.	PROCEDIMIENTO ABREVIADO .....	332
7.	COBRO DE PROPINAS .....	336

## Capítulo V

### JURISPRUDENCIA Y DOCTRINA

1.	CORTE CONSTITUCIONAL .....	337
*	DEMANDA DE INCONSTITUCIONALIDAD CONTRA LA LEY 140 DE 1994 .....	337
*	SOBRE RECTIFICACIÓN DE ANUNCIO PUBLICITARIO EN UN PERIÓDICO .....	337
*	SOBRE: PRINCIPIO DE RIGOR SUBSIDIARIO EN MATERIA PUBLICITARIA .....	339
*	PUBLICIDAD FRENTE A LA ÉTICA DEL ODONTÓLOGO .....	340
*	LA PUBLICIDAD FRENTE A LA ÉTICA DE LOS MÉDICOS .....	344
*	LA PUBLICIDAD FRENTE A LA ÉTICA DE LOS CONTADORES .....	345
*	PUBLICIDAD FRENTE A LA ÉTICA DE LOS ABOGADOS .....	345
*	PUBLICIDAD QUE INDUJO A ERROR .....	346
*	MAL USO DE LA IMAGEN PERSONAL CON FINES COMERCIALES .....	346
*	PUBLICIDAD O PROPAGANDA COMERCIAL EN LA RADIODIFUSIÓN SONORA .....	347
*	CASO REVISTA "SOHO" .....	362
*	CASO "MAÑANERO DE LA MEGA" ¿MAL USO DEL LENGUAJE? .....	363
*	MENSAJE DIVULGADO DENTRO DE LA CAMPAÑA ELECTORAL DEL PRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ .....	386
2.	CONSEJO DE ESTADO .....	392
*	EL MAÑANERO DE LA MEGA - MAL USO DEL CASTELLANO .....	392

* SOBRE LA REGULACIÓN DE LA PEV .....	398
* DESARROLLO NORMATIVO EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL PARA LA CIUDAD DE BOGOTÁ .....	399
* SE CANCELA EL REGISTRO DE UNA MARCA .....	404
* DERECHO COLECTIVO A UN AMBIENTE SANO Y LIBRE DE CONTAMINACIÓN VISUAL .....	405
* SE CANCELA LA MARCA KOLKANA, TELECOM AMÉRICAS Y GRANADOR ....	407
* FACULTADES DE LOS ALCALDES FRENTE A LA PROPAGANDA POLÍTICA .....	407
* MARCAS DE AUTOS BMW Y BYD SI PUEDEN COEXISTIR .....	411
* LAS MARCAS DE CEREALES ZUCARITAS Y ZUCOSOS SÍ PUEDEN COEXISTIR .....	411
* SE ANULA MARCA DE SALUD PAN AMERICAN ASSISTANCE .....	411
* SE CANCELA EL REGISTRO DE LA MARCA BRIA .....	412
* CUATRO MARCAS CANCELADAS .....	412
* SE NIEGA UN REGISTRO: VOGUE SOLO EN COSMÉTICOS .....	413
* PLUS KOLA NO SE PUEDE REGISTRAR EN COLOMBIA .....	413
3. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO .....	413
* OMISIÓN DE INFORMACIÓN COMERCIAL .....	413
* PROMOCIONES QUE NO CORRESPONDEN A SU TEXTO .....	414
* PROMOCIÓN QUE NO SE CUMPLE .....	416
* PUBLICIDAD ENGAÑOSA .....	423
A. La Resolución N° 4912 de 2004 .....	423
B. Caso: Valmark S.A., por publicidad engañosa .....	426
C. Caso: Carulla, Colsubsidio, Éxito, Carrefour y Makro, sanción por publicidad engañosa .....	427
D. Caso Bavaria .....	428
E. Caso Tigo .....	428
F. Caso Dell Colombia .....	429
G. Caso Carrefour .....	430
H. Caso Genoma Lab .....	431
I. Caso Movistar .....	431
* CONFUSIÓN FONÉTICA .....	432
* SANCIÓN POR NO ENTREGAR INFORMACIÓN COMPLETA .....	433
* PRESUNTA PUBLICIDAD INEXACTA .....	433
* PUBLICIDAD ENGAÑOSA .....	435
4. COMISIÓN NACIONAL DE AUTOREGULACIÓN PUBLICITARIA - CONARP .....	436
* EL PLAGIO .....	436

## Capítulo VI AUTORREGULACIÓN

1. CONCEPTO .....	441
2. CÓDIGO DE AUTOREGULACIÓN PUBLICITARIA .....	442

### Capítulo VII SANCIONES

1. CONCEPTO .....	475
2. CLASES .....	475
2.1. ÉTICA .....	475
2.2. ADMINISTRATIVA .....	476
2.3. ACCIÓN CIVIL .....	479
2.4. ACCIÓN PENAL .....	479
2.5. DUALIDAD DE ACCIONES .....	479

### Capítulo VIII VOCABULARIO USUAL

ESTATUTO DEL CONSUMIDOR .....	481
DECRETO 1480 DE 2011, ART. 5° .....	481
PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL .....	483
DECRETO 506 DE 2003, ART. 1°, DEFINICIONES .....	483
ANUNCIOS COMERCIALES EN LA T.V. ....	484
ACUERDO N° 002 DE 1995, TÍTULO 1, CAPÍTULO I, DEFINICIONES .....	484
CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA (2013) (ART. 6°) .....	485
ÍNDICE ALFABÉTICO .....	487
BIBLIOGRAFÍA .....	489
WEBBIBLIOGRAFÍA .....	491