ACUERDO No. 0010
(Enero 17 de 1997)

Por el cual se dictan normas para la operación de las Cadenas Comerciales de Televisión en el nivel de cubrimiento nacional

LA JUNTA DIRECTIVA DE LA COMISION NACIONAL DE TELEVISION,
en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial de las conferidas por la Ley 182 de 1995 y 335 de 1996,

ACUERDA:

TITULO I
DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1°. CAMPO DE APLICACION. El presente Acuerdo se aplicará a todos los concesionarios de espacios de televisión en los canales Uno y A, a Inravisión, y a los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, con el objeto de garantizar la adecuada y eficiente prestación del servicio público de televisión, de acuerdo con los fines y principios generales consagrados en la Constitución Política, la Ley 182 de 1995 y la Ley 335 de 1996 y las demás normas complementarias.

Los programas que presente la Compañía de Informaciones Audiovisuales en los canales Uno y A, en virtud de la celebración de convenios interadministrativos con la Comisión Nacional de Televisión, se ajustarán, en lo pertinente, a las normas contenidas en el presente Acuerdo.

TITULO II
ESPACIOS DE TELEVISION

CAPITULO I
DEFINICION Y CLASIFICACION

ARTICULO 2°. DEFINICION. Se entiende por espacio de televisión, la unidad de tiempo determinada que se utiliza para transmitir material audiovisual a través de los canales de televisión.

ARTICULO 3°. CLASIFICACION SEGUN EL TIPO DE AUDIENCIA HABITUAL. Los espacios de televisión se clasifican según el tipo de audiencia habitual, cuyas características determinan la naturaleza y horario de la programación a emitir. Se establecen las siguientes franjas: infantil, familiar y adultos.

Estas franjas de programación de acuerdo al horario diario se clasifican así, sin perjuicio a lo establecido en el artículo 19º. del presente Acuerdo:

Franjas Horas
Lunes a Viernes

Infantil 15:55 a 16:55
Familiar 06:00 a 15:55
16:55 a 22:30
Adultos 22:30 a 06:00

Sábados, domingos y festivos

Infantil 08:00 a 10:00
Familiar 06:00 a 08:00
10:00 a 22:30
Adultos 22:30 a 06:00

PARAGRAFO. Las prórrogas de los contratos vigentes que venzan y las nuevas contrataciones de los espacios de televisión, y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, se sujetarán a las franjas que resulten de la investigación que realice la Comisión Nacional de Televisión, para el efecto.

ARTICULO 4°. CLASIFICACION SEGUN EL POTENCIAL DE AUDIENCIA. De acuerdo con el potencial de audiencia, los espacios de televisión, se clasifican de la siguiente manera: AAA, AA, A, BB, B, C, D.

Día / Horario Clasificación

Lunes

00:00 a 02:00 D
02:00 a 06:00 D
06:00 a 09:30 C
09:30 a 10:00 B
10:00 a 11:00 BB
11:00 a 13:30 A
13:30 a 15:30 AA
15:30 a 15:55 B
15:55 a 16:55 B
16:55 a 17:55 BB
17:55 a 18:55 A
19:00 a 22:30 AAA
22:30 a 23:00 BB
23:10 a 00:10 B
Martes a Viernes

00:10 a 02:10 D
02:10 a 06:00 D
06:00 a 09:30 C
09:30 a 10:00 B
10:00 a 11:00 BB
11:00 a 13:30 A
13:30 a 15:30 AA
15:30 a 15:55 B
15:55 a 16:55 B
16:55 a 17:55 BB
17:55 a 18:55 A
19:00 a 22:30 AAA
22:30 a 23:00 BB
23:10 a 00:10 B

Domingos y lunes festivos

00:00 a 08:00 C
08:00 a 10:00 B
10:00 a 13:00 A
13:00 a 13:30 A
13:30 a 19:00 AA
19:00 a 22:00 AAA
22:00 a 24:00 AA

Sábados y festivos diferentes a lunes

00:10 a 08:00 C
08:00 a 10:00 B
10:00 a 13:00 A
13:00 a 13:30 A

13:30 a 19:00 AA
19:00 a 22:00 AAA
22:00 a 24:00 AA

PARAGRAFO 1. Esta clasificación será utilizada para efectos de facturación en las cadenas Uno y A. Así mismo, será aplicada para determinar el valor de las sanciones para los concesionarios de espacios de televisión en las cadenas Uno y A y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional.

PARAGRAFO 2. Las prórrogas de los contratos vigentes que venzan y las nuevas contrataciones de los espacios de televisión, y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, se sujetarán a las franjas que resulten de la investigación que realice la Comisión Nacional de Televisión, para el efecto.

CAPITULO II
UTILIZACION ESTATAL DE ESPACIOS DE TELEVISION

ARTICULO 5°. ACCESO DEL GOBIERNO NACIONAL A LOS CANALES DE TELEVISION. El Presidente de la República podrá utilizar para dirigirse al país, los servicios de televisión en cualquier momento y sin ninguna limitación, situación que no dará lugar a indemnización del espacio o espacios utilizados.

ARTICULO 6°. RESERVA DEL DERECHO DE UTILIZACION EXTRAORDINARIA DE LOS ESPACIOS DE TELEVISION. La Comisión Nacional de Televisión se reserva el derecho de utilizar en el momento que lo estime conveniente, para transmitir eventos especiales de interés público y social, los espacios de televisión que forman parte de la programación habitual.

Estas transmisiones deberán hacerse en directo, en forma continua o discontinua, desplazando programas habituales. En caso que la extensión de la emisión lo amerite, la transmisión podrá hacerse en diferido.

El ejercicio de la facultad de declaratoria de interés público y social no se considerará como incumplimiento por parte de la Comisión Nacional de Televisión del contrato de concesión y por lo tanto no dará lugar a indemnización alguna, ni a facturación.

ARTICULO 7°. PROGRAMAS DE INTERES PUBLICO Y SOCIAL. Para efectos del presente Acuerdo, se entiende por tal aquellos que llevan involucrada una razón de Estado ineludible. La transmisión en directo de los eventos calificados como de interés público y social podrá hacerse aún en los espacios destinados a programas informativos noticiero.

ARTICULO 8°. ESPACIOS INSTITUCIONALES. Son aquellos reservados por la Comisión Nacional de Televisión, para la emisión de programas realizados por entidades del Estado, o cuya producción haya sido contratada por éstas con terceros, con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio propio de sus funciones. Los programas que se transmitan en estos espacios no podrán utilizar ninguna forma de comercialización, ni presentar las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores. Así mismo, deberán cumplir los objetivos que justificaron la autorización de su emisión y no serán objeto de facturación.

PARAGRAFO. Las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, también podrán presentar programas institucionales de información a la ciudadanía, de conformidad con lo expuesto en el artículo 51º. de la ley 182.

ARTICULO 9°. ESPACIOS PARA PARTIDOS O MOVIMIENTOS POLITICOS. Los partidos y movimientos políticos con personería jurídica y reconocimiento de la Autoridad Electoral, tendrán acceso a la utilización de servicios de televisión operados por el Estado, en los términos que determinen las leyes y la reglamentación que expidan para el efecto, el Consejo Nacional Electoral y la Comisión Nacional de Televisión.

