

# RUTA ELECTORAL 2019

# PROPAGANDA ELECTORAL

CON EL APOYO DE:

**moe**  
Misión de Observación Electoral



“ Esta publicación se realizó gracias al apoyo del Pueblo de los Estados Unidos a través de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Su contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y no reflejan necesariamente las opiniones de USAID o del Gobierno de los Estados Unidos. ”



# Regulación de la propaganda electoral

## *1. ¿Qué es la campaña electoral?*

La Ley 1475 de 2011 en su artículo 34 define la campaña electoral como el conjunto de actividades realizadas con el propósito de convocar a los ciudadanos a votar en un determinado sentido o a abstenerse de hacerlo.

Para el efecto, la recaudación de contribuciones y la realización de gastos de campaña podrá ser adelantada por los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos, durante los seis (6) meses anteriores a la fecha de la votación.

## **2. ACTOS DE CAMPAÑA: La propaganda electoral<sup>1</sup>**

Actividad cuya función es promover masivamente los proyectos electorales sometidos a consideración de los ciudadanos.

Es toda forma de publicidad realizada con el fin de obtener el voto de los ciudadanos a favor de partidos o movimientos políticos, listas o candidatos a cargos o corporaciones públicas de elección popular, del voto en blanco o de una opción en los mecanismos de participación ciudadana.

### ***¿Quiénes realizan la propaganda electoral?***

- Partidos, movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos, los candidatos y precandidatos a cargos de elección popular.
- Personas naturales y/o jurídicas que los apoyen.

<sup>1</sup> Artículo 24 Ley 130 de 1994 – Artículo 34 y 35 de la Ley 1475 de 2011.

### 3. PROPAGANDA ELECTORAL: *Reglamentación y prohibiciones*

#### 3.1. ¿Qué se entiende por propaganda electoral?

El Consejo Nacional Electoral ha reiterado que la propaganda política se entiende en un sentido amplio, teniendo en cuenta que la normatividad la define como: “toda forma de publicidad realizada con el fin de obtener el voto de los ciudadanos a favor de partidos o movimientos políticos, listas o candidatos a cargos o corporaciones públicas de elección popular”.

**Principio General:** Los Alcaldes y los Registradores Municipales deben regular la forma, característica, lugares y condiciones para la fijación de carteles, pasacalles, afiches y vallas destinadas a difundir propaganda electoral, a fin de garantizar el acceso equitativo de los partidos y movimientos, agrupaciones y candidatos a la utilización de estos medios, en armonía con el derecho de la comunidad a disfrutar del uso del espacio público y a la preservación de la estética. También podrán, con los mismos fines, limitar el número de vallas, afiches y elementos publicitarios destinados a difundir propaganda electoral

**Propaganda electoral del voto en blanco:** Las organizaciones políticas que promuevan el voto en blanco en las campañas para cargos o corporaciones de elección popular podrán realizar propaganda electoral en las mismas condiciones fijadas para las demás campañas.

**Propaganda para la recolección de firmas para presentar candidatos a través de un Grupo Significativo de Ciudadanos:**

Los grupos significativos de ciudadanos deben adelantar las actuaciones necesarias para efectuar la recolección de firmas respectiva, de modo que, la propaganda que realicen para la obtención del apoyo de la ciudadanía está permitida; pero sólo podrá referirse al Grupo Significativo de Ciudadanos, NO se podrá referir a un candidato en específico. Las normas en materia de propaganda electoral se aplican para las Consultas de Organizaciones Políticas.

#### 3.1.1. Propaganda Electoral en espacio público<sup>2</sup>

Los alcaldes y Gobernadores señalarán los sitios públicos autorizados para fijar esta clase de propaganda, previa consulta con un comité integrado por representantes de los diferentes partidos, movimientos o grupos políticos que participen en la elección a fin de asegurar una equitativa distribución.

Es la propaganda electoral puede ser directa o indirecta<sup>3</sup> y puede manifestarse por ejemplo en<sup>4</sup>:

- Canciones y poemas
- Manillas
- Pendones
- Avisos o adhesivos en vehículos
- Pasacalles
- Vallas
- Prendas de Vestir
- Volantes

#### ¿Cuándo se puede realizar propaganda electoral en espacio público?

Dentro de los 3 meses anteriores a la fecha de la respectiva votación.

