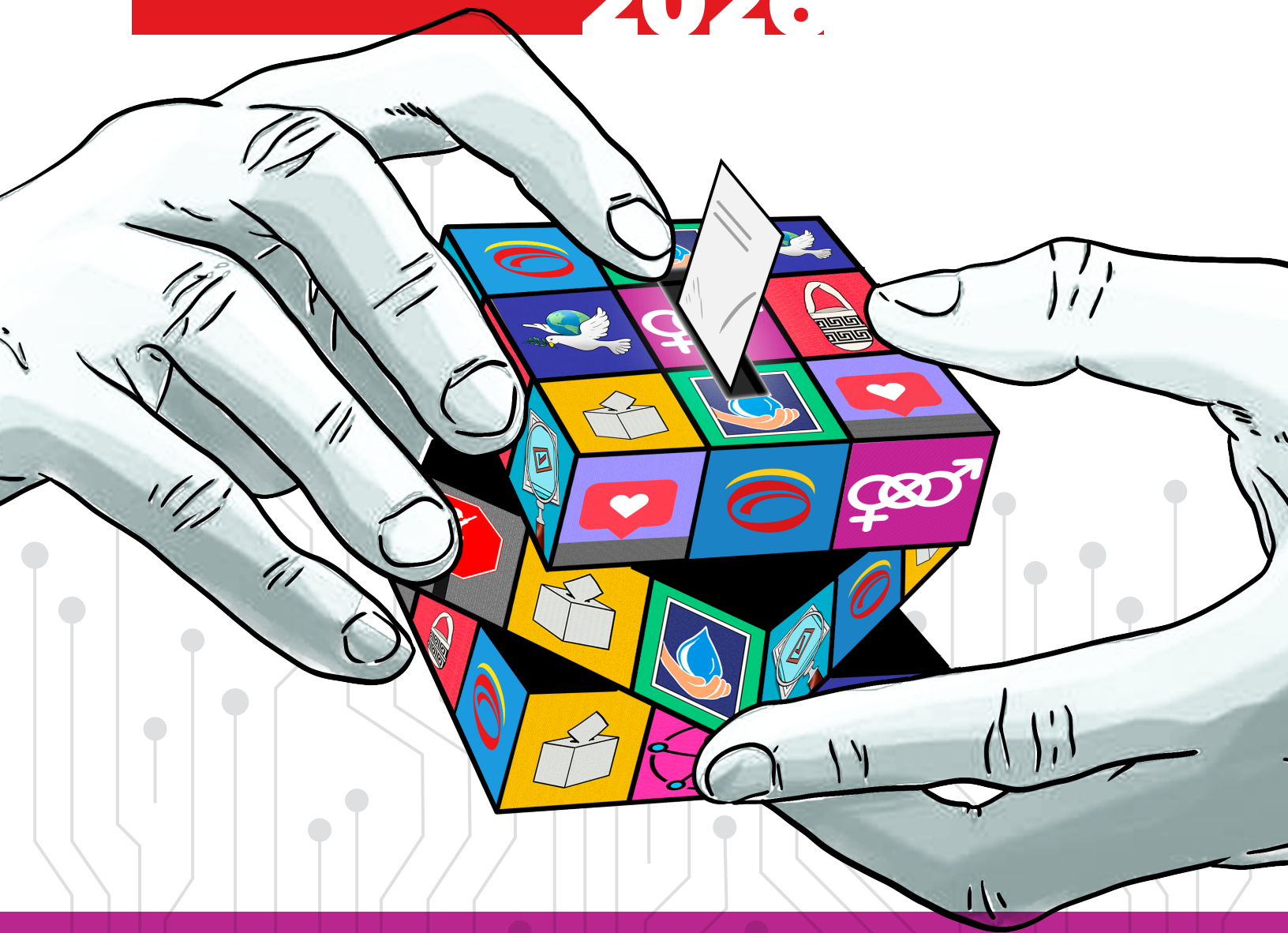


RUTA ELECTORAL

Elecciones Nacionales
Congreso y Presidencia
2026

moe
Misión de Observación Electoral



**PROPAGANDA
ELECTORAL**

Con el apoyo de:



RUTA ELECTORAL

Elecciones Nacionales Congreso y Presidencia 2026



Alejandra Barrios Cabrera
Directora de la MOE

Frey Alejandro Muñoz Castillo
Sub Director de la MOE

Juan Felipe Ávila
Sub Coordinador de
Transparencia y Administración
Pública - MOE