ARTICULO 10°. MENSAJES CIVICOS. Son aquellos que divulgan campañas sociales para beneficio de la comunidad y que, por tanto, son de interés público y carecen de ánimo comercial. Los mensajes cívicos se emitirán en los cortes destinados para comerciales.

La Comisión Nacional de Televisión, previa solicitud escrita por parte de la entidad interesada, será la facultada para aprobar o no la asignación de código cívico a estos mensajes.

Cuando la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión lo determine, podrá ser transmitido un mensaje cívico, sin afectar el tiempo de comerciales a que tiene derecho el respectivo concesionario.

PARAGRAFO 1. Los mensajes cívicos no podrán utilizar ninguna forma de comercialización, ni presentar las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores, ni podrá aparecer la voz o la imagen de funcionarios o servidores públicos en ellos.

PARAGRAFO 2. Con el objeto de completar el tiempo de programación dejado de utilizar por un concesionario, Inravisión podrá incluir mensajes cívicos.

TITULO III
PROGRAMACION DE TELEVISION

CAPITULO I
DEFINICION Y CLASIFICACION

ARTICULO 11°. PROGRAMACION. Se entiende por programación de televisión, la emisión sucesiva de material audiovisual por un canal de televisión, en un lapso de tiempo establecido.

ARTICULO 12°. CLASIFICACION. Los programas de televisión se clasifican según su origen.

ARTICULO 13°. CLASIFICACION SEGUN SU ORIGEN. Los programas de televisión se clasifican según su origen como producciones nacionales, extranjeras o coproducciones.

PRODUCCION NACIONAL: Se entiende por producciones de origen nacional aquellas de cualquier género realizadas en todas sus etapas por personal artístico y técnico colombiano.

La participación de artistas extranjeros se permitirá siempre y cuando la normatividad de su país de origen permita la contratación de artistas colombianos.

COPRODUCCION: Se entenderá por coproducción aquella en donde la participación nacional en las áreas artística y técnica no sea inferior a la de cualquier otro país.

En cuanto a las coproducciones, para todos los efectos se considerarán producción nacional.

PRODUCCION EXTRANJERA: La que no reúne las condiciones señaladas para las producciones nacionales y las coproducciones.

PARAGRAFO 1. En los programas que tengan puesta en escena y por tanto participación actoral, se entiende por rol protagónico el de aquellos artistas que alrededor de sus personajes gira la trama argumental central. En todo caso, los concesionarios deberán remitir a la Comisión Nacional de Televisión, con anticipación a la emisión del programa, una relación de los roles protagónicos y la nacionalidad de los artistas que los representan.

PARAGRAFO 2. Los programas que utilicen imágenes o recursos audiovisuales de origen extranjero, se clasificarán como nacionales siempre y cuando su producción y creatividad sean de origen nacional. Los concesionarios deberán certificar a la Comisión Nacional de Televisión, con anticipación a la emisión del programa, el origen del programa.

ARTICULO 14°. PORCENTAJES MINIMOS DE PROGRAMACION DE PRODUCCION NACIONAL. Los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional y los concesionarios de espacios de televisión deberán cumplir mensualmente los siguientes porcentajes mínimos de programación de producción nacional:

De las 19:00 horas a las 22:30 horas (AAA), el setenta por ciento (70%) de programación será de producción nacional.

De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el ciento por ciento (100%) será programación libre.
De las 10:00 horas a las 14:00 horas, el cincuenta y cinco por ciento (55%) será de programación de producción nacional.
De las 14:00 horas a las 19:00 horas, el cuarenta por ciento (40%) será de programación de producción nacional.
De las 22:30 horas a las 00:00 horas, el cincuenta y cinco por ciento (55%) será de programación de producción nacional.

Sábados, domingos y festivos en el horario AAA el sesenta por ciento (60%) será de programación de producción nacional.

PARAGRAFO 1. En el caso de los concesionarios de las cadenas Uno y A, los porcentajes de programación nacional y extranjera se contabilizarán al que efectivamente presente el programa. Los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional y los concesionarios de espacios de televisión, deberán enviar a la Comisión Nacional de Televisión una relación mensual del origen de la programación emitida.

PARAGRAFO 2. Para efectos de los porcentajes mínimos de programación nacional, los contratos de concesión suscritos antes de la vigencia de la Ley 182 de 1995, se regirán por lo dispuesto en la Ley 14 de 1991.

PARAGRAFO 3. Para efecto de los porcentajes mínimos de programación nacional, los contratos de concesión de espacios para la contratación de festivos, se regirán según lo dispuesto por la Ley 14 de 1991.

CAPITULO II
CONTENIDO DE LA PROGRAMACION DE TELEVISION

ARTICULO 15°. CONTENIDO DE LA PROGRAMACION. El contenido de los programas y el tratamiento de su temática, deberá ajustarse a la franja de audiencia escogida para su emisión.

PARAGRAFO 1. Los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional y los concesionarios de espacios de televisión deben anteponer a la transmisión de sus programas una advertencia en audio y video que indique la edad mínima apta para presenciar el respectivo programa, si contiene o no violencia y escenas sexuales dirigidas al público adulto y si por el contenido del programa, a los menores se les recomienda la compañía de padres o adultos.
PARAGRAFO 2. Del cumplimiento de la disposición consagrada en el parágrafo anterior, se exceptúan los programas informativos noticiero.

ARTICULO 16º. TRANSMISION DE UN MISMO PROGRAMA POR LAS DIFERENTES CADENAS. Los concesionarios no podrán emitir en forma simultánea un mismo programa por las cadenas de televisión en el nivel de cubrimiento nacional. No obstante, la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión podrá autorizar este tipo de transmisiones, en programas de gran interés para la teleaudiencia.

ARTICULO 17°. IDIOMA. Los programas producidos en idioma diferente al castellano deberán ser doblados a este idioma. Así mismo, deberán titularse en castellano, a menos que no admitan traducción.

Cuando se trate de programas de especial valor cultural, entrevistas o conferencias en otro idioma, podrán transmitirse en su idioma original, pero acompañadas de la respectiva traducción oral o subtitulación.

PARAGRAFO. Con el objeto de incentivar las industrias nacionales de producción vinculadas al servicio de televisión, que de acuerdo al artículo 63º. de la Ley 182 de 1995, el Estado debe estimular y proteger los programas producidos en idioma diferente al castellano que sean doblados por casa productora nacional, serán considerados como nacionales para efectos de facturación. No obstante, conservarán su condición de programa extranjero, para efectos de los porcentajes señalados en el artículo 33º de la misma Ley.

CAPITULO III
CAMBIOS DE PROGRAMACION

ARTICULO 18º. REPETICIONES. En los horarios clasificados como triple A no se permiten repeticiones de programas. Esta restricción dejará de aplicarse desde el primero (1) de enero de mil novecientos noventa y ocho (1998).