<sup>2</sup> Artículo 29 de la Ley 130 de 1994.

<sup>3</sup> La propaganda electoral directa es la que promueve de manera específica el nombre del candidato, partido político con el objetivo de obtener apoyo electoral al cargo de elección popular al que aspira. La indirecta hace referencia a la promoción de nombres, símbolos, mensajes o emblemas que corresponde a un eventual y futuro candidato dentro de unas elecciones.

<sup>4</sup> Comunicado de prensa del CNE del martes 6 enero 2015, publicado en: [http://www.cne.gov.co/CNE/\\_COMO-DE-NUNCIAR-LA-PROPAGANDA-ELECTORAL-EXTEMPORANEA\\_news](http://www.cne.gov.co/CNE/_COMO-DE-NUNCIAR-LA-PROPAGANDA-ELECTORAL-EXTEMPORANEA_news)

<p><b>PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL EN VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PÚBLICO Y PARTICULAR</b></p>	<p>Cada alcalde en su municipio puede determinar mediante decreto, si está permitida o no. Se debe cumplir con principios generales del acceso equitativo de los partidos, movimientos políticos y candidatos, a la utilización de estos medios<sup>5</sup>.</p>
<p><b>SOBRE LOS MURALES</b></p>	<p>La regulación sobre la forma, características y fijación murales en el espacio público es del resorte de las autoridades locales<sup>6</sup>.</p>
<p><b>PROPAGANDA EN VALLAS PUBLICITARIAS DE VARIOS CANDIDATOS DE UN MISMO PARTIDO</b></p>	<p>Es permitido, en tanto que permite a los electores identificar la candidatura específica a la que se refiere la propaganda, con una propuesta partidista determinada<sup>7</sup>.</p>
<p><b>PROPAGANDA A TRAVÉS DE CUÑAS, AVISOS Y VALLAS</b></p>	<p>El establecimiento del número máximo y tamaño de cuñas, avisos y vallas que pueden tener en cada campaña los partidos, movimientos y grupos significativos de ciudadanos que hayan inscrito candidatos, debe ser señalado por el Consejo Nacional Electoral<sup>8</sup>.</p>

### 3.1.2. Propaganda Electoral en medios de comunicación

El artículo 35 de la ley 1475 de 2011 dispone que la propaganda electoral a través de medios de comunicación social puede iniciar 60 días antes de la elección.

- **Espacios gratuitos en radio y televisión:** Inician los espacios gratuitos en los medios de comunicación social que hacen uso del espectro electromagnético, para los partidos y movimientos políticos, las organizaciones sociales y los grupos significativos de ciudadanos y promotores de voto en blanco que hayan inscrito candidatos, de acuerdo con la asignación del CNE. (Dentro de los 2 meses antes de la elección y hasta 48 horas antes de la misma)<sup>9</sup>.

El Consejo Nacional Electoral, previo concepto de la Autoridad Nacional de Televisión o el organismo que haga sus veces, establecerá el número, duración y franjas de emisión de estos espacios, y los asignará a sus destinatarios, de conformidad con las siguientes reglas:

- i. Se otorgará igual número de espacios a cada una de las listas, candidatos u opciones electorales inscritas, en cada franja de transmisión, razón por la que se asignará el número de espacios necesarios para garantizar la igualdad aquí consagrada.
- ii. La duración de los espacios podrá ser diferente y variable dependiendo de la elección.
- iii. Los espacios se sortearán por franjas de horario teniendo en cuenta la

<sup>5</sup> Resolución CNE No. 107 de 2014. Magistrado Ponente: Emiliano Rivera Bravo.

<sup>6</sup> De conformidad con el contenido del artículo 29 de la ley 130 de 1994 y la Resolución 562 de 2003 del Consejo Nacional Electoral.

<sup>7</sup> Resolución del CNE No. 2895 de 2003. Magistrado Ponente: Roberto Rafael Bornacelli Guerrero.

<sup>8</sup> Artículo 37 de la Ley 1475 de 2011.