Diseño, ilustración y diagramación:

Javier Muñoz Pérez
Diseñador Gráfico - MOE

Camilo Andrés Cuellar Martínez
Profesional Especializado en
Comunicación - MOE

Junio 2025
Bogotá, Colombia

Esta publicación fue producida por la Misión de Observación Electoral -MOE- y su contenido es propiedad y responsabilidad exclusiva de esta organización. Contó con el apoyo de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo a través de la Embajada de Suecia en Colombia, Open Society Foundations, la Unión Europea en Colombia, National Endowment for Democracy y Konrad Adenauer Stiftung.

moe
Misión de Observación Electoral



Con el apoyo de:



PROPAGANDA ELECTORAL

CONGRESO Y PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA 2026

La propaganda electoral en Colombia se encuentra sujeta a un conjunto de normas que regulan los siguientes aspectos:

1. Definición y tipos de propaganda electoral
2. Publicidad en espacio público o publicidad exterior visual
3. Pauta publicitaria en medios de comunicación social (radio, prensa escrita, televisión y redes sociales)
4. Espacios gratuitos en medios de comunicación
5. Plazos autorizados para la difusión de propaganda electoral
6. Contenido de la propaganda electoral
7. Propaganda electoral en las Circunscripciones Especiales Transitorias de Paz
8. Los actos públicos
9. La publicidad electoral el día de las elecciones
10. Deberes de las autoridades frente a la publicidad electoral
11. Deberes de los proveedores de propaganda electoral
12. Restricciones de los particulares para contratar propaganda electoral
13. Régimen sancionatorio

1. Definición y tipos de propaganda electoral

Existen tres definiciones legales sobre el concepto de «propaganda electoral»:

«Entiéndese por propaganda electoral la que realicen los partidos, los movimientos políticos y los candidatos a cargos de elección popular y las personas que los apoyen, con fin de obtener apoyo electoral».

**Ley 130 de 1994,
art. 24.**

«La propaganda electoral es el conjunto de actividades políticas realizadas con la finalidad directa de convocar a los electores a votar en favor de un candidato».

**Ley 996 de 2005,
art. 3.**

«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»

Ley 1475 de 2011, art. 35.

Teniendo en cuenta estos conceptos, la doctrina del Consejo Nacional Electoral ha señalado los elementos para que una pieza publicitaria constituya propaganda electoral:

Sujetos	• Partidos, movimientos políticos, movimientos sociales, grupos significativos de ciudadanos. • Candidatos a cargos uninominales o corporaciones públicas de elección popular. • Simpatizantes que los apoyen.
Finalidad	Publicidad que se despliegue 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.
Formalidad	Consolidación del acto formal de inscripción de una candidatura, en tanto que, al no concurrir este presupuesto, surge la imposibilidad material de ejercer el derecho al voto.

(Res 06677 de 2024 del CNE, M.P. Benjamín Ortiz Torres)

Por lo anterior, se distinguen los siguientes tipos de propaganda electoral:

Según el medio por el que se difunda	Según su grado de alusión
- En el espacio público: incluye vallas, pendones, afiches, murales, pasacalles, entre otros elementos visuales instalados en calles, avenidas y espacios públicos.	- Directa: es la que promueve de manera específica el nombre del candidato o partido político con el objetivo de obtener apoyo electoral al cargo o corporación pública de elección popular al que se aspira.
- En medios de comunicación social: comprende cuñas radiales, comerciales en televisión, avisos en prensa escrita y contenidos digitales en redes sociales o portales de medios.	- Indirecta: es una forma de publicidad inductiva o subliminal, en la que se omiten expresas alusiones a su finalidad, autor o beneficiario, pero cuyos elementos permiten a la comunidad relacionarla con un sujeto y una aspiración política.
(Ley 1475 de 2011, art. 35)	(Res. 04795 de 2024 del CNE, M.P. Alba Lucía Velásquez)

2. Publicidad en espacio público o publicidad exterior visual

La propaganda electoral que se instala o difunde en el espacio público está sujeta a una regulación específica en cuanto a su **ubicación, tiempo de exposición, tamaño y condiciones técnicas**. A continuación, se abordan las preguntas más fre-

cuentes sobre este tipo de propaganda, conforme a lo establecido en la norma:

¿Cuáles son las formas o piezas publicitarias consideradas como propaganda electoral en el espacio público?