ARTICULO 19º. CAMBIOS EN LA PROGRAMACION EN LAS CADENAS UNO Y A. Entre los concesionarios de espacios de televisión de una misma cadena, se podrán celebrar acuerdos para modificar, sin más limitaciones que las derivadas de su voluntad mayoritaria y del respeto de los derechos que los amparan, el carácter y modalidad de los espacios de que son titulares, la franja de audiencia, los horarios de emisión y la duración de los programas, entre otros.

PARAGRAFO 1. En todo caso, los concesionarios de espacios de televisión, deberán informar previamente a la Comisión Nacional de Televisión y a Inravisión, cualquier modificación que se realice en los espacios adjudicados.

PARAGRAFO 2. Los acuerdos mayoritarios a que se refiere el presente artículo, deberán contar con la voluntad expresa de todos los titulares de los espacios afectados.

ARTICULO 20°. PRESENTACION CONJUNTA EN LOS CANALES UNO Y A. Cuando varios concesionarios de espacios de televisión presenten un programa en un espacio concedido a uno de ellos, el espacio se facturará al concesionario original. No obstante, todos los concesionarios que presenten conjuntamente serán responsables de las infracciones a las normas que regulen el servicio público de televisión. La presentación y despedida del programa podrá contener el nombre de todos ellos.

La contabilización del porcentaje de programas nacionales y extranjeros se realizará proporcionalmente al número de concesionarios que presenten el programa.

ARTICULO 21°. CESION DE ESPACIOS DE TELEVISION EN LOS CANALES UNO Y A. En los casos de cesión de espacios de televisión, el porcentaje de programación nacional y extranjera se contabilizará a quien efectivamente presente el programa y éste será el único responsable por las infracciones a las normas legales vigentes. El espacio objeto de cesión se facturará al concesionario cedente.

ARTICULO 22°. CONTROL POSTERIOR. Por ningún motivo se aplicará censura a los contenidos de la programación y de la publicidad del servicio público de televisión. Sin embargo, la Comisión Nacional de Televisión, ejercerá el control posterior sobre el contenido de la programación y de la publicidad en televisión. La transgresión de las disposiciones establecidas en la ley y en el presente Acuerdo, dará lugar a las sanciones consagradas en el régimen sancionatorio de éste y demás disposiciones vigentes.

ARTICULO 23°. PROGRAMAS DE INTERES NACIONAL EN LAS CADENAS UNO Y A. Para efectos del presente Acuerdo, se entiende por tal aquellos que rebasan el interés ordinario de la programación habitual. Un programa será declarado de interés nacional solamente cuando el concesionario de espacios de televisión que lo vaya a presentar demuestre no haber conseguido total o parcialmente la cesión de los espacios requeridos. En tal caso, la Comisión Nacional de Televisión podrá disponer su transmisión, suspendiendo la programación habitual, y facturará al concesionario del programa especial el valor del espacio, y una suma adicional equivalente a tres veces su valor la cual será abonada a la cuenta del concesionario habitual del programa desplazado.

ARTICULO 24°. SUSPENSION DE PROGRAMAS CON CONTINUIDAD. Siempre que se vaya a suspender un programa con continuidad, el concesionario deberá informar con anterioridad a la teleaudiencia la fecha y el horario en que se reanudará. La fecha de reanudación no podrá ser superior a treinta (30) días calendario, contados a partir de la suspensión del mismo. El horario de reanudación deberá corresponder a la misma audiencia objetivo.

En los casos en que el concesionario decida finalizar anticipadamente el programa, se deberá editar, garantizando que el argumento central no pierda su continuidad.

CAPITULO IV
DISPOSICIONES ESPECIALES PARA LOS ESPACIOS INFORMATIVOS EN LAS CADENAS UNO Y A

ARTICULO 25°. PROGRAMAS INFORMATIVOS NOTICIERO. Se entiende por programas informativos

noticiero, aquellos que tienen por finalidad divulgar, fundamentalmente, sucesos o noticias. Estos se consideran de interés nacional.

ARTICULO 26°. CAMBIOS DE PROGRAMAS INFORMATIVOS NOTICIERO. Un espacio adjudicado para programa informativo noticiero, podrá ser objeto de cesión, siempre y cuando éste sea presentado el mismo día. Unicamente los concesionarios de programas informativoS noticiero podrán presentar este tipo de programas.

ARTICULO 27°. DESPLAZAMIENTO DE INFORMATIVOS NOTICIERO. Cuando la transmisión de un evento o programa afecte un programa informativo noticiero, éste deberá presentarse dependiendo de la naturaleza del evento o programa, antes o después del mismo, a solicitud del concesionario del informativo noticiero en su formato habitual de 30 minutos, incluso en los casos que un programa diferente de informativo noticiero se declare de interés nacional.

Cuando la transmisión de un evento permita la presentación del informativo noticiero en el intermedio del mismo, éste podrá emitirse allí, sin afectar el normal desarrollo de la transmisión del evento o programa.

PARAGRAFO 1. Cuando la emisión de un noticiero se vea afectada por la transmisión de un evento en directo que permita la transmisión del noticiero en uno de sus intermedios, se podrá proceder de la siguiente manera:

1. El noticiero afectado se emitirá en el intermedio del partido, con una duración de quince minutos (15’) incluidos los mensajes comerciales.
2. El concesionario que emita el noticiero tendrá derecho a transmitir cinco minutos (5’) de comerciales.
3. El concesionario que emita noticiero de fin de semana tendrá derecho a transmitir cinco minutos y cuarenta y cinco segundos (5’45") de comerciales
4. Al concesionario que emita el noticiero se le facturará el valor del espacio en forma proporcional a la duración del noticiero.

ARTICULO 28°. AVANCES O EXTRAS DE INFORMATIVOS NOTICIERO. Son aquellos que divulgan hechos de gran impacto noticioso, que se presentan en espacios diferentes a informativos noticiero. En ningún caso, se permitirá la presentación de avances informativos que tengan como única finalidad convertirse en promoción del noticiero, ni que se utilicen para la presentación de los titulares de las noticias que se desarrollarán en el noticiero.

Los avances se emitirán de acuerdo con las siguientes condiciones:

1. Tendrán una duración máxima de dos minutos (2’).
2. Se ubicarán en los intervalos entre un programa y otro y en los cortes comerciales de un programa determinado, en espacios diferentes a los adjudicados para informativos noticiero.
3. Sólo podrán presentarse por concesionarios de informativos noticiero durante los días en que tengan adjudicado el espacio y por su respectiva cadena, en los siguientes horarios:

De lunes a viernes:
- Los concesionarios del noticiero de 12:30 a 13:00: De 00:00 a 12:30 y de 13:00 a 15:55.
- Los concesionarios del noticiero de 19:00 a las 19:30: De 15:55 a 19:00 y de 19:30 a 20:00.
- Los concesionarios del noticiero de 21:30 a las 22:00: De 20:00 a 21:30 y de 22:00 a 24:00.

Sábados, domingos y festivos:
- Los concesionarios del noticiero de 13:00 a 13:30: De 00:00 a 13:00 y de 13:30 a 16:00.
- Los concesionarios del noticiero de 20:30 a 21:00: De 16:00 a 20:30 y de 21:00 a 24:00.