<sup>9</sup> Art. 36 Ley 1475 de 2011

audiencia o sintonía de cada franja, y garantizando que se otorgarán espacios en horarios de mayor sintonía o audiencia.

iv. El sorteo garantizará que ninguna campaña pueda repetir espacio en la misma franja hasta tanto no hayan tenido oportunidad de hacerlo las demás campañas.

v. Los espacios no son acumulables, razón por la cual se perderán cuando no sean utilizados por las respectivas campañas.

vi. Los costos de producción serán asumidos por las campañas beneficiarias de los mismos.

vii. Durante dicho lapso los espacios gratuitos otorgados a los partidos y movimientos políticos para la divulgación política institucional podrán utilizarse en las campañas electorales en las que participen, de conformidad con el reglamento que adopte el Consejo Nacional Electoral.

<p><b>PROPAGANDA ELECTORAL EN EMISORAS COMUNITARIAS</b></p>	<p>El Decreto 2805 de 2008<sup>10</sup>, regula en materia de publicidad en emisoras comunitarias, la prohibición de transmisión de programas con fines proselitistas ni publicidad política.</p>
<p><b>PROPAGANDA ELECTORAL PAGADA</b></p>	<p>En relación con las elecciones de autoridades locales, la Ley 130 de 1994 dispone que sólo se puede hacer publicidad pagada por televisión para las elecciones presidenciales. Está prohibido el uso de publicidad en televisión para las campañas electorales de Diputados, Gobernadores, concejales, alcaldes y miembros de Juntas Administradoras Locales. Esta prohibición no distingue entre televisión nacional y local, ni entre televisión abierta o por suscripción. La norma cobija a <i>“los concesionarios de los espacios de televisión”</i>(Artículo 26 de la ley 130 de 1994)<sup>11</sup>.</p>
<p><b>PROPAGANDA ELECTORAL EN RADIO PRIVADA Y PERIÓDICOS</b></p>	<p>Los concesionarios para la prestación de servicio de radiodifusión sonora y los periódicos que acepten publicidad política pagada, la harán en condiciones de igualdad a todos los partidos, movimientos y candidatos que lo soliciten. Los concesionarios de las frecuencias de radio durante los sesenta (60) días anteriores al correspondiente debate electoral, están en la obligación de pasar propaganda política a una tarifa inferior a la mitad de la comercial que rija en los seis (6) meses anteriores a la fecha del mismo debate. De la publicidad gratuita, total o parcialmente, debe quedar constancia escrita y se tendrá como donación al respectivo partido, movimiento o candidato, para lo cual se estimará su valor con base en las tarifas cobradas a otros partidos o personas. Lo anterior aplica para todas las modalidades de televisión legalmente autorizadas en el país. El CNE señalará el número de cuñas radiales, de avisos en publicaciones escritas y de vallas publicitarias que pueda tener en cada elección el respectivo partido o individualmente cada candidato a las corporaciones públicas<sup>12</sup>.</p>

<sup>10</sup> Resolución CNE No. 0554 de 2014 – Magistrado Ponente José Joaquín Plata

<sup>11</sup> Resolución CNE No. 4241 del 11 de septiembre de 2003

<sup>12</sup> El CNE estableció para el año 2019 la cantidad de propaganda electoral que puede ser difundida: Ver en: <https://www.cne.gov.co/prensa/comunicados-oficiales/95-cne-establecio-numero-maximo-de-cunas-radiales-avisos-y-vallas-para-elecciones-2>