Aunque la siguiente lista no es exhaustiva, algunos de los formatos de propaganda electoral más comunes incluyen:

- ☒ Vallas
- ☒ Murales
- ☒ Afiches
- ☒ Pasacalles
- ☒ Pendones
- ☒ Avisos
- ☒ Entrega de volantes
- ☒ Publicidad exterior móvil (vehículos)
- ☒ Prendas de vestir
- ☒ Elementos inflables
- ☒ Publicidad aérea

¿Dónde se pueden ubicar?

Los alcaldes 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 **(Ley 130 de 1994, art. 29)**.

En todo caso, **no** podrá colocarse publicidad exterior visual en los siguientes lugares:

Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales.

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.

En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor.

Áreas que constituyen espacio público, salvo por recintos destinados a espectáculos públicos y en los paraderos del transporte público.

Donde lo prohíban los concejos municipales y distritales.

(Ley 140 de 1994, art. 3)

¿Cuál es el plazo autorizado para realizar propaganda en el espacio público?

Los plazos permitidos para la instalación y difusión de propaganda electoral en espacio público están definidos por el tipo de elección, de acuerdo con las siguientes fechas:

Elección	Inicio	Fin 1 ^{era} vuelta	Fin 2 ^{da} vuelta	Norma
Congreso	8 de diciembre de 2025	7 de marzo de 2026	NO APLICA	Ley 1475 de 2011, art. 35
Presidencia	31 de enero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 3

¿Existe un número máximo de piezas publicitarias que se puedan colocar en el espacio público?

Los alcaldes y los registradores municipales podrán limitar el número de vallas, afiches y elementos publicitarios destinados a difundir propaganda electoral **(Ley 130 de 1994, art. 29)**.

Sin embargo, las vallas sí están sujetas a una cantidad límite establecida por el Consejo Nacional Electoral (CNE), la cual varía según la categoría del municipio y el tipo de elección **(Ley 1475 de 2011, art. 37)**.

A continuación, se presenta el número autorizado de vallas por categoría:

Categoría del municipio	Congreso	Presidencia
Sexta	6 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²
Quinta	6 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²
Cuarta	6 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²
Tercera	12 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²
Segunda	12 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²

Primera	30 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²
Especial	30 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²
Capitales de dpto.	30 de hasta 48 m ²	8 de hasta 48 m ²
Distrito Capital	50 de hasta 48 m ²	16 de hasta 48 m ²

Res. 00215 y 00216 de 2025 del CNE

¿Cuál es el tamaño máximo que pueden tener las piezas publicitarias?

Los alcaldes y registradores municipales podrán fijar restricciones sobre el tamaño de las piezas de propaganda electoral en el espacio público **(Ley 130 de 1994, art. 29)**.

Sin embargo, para las **vallas**, existe un tamaño máximo de 48m², aplicable en todos los municipios **(Res. 00215 y 00216 de 2025, art. 3)**.

¿Hay condiciones adicionales que deban cumplir las piezas?

Los alcaldes y registradores municipales también podrán establecer condiciones adicionales para la ubicación, instalación y mantenimiento de estas piezas de propaganda electoral **(Ley 130 de 1994, art. 29)**.

Estas condiciones pueden estar relacionadas, por ejemplo, con la iluminación de las piezas, los materiales utilizados, los horarios de exhibición, el mantenimiento del soporte físico o la integración armónica con el paisaje urbano o rural.

Algunas condiciones técnicas sí están establecidas legalmente, las cuales se presentan a continuación:

- ✗ Distancia entre piezas: podrán colocarse hasta dos vallas contiguas. La distancia mínima con las más próximas no puede ser inferior a 80 metros. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguientes al límite urbano o en territorios indígenas, podrá colocarse una valla cada 200 metros; después de este kilometraje, una cada 250 metros.
- ✗ Distancia de la vía: en zonas rurales, la publicidad exterior visual deberá instalarse a una distancia mínima de 15 metros lineales desde el borde de la calzada.
- ✗ Dimensiones según ubicación: se podrá colocar publicidad exterior visual en terrazas, cubiertas y culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales del inmueble.

(Ley 140 de 1994, art. 4).

¿Se debe registrar la propaganda electoral en espacio público ante alguna autoridad?