4. La presentación de un avance no afecta la duración del programa en que se emita. Además, no se permitirá a los concesionarios de los espacios posteriores a la emisión del avance y hasta el cierre, el ejercicio de la facultad de solicitar la suspensión de un programa cuando exista retraso en la programación, si el mismo se origina por la presentación de avances.

5. No habrá lugar a reclamaciones ante la Comisión Nacional de Televisión por el atraso en las cadenas, cuando se emitan avances informativos.

6. Cuando por causa de la emisión de avances, los programas adjudicados a los concesionarios se emitan en horario de distinta clasificación, su facturación no se afectará, y el concesionario deberá

cancelar a la Comisión el valor correspondiente al espacio habitual, de conformidad con las reglas de facturación consagradas en el presente Acuerdo.

7. No se permitirá la comercialización de estos avances informativos.

8. El avance será facturado al concesionario del informativo noticiero que lo presente, sin perjuicio del pago de los servicios auxiliares que corresponde a Inravisión. La facturación será proporcional al tiempo de duración del avance según la clasificación del espacio en donde se presente, o a la del espacio con mayor clasificación, si se presenta entre el intervalo de un programa y otro y los afecta a ambos.

9. Cada concesionario de informativo noticiero, tendrá derecho a la emisión diaria de hasta dos (2) avances informativos, de acuerdo a los horarios establecidos en el numeral 3 del presente artículo, no obstante, la Comisión Nacional de Televisión, se reserva la facultad de autorizar su emisión en un horario diferente al consagrado en el numeral 3 del presente artículo o un mayor número de dichos avances en circunstancias que por su importancia lo ameriten.

TITULO IV
PUBLICIDAD

CAPITULO I
CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD

ARTICULO 29°. CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES. El contenido de la publicidad debe ser veraz y demostrable, atender las normas propias de la sana competencia y lealtad comercial, obedeciendo los principios que rigen el servicio público de televisión.

PARAGRAFO 1. La publicidad en televisión no podrá:

1. Atentar contra la honra de las personas, de las instituciones o de los símbolos patrios.
2. Contener alusiones, imágenes o frases que perjudiquen la formación de la infancia o al núcleo familiar.
3. Presentar actuaciones de entidades públicas o del Gobierno, como obra personal de sus gestores.
4. Referirse a beneficios, garantías o ventajas que no correspondan a la realidad demostrada o demostrable de un producto, servicio o actividad.
5. Hacer referencias a investigaciones o estadísticas que no tengan una fuente identificable, responsable y comprobable.
6. Presentar anuncios comerciales que directa o indirectamente, tiendan a ejercer presión para provocar una decisión administrativa, legislativa o judicial.
7. Hacer propaganda a profesionales que carezcan del correspondiente título de idoneidad, ni a espiritistas, hechiceros, pitonisas, adivinos, y demás personas dedicadas a actividades similares.

PARAGRAFO 2. Los comerciales regulares podrán incluir, a manera de identificación, el logotipo de la agencia de publicidad que los realizó.

ARTICULO 30°. ADECUACION DE LA PUBLICIDAD A LA FRANJA DE AUDIENCIA. La publicidad deberá responder según su contenido y tratamiento a las franjas de audiencia en que se presenten. No se podrán transmitir en horario 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. En la franja familiar se podrá presentar esta clase de publicidad, siempre que sus imágenes y contenido se adecuen a la misma.

ARTICULO 31°. ANUNCIOS DE CIGARRILLOS, TABACOS Y BEBIDAS ALCOHOLICAS. Los anuncios de cigarrillos, tabacos y bebidas alcohólicas se realizarán de conformidad con las disposiciones del Ministerio de Salud y del Consejo Nacional de Estupefacientes, vigentes al momento de emisión del comercial.

ARTICULO 32°. ANUNCIOS COMERCIALES SOBRE PRESERVATIVOS SANITARIOS. Los anuncios comerciales sobre preservativos sanitarios no deberán incitar a los usuarios a la promiscuidad ni pretender que éste es el único mecanismo de evitar el contagio de enfermedades de transmisión sexual. Sólo podrán pautarse después de las 19:00 horas.

ARTICULO 33°. NORMAS ESPECIALES. Los anuncios comerciales referentes a marcas, productos o servicios cuya emisión requiere permiso, autorización o certificación de alguna autoridad, deberán transmitirse, previa obtención de la documentación correspondiente y deberán sujetarse a las regulaciones que para él se establezcan.

El permiso, autorización o certificación de que trata este artículo constituye un requisito imperativo.

CAPITULO II
CLASIFICACION DE LA PUBLICIDAD SEGUN SU ORIGEN

ARTICULO 34°. ANUNCIOS COMERCIALES NACIONALES, EXTRANJEROS Y MIXTOS. Los anuncios comerciales según su origen se clasifican en nacionales, extranjeros y mixtos. Los aspectos con base en los cuales se elabora esta clasificación son la producción y la creatividad.

Son nacionales aquellos anuncios realizados en su totalidad con producción y creatividad de origen nacional.

Son extranjeros aquellos anuncios que se realizan en su totalidad con producción y creatividad de origen extranjero.

Son mixtos aquellos anuncios que no se clasifiquen en ninguna de las dos categorías anteriores.

PARAGRAFO 1. Se entiende por creatividad la concepción, la idea o tema en la cual se basa y desarrolla un anuncio comercial o una campaña publicitaria.

PARAGRAFO 2. Se entiende por producción el proceso de preparación para la realización de un anuncio comercial, su puesta en escena, realización, terminación y montaje.

PARAGRAFO 3. En las cadenas Uno y A, para la determinación del origen del anuncio comercial, en todo caso, el interesado deberá remitir a Inravisión, con anterioridad a su emisión, para efectos de facturación, un certificado del origen de la producción y de la creatividad del comercial expedido por el anunciante, el cual se entenderá presentado bajo la gravedad de juramento.

CAPITULO III
CLASIFICACION DE LA PUBLICIDAD
SEGUN SU FORMA DE PRESENTACION

ARTICULO 35°. COMERCIAL REGULAR. Corresponden a la publicidad que se transmite en los programas, en los cortes destinados para ello.

PARAGRAFO. En la transmisión de eventos deportivos en directo o en programas cuya naturaleza no haga recomendable el corte del mismo, los comerciales regulares podrán emitirse dentro del programa, de manera superpuesta, sólidos o traslúcidos, siempre y cuando éstos no ocupen más del 15% de la pantalla contados desde las márgenes del mismo y ubicados en la parte superior.

ARTICULO 36º. MENCION COMERCIAL. Es la referencia que dentro de un programa se hace de una empresa, marca, producto o servicio, en forma hablada, sonora, visual o en cualquier combinación de éstas. Podrá incluirse lema, agregado o calificación. Este tipo de publicidad no podrá ser utilizada en programas informativos noticiero.

Este tipo de publicidad no afectará el máximo de tiempo de anuncios comerciales permitidos para un programa ni generará recargos en la facturación.