### 3.2. Otras prohibiciones

<p><b>PUBLICIDAD POLÍTICA EXTEMPORÁNEA ANTES DE LAS ELECCIONES (<i>PUBLICIDAD POLÍTICA DE EXPECTATIVA</i>)</b></p>	<p>Ley 1475 de 2011 en el Artículo 35 indica: "La propaganda electoral únicamente podrá realizarse durante los tres (3) meses anteriores a la fecha de las elecciones".</p> <p>El Consejo Nacional Electoral a través de la Resolución No. 3717 de 2014<sup>12</sup>, definió lo que es propaganda electoral de expectativa: "promoción de nombres, símbolos, mensajes o emblemas que no han sido registrados ante el Consejo Nacional Electoral, y que identifiquen a una persona dentro de la sociedad, la cual afecta las garantías de los procesos electorales, en virtud del posicionamiento anticipado del nombre de un eventual y futuro candidato dentro de unas elecciones, respecto de las demás personas que dentro de las fechas correspondientes sean inscritas por los Partidos, Movimientos y Grupos Significativos de ciudadanos, de conformidad con lo establecido en el calendario electoral.</p> <p>Además, las frases o dibujos que acompañan el nombre o apellido de los ciudadanos dentro de la publicidad así descrita, independientemente de que pueda constituirse en el futuro eslogan o mensaje de campaña, lo que permitiría una fácil recordación y estimulación al elector, constituye propaganda anticipada que genera desequilibrio".</p>
<p><b>PROPAGANDA EXTEMPORÁNEA EL DÍA DE LAS ELECCIONES</b></p>	<p>Está prohibida toda clase de propaganda política y electoral el día de las elecciones, no se pueden portar camisetas, ni otras prendas de vestir, afiches, volantes, gacetas o documento similares que hagan propaganda política<sup>13</sup>.</p>
<p><b>PROPAGANDA QUE UTILICE LOS BIENES PRIVADOS</b></p>	<p>Está prohibida sin autorización del dueño.</p>
<p><b>SÍMBOLOS, EMBLEMAS Y LOGOTIPOS PROHIBIDOS EN LA PROPAGANDA ELECTORAL</b></p>	<p>Sólo podrán utilizarse los símbolos, emblemas o logotipos previamente registrados ante el Consejo Nacional Electoral por los partidos, movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos, coaliciones o comités de promotores. Dichos símbolos no pueden incluir o reproducir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Los símbolos patrios,</li> <li>b) Símbolos de otros partidos o movimientos políticos,</li> <li>c) Símbolos que generen confusión con otros previamente registrados.</li> </ul> <p>El CNE considera que no es conveniente la utilización del nombre o la fotografía de un candidato como logotipo o símbolo de un partido o movimiento político, debido a que lo que caracteriza un partido o movimiento político es su ideología definida como: "un sistema de creencias explícitas, integradas y coherentes, que justifican el ejercicio del poder, explican y juzgan los acontecimientos históricos, identifican lo que está bien y lo que está mal en política, definen las relaciones entre la política y otros campos de actividad y suministran una guía para la acción"<sup>14</sup></p>

<sup>13</sup> Mediante el cual el CNE ordenó la indagación preliminar y decretó medida preventiva para retirar publicidad electoral extemporánea en el departamento de Bolívar

<sup>14</sup> Resolución CNE No. 0375 de 7 de febrero de 2006. Magistrado Ponente: Guillermo Mejía Mejía.

<p><b>PROHIBICIONES EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL<sup>15</sup></b></p>	<p>No podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los siguientes lugares:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales.</li> <li>- Sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y cualquier otra estructura de propiedad del Estado.</li> </ul>
<p><b>PROPAGANDA ELECTORAL EN INTERNET</b></p>	<p>No existe certeza sobre el tratamiento de este tipo de publicidad, no obstante, el CNE ha manifestado que: "La publicidad o propaganda electoral por internet goza de la misma finalidad y objetivo que la realizada por prensa, pasacalles, radio y TV. entre otros, lo que la hace diferente es el medio por el cual es difundido, el cual es el internet.</p> <p>Dentro del Internet siendo este un universo interactivo- se puede realizar publicidad en términos generales a través de diferentes medios, tales como Portales interactivos, textos, link o enlaces, banner, web, weblog, blog, logos, anuncios, audio, video, animación, videojuegos, descargas, redes sociales y mensajería instantánea, entre otros<sup>16</sup></p> <p>Lo anterior, nos permite deducir la autorización dada por el CNE para realizar propaganda electoral a través de internet, no obstante, no se hace una claridad sobre cuál es su tratamiento, si se les debe dar el mismo de la propaganda en espacios públicos o el de la propaganda en medios de comunicación, subsistiendo el vacío en relación con su regulación.</p> <p>En materia de redes sociales sólo se entenderá prohibida la publicidad electoral cuando se paga una pauta antes de los tiempos establecidos legalmente. En los demás casos se considera que las redes sociales son de uso privado.</p>

**4. DIVULGACIÓN POLÍTICA: No es propaganda electoral**

Se permite que los partidos y movimientos, en cualquier tiempo, realicen la denominada "divulgación política", de manera institucional con el fin de difundir y promover los principios, programas y realizaciones de estos, así como sus políticas frente a los diversos asuntos de interés nacional. Este tipo de publicidad no puede buscar apoyo electoral para los partidos o movimientos.