ARTICULO 37º. PATROCINIO. Es el reconocimiento que en forma hablada, visual o en ambas formas se hace a la colaboración que una empresa, marca, producto o servicio, hace a un programa, con ayudas estáticas o animadas y sin la participación de modelos vivos. Podrá incluirse lema, agregado o calificación.

Este tipo de publicidad sólo podrá incluirse en la presentación y despedida de los programas y no afectará el máximo de tiempo de comerciales regulares ni de menciones comerciales permitidas para un programa.

CAPITULO IV
DURACION DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES

ARTICULO 38°. LOS ANUNCIOS COMERCIALES REGULARES DENTRO DE UN PROGRAMA. La transmisión de anuncios comerciales regulares dentro de los programas de televisión la dispondrán los concesionarios con una duración máxima de seis minutos (6') por cada media (1/2) hora de emisión.

PARARAFO 1. Los concesionarios de informativo noticiero con frecuencia diaria, tendrán derecho a pautar un minuto (1') adicional semanal; los que se emiten los sábados, domingos y festivos tendrán derecho a pautar cuarenta y cinco segundos (45'') adicionales en cada emisión. Lo anterior, sin sobrepasar el tiempo de duración del noticiero.

Cuando la Comisión Nacional de Televisión autorice que un programa tenga una duración diferente a la concedida, el tiempo de los anuncios comerciales será proporcional a la duración efectiva del programa, con excepción de lo establecido en el numeral 2 del parágrafo 1 del artículo 27 del presente Acuerdo.

PARAGRAFO 2. Cuando se utilice el tiempo de reposición de que trata el artículo 43 del presente acuerdo, se permitirá una utilización máxima de hasta siete minutos (7') para la transmisión de anuncios comerciales, por cada media (1/2) hora de programa, incluyendo el tiempo de reposición.

ARTICULO 39º. NUMERO MAXIMO DE MENCIONES COMERCIALES . Cada mención comercial no podrá tener una duración superior a cinco segundos (5"), de manera continua.

En programas diferentes de concurso, ubicados en la franja Triple A, no podrán presentarse menciones comerciales.

No podrán presentarse más de tres (3) menciones comerciales por cada espacio de media hora.

PARAGRAFO. En todo caso los programas de concurso podrán transmitir hasta diez (10) menciones comerciales por cada media hora de programa.

ARTICULO 40º. NUMERO MAXIMO DE PATROCINIOS . Su duración no podrá exceder de ocho segundos (8").

No podrán ser más de dos (2) patrocinios en la presentación del programa ni más de dos (2) en la despedida del mismo por cada espacio de media hora.

El tiempo utilizado para la emisión del patrocinio no incluye el nombre del programa presentado o despedido.

ARTICULO 41º . PROMOCIONES. La publicidad que los concesionarios hagan de sus programas, horarios y fechas de emisión no afectará el tiempo de comerciales regulares o menciones comerciales permitidas para un programa, siempre y cuando ésta se ubique dentro del programa. Esta clase de publicidad deberá sujetarse a las franjas de audiencia establecidas en el presente Acuerdo y no podrán ubicarse en los cortes destinados a comerciales regulares. Su duración no podrá ser superior a veinte segundos (20") en total.

ARTICULO 42. RECONOCIMIENTOS. Los reconocimientos que se hacen al final del programa a las personas o entidades que colaboraron en la producción o en la realización de un programa no afectarán el máximo de tiempo de comerciales regulares o menciones comerciales permitidas para un programa. Estos deberán correr de manera legible.

CAPITULO V
REPOSICION DE ANUNCIOS COMERCIALES PARA CADENAS UNO Y A

ARTICULO 43°. REPOSICION DE ANUNCIOS COMERCIALES. Es el beneficio que puede conceder la Comisión Nacional de Televisión a los concesionarios de espacios de televisión, para utilizar un tiempo

mayor para la emisión de anuncios comerciales, de conformidad con las disposiciones que se consagran en el presente Acuerdo.

En los eventos de presentación conjunta consagrado en el artículo 20 del presente Acuerdo, el beneficio sólo podrá otorgarse al titular del espacio.

ARTICULO 44°. CLASES DE REPOSICION. La reposición de anuncios comerciales puede ser de diversas clases, en razón del motivo que la origina:

1- Cuando un comercial no se transmite o resulta defectuoso debido a fallas técnicas o casos fortuitos originados en Inravisión.

2- Cuando un comercial no se transmite porque el espacio es utilizado por la Comisión Nacional de Televisión.

ARTICULO 45°. AUTORIZACION PARA LA REPOSICION DE ANUNCIOS COMERCIALES. La Comisión Nacional de Televisión podrá autorizar a los concesionarios para reponer el tiempo de comerciales del programa que no se transmitió, debido a las causas mencionadas en el artículo anterior.

Los concesionarios deberán solicitar esta autorización para la reposición, mediante oficio dirigido a la Comisión Nacional de Televisión, dentro de los ocho (8) días siguientes a la ocurrencia de los hechos. Los concesionarios de espacios de televisión sólo podrán reponer el tiempo de comerciales incluido en el original del libreto presentado a Inravisión.

PARAGRAFO. Esta autorización facultará a los concesionarios para que hagan uso de la reposición, en los cortes comerciales de cualquier otro espacio que tengan adjudicado.

ARTICULO 46°. CONTENIDO DEL LIBRETO DE COMERCIALES EN CASO DE REPOSICION. En el libreto de comerciales del programa en que se haga la reposición, el concesionario deberá indicar el programa que la origina, la fecha en que se emitió y el tiempo de reposición de anuncios comerciales que se presentará en el programa.

Dentro de los cinco (5) primeros días de cada mes, los concesionarios deberán entregar, tanto al Comité de Programación como al Director de Inravisión, una relación mensual de los programas que han originado reposición en el mes inmediatamente anterior, la clase de reposición, el tiempo de éstas y los programas en los cuales se han presentado.

En caso que el concesionario no indicare en forma clara y detallada los aspectos señalados en el presente artículo, el tiempo de reposición utilizado se considerará como exceso en la emisión de comerciales.

ARTICULO 47°. TIEMPO TOTAL Y UBICACION PARA LA REPOSICION DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES. Los anuncios comerciales se repondrán en los cortes destinados para el efecto, del programa que solicite el concesionario, y no se podrá emitir más de un minuto (1') de reposición de anuncios comerciales, en un programa de media (1/2) hora.

ARTICULO 48°. OPORTUNIDAD PARA LA REPOSICION. Los anuncios comerciales que se transmitan en virtud de las reposiciones de que trata el artículo 44 de este Acuerdo, solo podrán pautarse dentro de los noventa (90) días siguientes a la autorización escrita de la Comisión Nacional de Televisión.

La Comisión Nacional de Televisión podrá ampliar este término hasta por cuarenta y cinco (45) días, por razones que lo justifiquen y para cada caso.

ARTICULO 49°. ACUMULACION DE REPOSICIONES. Se podrán acumular las reposiciones consagradas en el artículo 44 del presente acuerdo, siempre y cuando se haga uso de las mismas, dentro del plazo establecido y sin exceder el tiempo máximo de un minuto (1') por cada tipo de reposición.

ARTICULO 50°. PROHIBICION DE REPOSICION. No habrá lugar a la reposición de que trata el artículo 44 del presente acuerdo, en los siguientes casos:

1. Cuando se deba retirar del aire un programa por no reunir las condiciones técnicas mínimas exigidas por Inravisión para su emisión.

2. Cuando se suspenda o retire del aire un comercial por violar las normas establecidas en el presente acuerdo.

CAPITULO VI
CONTROL Y LA VIGILANCIA DE LA PUBLICIDAD

ARTICULO 51°. CONTROL DE LA PUBLICIDAD. La Comisión Nacional de Televisión ejercerá el control posterior sobre los contenidos de la publicidad emitida por los servicios de televisión en Colombia.
Para estos efectos, los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional deberán remitir a la Comisión Nacional de Televisión, una relación diaria de los anuncios comerciales emitidos por primera vez, así como los documentos exigidos por las autoridades para la presentación de los mismos.

ARTICULO 52°. RESPONSABILIDAD DE LA PUBLICIDAD. Los concesionarios de los espacios de televisión y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, serán responsables ante la Comisión Nacional de Televisión por el incumplimiento a las normas y requisitos que debe cumplir la publicidad en el servicio público de televisión.

ARTICULO 53°. SUSPENSION DE LA TRANSMISION DE UN COMERCIAL. El Director de Inravisión y los operadores privados del servicio de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, previa decisión de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión, suspenderán la emisión de un comercial cuando no cumpla las condiciones enunciadas en el presente acuerdo y las normas que le sean complementarias.

TITULO V
REGISTROS Y ARCHIVOS

ARTICULO 54º . REGISTROS Y ARCHIVOS. Para cumplir las funciones de control y registro que ordena este acuerdo, la Comisión Nacional de Televisión llevará el registro de los archivos que a través de medios magnéticos dentro de los cinco (5) primeros días de cada mes, le remitan Inravisión y los operadores privados del servicio de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, el cual está conformado por los siguientes documentos:

1. Relación de los programas emitidos por cada concesionario, indicando su origen.
2. Ficha técnica de los anuncios comerciales.
3. Relación de los partes comerciales de incidencias al aire.

Cada uno de estos archivos serán llevados por la Secretaría General de la Comisión Nacional de Televisión, en forma independiente y se ordenarán alfabética y cronológicamente.

ARTICULO 55°. ARCHIVOS FILMICOS. Para efectos del control a cargo de la Comisión Nacional de Televisión, Inravisión y los operadores privados del servicio de televisión en el nivel de cubrimiento nacional deberán mantener, durante un período mínimo de seis (6) meses, los archivos videográficos de la programación y publicidad emitidas, los cuales podrán ser consultados en cualquier tiempo por la Comisión Nacional de Televisión.

TITULO VI
REGIMEN SANCIONATORIO

ARTICULO 56°. COMPETENCIA. La Comisión Nacional de Televisión, a través de su Junta Directiva, es el organismo competente para sancionar a los concesionarios de espacios de televisión de las cadenas Uno y A, a Inravisión y a los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, por las violaciones a la Ley 182 de 1995 y a la Ley 335 de 1996, el presente acuerdo y demás normas concordantes.

ARTICULO 57°. PRINCIPIOS. Para efectos de dar inicio al procedimiento administrativo se atenderán los principios consagrados en todas las disposiciones substanciales y procedimentales contenidas en el ordenamiento jurídico vigente a la fecha de la ocurrencia del hecho que origina la sanción

ARTICULO 58°. CRITERIOS PARA DETERMINAR LA SANCION. Se tendrán como criterios para efectos de graduar la sanción, los antecedentes del infractor, el grado de perturbación del servicio, la naturaleza y

efectos de la falta, las modalidades y circunstancias de los hechos que dieron lugar a ésta, la reincidencia y las situaciones atenuantes.

De conformidad con la ley, las multas serán proporcionales al incumplimiento del concesionario y al valor actualizado del contrato.

PARAGRAFO : Para todos los efectos del presente acuerdo, la proporción del valor actualizado del contrato se calculará como el valor diario del espacio al momento de cometer la infracción, según la clasificación establecida en el artículo 4 de este acuerdo.

CAPITULO I
FALTAS Y SANCIONES DE LOS CONCESIONARIOS DE ESPACIOS DE TELEVISION Y LOS OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISION EN EL NIVEL DE CUBRIMIENTO NACIONAL

ARTICULO 59°. CLASIFICACION DE LAS FALTAS. Las faltas en que incurran los concesionarios de espacios de televisión y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, en cumplimiento de la prestación de este servicio se clasificarán así:

1- FALTAS DE PRIMER ORDEN.

Se consideran como faltas de primer orden las siguientes conductas en que incurran los concesionarios de espacios de televisión y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, las cuales les acarrearán las sanciones que a continuación se señalan.

a) Informar a los televidentes de manera parcializada o tendenciosa los sucesos o noticias o vulnerando el equilibrio informativo y/o la veracidad y la responsabilidad social de los medios de comunicación. Sanción: multa de entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

b) Presentar repeticiones en condiciones diferentes a las consagradas en el artículo 19 del presente acuerdo. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

c) Denigrar de un partido o movimiento político, religión, clase social, raza, cultura, sexo o condición sexual o de personas con defectos físicos. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

d) Difundir informaciones inexactas, falsas, injuriosas o lesivas de la honra o del buen nombre de personas naturales o jurídicas, o de un grupo de personas. Sanción: rectificación en las condiciones establecidas en el artículo 30 de la ley 182 de 1995.

e) Negarse a otorgar el derecho de rectificación cuando hubiere lugar, conforme al procedimiento descrito en el artículo 30 de la ley 182 de 1995. Sanción: multa entre cien (100) y mil (1.000) salarios mínimos mensuales vigentes al momento en que se incurrió en la falta o suspensión del servicio entre uno (1) y treinta (30) días hábiles o caducidad del contrato.

f) Haber tenido el deber de rectificar por orden de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión o de un juez competente por más de tres (3) veces, informaciones inexactas, injuriosas, falsas o lesivas de la honra o del buen nombre de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas. Sanción: reconvención pública por parte de la Comisión Nacional de Televisión, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones establecidas en el parágrafo 1º del artículo 30 de la ley 182 de 1995.

g) Haber tenido el deber de rectificar por orden de la Comisión o de juez competente, por más de cuatro (4) veces, informaciones inexactas, injuriosas, falsas o lesivas de la honra o del buen nombre de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas. Sanción: multa entre cien (100) y mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes al momento en que se incurrió en la falta o suspensión del servicio entre uno (1) y treinta (30) días hábiles o caducidad del contrato.