**5. Régimen sancionatorio**

**5.1. ¿Quién sanciona?**

De conformidad con la Constitución Política en su artículo 265, el Consejo Nacional Electoral ejerce la suprema inspección y vigilancia de la organización electoral, debe velar por el cumplimiento de las normas sobre partidos y movimientos políticos y de las disposiciones sobre publicidad y encuestas de opinión política; por los derechos de la oponente

<sup>15</sup> Artículo 3 de la Ley 140 de 1994

<sup>16</sup> Resolución CNE No. 4030 del 21 de septiembre de 2010, Magistrado Ponente: Bernardo Franco Ramírez.

sición y de las minorías, y por el desarrollo de los procesos electorales en condiciones de plenas garantías, entre otras funciones. Para lo cual, la Ley 130 de 1994 en el artículo 39, le ha dado las siguientes atribuciones:

*“a) Adelantar investigaciones administrativas para verificar el estricto cumplimiento de las normas contenidas en la presente ley y sancionar a los partidos, movimientos y candidatos con multas (...)”*

## **5.2. ¿A quién sanciona?**

De conformidad con la Constitución Política en su artículo 265, el Consejo Nacional Electoral ejerce la suprema inspección y vigilancia de la organización electoral, debe velar por el cumplimiento de las normas sobre partidos y movimientos políticos y de las disposiciones sobre publicidad y encuestas de opinión política; por los derechos de la oposición y de las minorías, y por el desarrollo de los procesos electorales en condiciones de plenas garantías, entre otras funciones. Cualquier persona natural o jurídica, precandidato, candidato, partido o movimiento político que infrinja con las normas en materia de propaganda electoral.

Es importante tener en cuenta que el CNE podría sancionar a un partido o movimiento político, de acuerdo con el artículo 10 de la Ley 1475 de 2011, por el incumplimiento de los deberes de diligencia en la aplicación de las disposiciones constitucionales o legales que regulan la organización, funcionamiento y/o financiación de los partidos y movimientos políticos.

## **5.3. ¿Cómo se realiza el proceso sancionatorio?**

El CNE deberá realizar:

- Indagación Preliminar: de conformidad con la Resolución del CNE No. 1487 de 2003

*“El Magistrado Sustanciador podrá iniciar indagación preliminar, una vez efectuado el reparto. Si existen los suficientes elementos de juicio que permitan identificar al sujeto y la conducta tipificada, presentará dentro de los tres (3) meses siguientes un proyecto de resolución motivada a la Sala mediante el cual se ordenará la apertura de la investigación administrativa”.*

- Práctica de Pruebas: Adicionalmente la Resolución No.0032 de 2015, indicó que el Magistrado Sustanciador podrá ordenar la práctica de pruebas que considere pertinentes, dentro de este término, para efectos de elaborar el proyecto de resolución respectivo. De igual manera podrá decretar medidas cautelares ante las posibles infracciones a la normatividad electoral.

- Imposición de multas: Para la imposición de estas sanciones, el CNE formulará cargos y el inculpado dispondrá de un plazo de quince (15) días para responderlos.

El CNE podrá imponer sanciones de multas que pueden ir desde 14.000.000 hasta los 142.000.000 millones de pesos (valor indexado a 2018), según la gravedad de la falta cometida.

De igual manera, si se sanciona a un partido político con base en las faltas estipuladas en el artículo 10 de la Ley 1475 de 2011<sup>17</sup>, el artículo 12 dispone como sanciones aplicables:

- Suspensión o privación de la financiación estatal y/o de los espacios otorgados en los medios de comunicación social que hacen uso del espectro electromagnético. Cuando hubiere recibido financiación la deberá devolver.
- Suspensión de su personería jurídica, hasta por cuatro (4) años

<sup>17</sup> Artículo 39 de la Ley 130 de 1994