h) Emitir programación y anuncios comerciales cuyo contenido no sea apto para la franja en la cual se emita. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

i) Transmitir en forma simultánea un mismo programa por las cadena de televisión en el nivel de cubrimiento nacional. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

j) Transmitir programas en condiciones diferentes a las establecidas en el artículo 18 del presente acuerdo. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

k) No informar previamente a la Comisión Nacional de Televisión y a Inravisión de las modificaciones que los concesionarios de espacios de televisión realicen en los espacios adjudicados, de conformidad con lo establecido en el artículo 19 del presente acuerdo. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

l) Presentar programas diferentes de informativos noticiero o desplazarlos contrariando lo dispuesto por los artículos 26 y 27 del presente acuerdo. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

m) Realizar avances o extras de informativos noticieros en condiciones diferentes a las estipuladas en el artículo 28 del presente acuerdo. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

n) Emitir publicidad en condiciones diferentes a las señaladas en el artículo 29 del presente acuerdo. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

o) Utilizar como temas el sexo y la violencia, en condiciones diferentes a las que para el efecto establezca la Comisión Nacional de Televisión. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

p) Emitir en cualquier franja, programas o anuncios comerciales de contenido pornográfico. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

q) Violar las disposiciones contempladas en el Código del Menor. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

r) Hacer publicidad directa o indirecta de licores, cigarrillos y/o tabacos o de sus marcas, en horarios y condiciones no autorizados. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

s) Hacer publicidad de cultos religiosos, partidos políticos o ideologías de cualquier índole, que induzcan al televidente a adherirse o a tomar decisiones frente a éstos sin el debido proceso de razonamiento. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

t) Hacer publicidad sin atender lo previsto en el artículo 33 del presente acuerdo. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con

el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

u) Incumplir los porcentajes de programación de producción nacional, según los horarios, establecidos en el artículo 33 de la ley 182 de 1995 o en la Ley 14 de 1991, según sea el caso. Sanción: suspensión del servicio por un período de tres (3) a seis (6) meses o a la declaratoria de la caducidad de la concesión.

v) Incumplir la obligación de anteponer a la transmisión de cada programa un aviso indicando en forma escrita y oral la edad mínima apta para ver dicho programa, si contiene o no violencia o escenas sexuales para el público adulto. Sanción: multa entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

w) Cuando una sociedad concesionaria de espacios de televisión enajene o ceda los derechos de la sociedad, en términos diferentes a los previstos en el artículo 57 de la Ley 182 de 1995. Sanción: Además de la declaratoria de ineficacia de la operación, multa del 1% del valor del contrato o suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o caducidad de la concesión.

x) Remitir a la Comisión Nacional de Televisión documentos falsos o informaciones que no se ajusten a la verdad. Sanción: suspensión entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

2- FALTAS DE SEGUNDO ORDEN.

Se consideran como faltas de segundo orden las conductas realizadas por los concesionarios de espacios de televisión y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, que adelante se relacionan, las cuales les acarrearán las sanciones de amonestación, multa entre diez (10) y veinticinco (25) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión de hasta tres (3) meses:

a) Exceder el tiempo autorizado para la transmisión de anuncios comerciales.

b) Exceder el número y/o duración de menciones autorizadas en el presente acuerdo.

c) Exceder el número y/o duración de patrocinios autorizados en el presente acuerdo.

d) Suspender o finalizar un programa con continuidad en condiciones diferentes a las establecidas en el artículo 24 del presente acuerdo.

e) No remitir a la Comisión Nacional de Televisión, con anticipación a la emisión de un programa, los documentos necesarios para determinar su origen.

f) Cuando un concesionario de espacios de televisión en las Cadenas Uno y A, presente excesos superiores a un minuto (1´) o defectos superiores dos minutos (2´) en el tiempo de emisión de sus espacios, sin que exista previo acuerdo entre los diferentes afectados.

PARAGRAFO. El concesionario de espacios de televisión y el operador privado de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, que reincida por más de cuatro (4) veces en una o varias de las conductas señaladas en el presente artículo, será acreedor a las sanciones de multas entre veintiséis (26) y cincuenta (50) veces la proporción del valor actualizado del contrato, de conformidad con el parágrafo del artículo 59 del presente acuerdo, o suspensión del servicio entre uno (1) y seis (6) meses, o caducidad del contrato.

CAPITULO II
FALTAS Y SANCIONES DE INRAVISION Y DE LOS OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISION EN EL NIVEL DE CUBRIMIENTO NACIONAL

ARTICULO 60°. CLASIFICACION DE LAS FALTAS. Las faltas en que incurra Inravisión y los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, en la prestación del servicio de televisión se clasificarán así:

1- FALTAS DE PRIMER ORDEN.

Se consideran como faltas de primer orden las siguientes conductas, las cuales le acarrearán a Inravisión y a los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, las sanción de multa entre doscientos cincuenta (250) y mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha en que se comete la falta:

a) Suspender sin causa justificada la transmisión de la señal.

b) Utilizar frecuencias que no le hayan sido asignadas para la transmisión de la señal de televisión.

c) Negarse a prestar el servicio de grabación, edición o emisión a un programa, sin causa justificada. Este literal sólo es aplicable a Inravisión.

d) Incumplir el deber de mantener al día y clasificados los archivos videográficos de la programación y los anuncios comerciales emitidos.

e) No remitir a la Comisión Nacional de Televisión, una relación diaria de los comerciales emitidos por primera vez así como los documentos que acompañan a los mismos, de conformidad con el artículo 51 del presente Acuerdo.

2- FALTAS DE SEGUNDO ORDEN.

Se consideran faltas de segundo orden las siguientes, las cuales le acarrearán a Inravisión y a los operadores privados de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, la sanción de multa entre uno (1) y doscientos cuarenta y nueve (249) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha en que se cometió la falta.

a) Cuando por su culpa o dolo transmite la programación con deficiencias técnicas que dificulten la buena recepción de la señal y la comprensión de los mensajes.

b) Cuando por su culpa o dolo, Inravisión emita los comerciales incluidos en la pauta publicitaria de los programas de manera defectuosa o incompleta, dando pie a que sea necesario concederle la reposición de alguno de éstos al respectivo concesionario. Lo dispuesto en este literal sólo se aplica a Inravisión.

c) Cuando por su culpa o dolo Inravisión no emita un anuncio comercial incluido en la pauta publicitaria, dando pie a que sea necesario concederle la reposición de alguno de éstos al respectivo concesionario. Lo dispuesto en el presente literal sólo se aplica a Inravisión.

d) Cuando por su culpa o dolo, no emitan la programación o parte de ella.

e) Omitir la transmisión del Himno Nacional en la iniciación o cierre de la emisión de cada día o en los horarios establecidos por la legislación vigente o por la Comisión Nacional de Televisión.

f) Interferir con su señal la de otros operadores.

g) Las demás que contraríen la Constitución, la ley y el presente acuerdo y las normas que lo modifiquen, adicionen o reformen.

PARAGRAFO. Cuando Inravisión o el operador privado de televisión en el nivel de cubrimiento nacional, reincidan por más de cuatro (4) veces en una o varias de las conductas señaladas en el presente artículo, serán acreedores a la sanción de multa entre doscientos cincuenta (250) y mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha en que se cometa la falta.

ARTICULO 61°. TRASLADO PARA LA INVESTIGACION DISCIPLINARIA. Cuando de la investigación que adelante la Comisión Nacional de Televisión por la infracción de las faltas señaladas en el artículo anterior, se deduzca la presunta responsabilidad de un servidor público se dará traslado a la autoridad competente para que adelante el correspondiente proceso disciplinario, si a ello hubiere lugar.

CAPITULO III
PROCEDIMIENTO

ARTICULO 62°. PROCEDIMIENTO GENERAL. Será aquel aplicable a todas las conductas objeto de sanción cuyo procedimiento no esté plenamente establecido en una norma especial.

ARTICULO 63°. QUEJA. Cualquier persona que considere que en un programa o anuncio comercial se ha transgredido la Constitución, la ley o el presente acuerdo y las normas que lo modifiquen, adicionen o complementen, podrá presentar dentro del mes siguiente a la emisión del programa o comercial, queja formal ante la Comisión Nacional de Televisión.

La queja deberá contener por lo menos, identificación del programa o comercial, día, hora y canal de la emisión, y expresar los motivos de su inconformidad

ARTICULO 64°. INDAGACION PRELIMINAR. Cuando la Comisión, de oficio o a petición de parte, considere necesario verificar la ocurrencia de una conducta constitutiva de falta, ordenará una indagación preliminar, para lo cual el funcionario competente hará uso de los medios de prueba legalmente reconocidos durante un término que no podrá exceder de diez (10) días hábiles.

La indagación preliminar no podrá extenderse a hechos distintos del que fue objeto de queja o iniciación oficiosa o los que le sean conexos; al vencimiento de este término perentorio el funcionario sólo podrá abrir investigación o archivar el expediente.

ARTICULO 65°. SUSPENSION TEMPORAL. Cuando de la indagación, de la queja o de oficio la Comisión considere que existen serios indicios de violación grave de la ley o que atenten de manera grave y directa contra el orden público, ordenará la suspensión temporal y de manera preventiva de la emisión del programa.

ARTICULO 66°. DE LA INVESTIGACION. Cuando de la indagación preliminar de la queja o de un informe de funcionario competente se establezca la existencia de una falta en que incurra un concesionario u operador se ordenará la investigación respectiva. El auto de trámite que la ordene contendrá como mínimo los siguientes requisitos:

1- Breve fundamentación sobre la existencia del hecho u omisión que se investiga y sobre el carácter de falta disciplinaria.

2- La orden de las pruebas que se consideren conducentes.

La anterior decisión se comunicará al concesionario u operador, contra la cual no procede recurso alguno.

ARTICULO 67°. TERMINO DE LA INVESTIGACION. Cuando la falta que se investigue sea de las señaladas como de primer orden, el término será hasta de veinte días (20) días hábiles contados a partir del inicio de la investigación. Cuando la falta que se investigue sea de las señaladas como de segundo orden, el término será hasta de quince (15) días hábiles. En cualquiera de los dos casos el término podrá prorrogarse por el equivalente a la mitad de cada uno de ellos, según la complejidad de las pruebas.

En el evento de presentarse concurrencia de faltas en una misma investigación, el término será el correspondiente para las faltas de primer orden.

Cumplido este término y realizada la evaluación respectiva, la Comisión procederá a formular cargos o a ordenar el archivo definitivo del expediente, y en tal caso dará comunicación al quejoso.

ARTICULO 68°. FORMULACION DE CARGOS. La Comisión formulará cargos cuando esté demostrada objetivamente la falta que compromete la responsabilidad del concesionario u operador dentro del mes siguiente al vencimiento del período probatorio.

ARTICULO 69°. DESCARGOS. El concesionario u operador dispondrá de un término de cinco (5) días hábiles, contados a partir de la notificación del auto que contiene los cargos, para presentar sus descargos, solicitar y aportar pruebas, si lo estima conveniente. Durante este término el expediente permanecerá en la oficina que adelante la investigación.

ARTICULO 70°. TERMINO PARA DECRETAR PRUEBAS. Vencido el término señalado en el artículo anterior, la Comisión tendrá hasta cinco (5) días hábiles para decretar las pruebas solicitadas y las que de

oficio considere conducentes. Contra el auto que rechace las pruebas solicitadas no procede recurso alguno.

ARTICULO 71°. TERMINO PARA PRACTICAR PRUEBAS. La Comisión dispondrá de un término de hasta de diez (10) días hábiles para practicar las pruebas decretadas.

ARTICULO 72°. TERMINO PARA DECIDIR. Practicadas las pruebas, la Junta Directiva de la Comisión proferirá en única instancia decisión de fondo en un término no superior a cinco (5) días hábiles. En el evento de no presentar descargos el concesionario u operador dentro del término establecido para ello, la Junta Directiva dispondrá de cinco (5) días hábiles para decidir.

ARTICULO 73°. RECURSO DE REPOSICION. Contra la resolución que imponga la sanción, procederá únicamente el recurso de reposición ante la Junta Directiva de la Comisión.

ARTICULO 74°. REMISION A OTRAS NORMAS. Cuando existan vacíos en el procedimiento señalado anteriormente, la Comisión aplicará, en lo pertinente, las normas generales del debido proceso.

TITULO VII
DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO 75°. DERECHOS DE AUTOR. La programación y la publicidad que se transmita por los servicios de televisión, deberá dar cumplimiento a las normas de derechos de autor consagradas en la ley 23 de 1982 y las demás normas que la modifiquen o adicionen.

ARTICULO 76º. AUTORIZACION PARA ENAJENAR O CEDER DERECHOS. Sin perjuicio del régimen al que están sometidas de manera general las sociedades, todo acto de enajenación total o parcial de la propiedad de empresas concesionarias de espacios de televisión, cuyas acciones no se negocien en bolsa de valores, se requiere, so pena de ineficacia, de la previa autorización de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión.

A dicha solicitud deberá acompañar los documentos que demuestren la nacionalidad del nuevo socio o adquiriente, declaración juramentada en la cual conste que los solicitantes no son socios o miembros de otra empresa concesionaria de espacios de televisión, ni socios o miembros de una persona jurídica que sea socia de otra empresa que sea concesionaria de espacios de televisión, la declaración de renta de éste en los últimos dos años y aquellos documentos que demuestren su composición, en caso de ser personas jurídicas.

Respecto de la enajenación de la propiedad de las acciones que se negocien en bolsa, el propietario deberá informar sobre la misma a la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión, a través de su Director, dentro de los cinco (5) días siguientes, siempre que la transacción comprenda la adquisición en forma global o sucesiva del, , cinco por ciento (5%) o más de las acciones. Será ineficaz toda enajenación de acciones de las sociedades abiertas, cuando se contravenga lo dispuesto en el presente artículo y demás normas sobre la materia.

ARTICULO 77°. VIGENCIA. El presente acuerdo rige a partir del veinte (20) de enero de mil novecientos noventa y siete (1997) y deroga todas los Acuerdos expedidos por el Consejo Nacional de Televisión, el Acuerdo 007 de 1996 expedido por la Comisión Nacional de Televisión y las normas que le sean contrarias.

Dado en Santafé de Bogotá, D.C., a los dieciocho (17) días del mes de noviembre de mil novecientos noventa y siete (1997).

La Directora,

Mónica de Greiff