Sí. A más tardar dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la colocación de la Publicidad Exterior Visual deberá registrarse dicha colocación ante el alcalde del municipio, distrito o territorio indígena respectivo o ante la autoridad en quien está delegada tal función **(Ley 140 de 1994, art. 11)**.

Para efectos del registro, el propietario de la Publicidad Exterior Visual o su Representante Legal deberá aportar por escrito y mantener actualizados sus datos en el registro la siguiente información:

Nombre al de la Publicidad, junto con su dirección, documento de identidad, NIT y demás datos necesarios para su localización.

Nombre del dueño del inmueble donde se ubique la publicidad, junto con su dirección, documento de identidad, NIT, teléfono y demás datos para su localización.

Ilustración o fotografías de la Publicidad Exterior Visual y transcripción de los textos que en ella aparecen. El propietario de la Publicidad Exterior Visual también deberá registrar las modificaciones que se le introduzcan posteriormente.

(Ley 140 de 1994, art. 11)

¿Cuáles son los criterios que deben seguir las autoridades locales para establecer las condiciones de la propaganda electoral en el espacio público?

Los alcaldes y los registradores reglamentarán la forma, características, lugares y condiciones de propaganda electoral con los siguientes criterios:

La armonía con el derecho de la comunidad a disfrutar del uso del espacio público

La preservación de la estética.

El acceso equitativo de los partidos y movimientos, agrupaciones y candidatos a la utilización de estos medios.

(Ley 130 de 1994, art. 29)

¿Qué puede hacer la autoridad cuando se instala propaganda electoral en lugares no autorizados?

Los alcaldes, como primera autoridad de policía, podrán exigir a los representantes de los partidos, movimientos y candidatos que hubieren realizado propaganda en espacios públicos no autorizados, que los restablezcan al estado en que se encontraban antes del uso indebido. Igualmente, podrán exigir que se garantice plenamente el cumplimiento de esta obligación antes de conceder las respectivas autorizaciones (**Ley 130 de 1994, art. 29**).

Asimismo, el CNE está facultado para ordenar, como medida cautelar, el retiro de publicidad electoral cuando esta infrinja las normas dentro del ámbito de su competencia, en especial si genera un desequilibrio en la contienda electoral, como ocurre con la propaganda extemporánea en el espacio público y el exceso de vallas (**Res. 2113 de 2020 del CNE, M.P. Luis Guillermo Pérez Casas**).

Sobre este tema, encontrará información ampliada en el último apartado de esta ruta.

3. Propaganda electoral contratada en medios de comunicación social

A continuación, se brindan las reglas aplicables para realizar propaganda electoral en cada uno de los siguientes medios de comunicación social:

- Cuñas radiales
- Avisos en prensa escrita
- Televisión
- Redes sociales

a. Cuñas radiales

Las campañas electorales pueden contratar

cuñas radiales para difundir su propaganda a través de emisoras autorizadas. A continuación, se presentan las principales reglas sobre este tipo de pauta:

¿Cuántas cuñas radiales pueden emitirse al día?

El número diario permitido de cuñas radiales al que tienen derecho las organizaciones políticas que inscriban candidaturas a las elecciones de Congreso y Presidencia, es la siguiente:

Categoría del municipio	Congreso*	Presidencia
Sexta	30 de hasta 15 seg	25 de hasta 30 seg
Quinta	30 de hasta 15 seg	25 de hasta 30 seg
Cuarta	30 de hasta 15 seg	25 de hasta 30 seg
Tercera	30 de hasta 15 seg	25 de hasta 30 seg
Segunda	30 de hasta 15 seg	25 de hasta 30 seg
Primera	70 de hasta 30 seg	25 de hasta 30 seg
Especial	70 de hasta 30 seg	25 de hasta 30 seg
Capitales de dpto.	70 de hasta 30 seg	25 de hasta 30 seg
Distrito Capital	100 de hasta 30 seg	50 de hasta 30 seg

Res. 00215 y 00216 de 2025 del CNE

*Nota importante: Los partidos y movimientos políticos, los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos, distribuirán entre sus candidatos inscritos en las listas para las elecciones de Congreso de la República, Senado y Cámara de Representantes, las cuñas radiales a que tienen derecho (**Res. 00215 de 2025 del CNE, art. 4**).

¿En qué fechas está permitido pautar en radio?

Los periodos habilitados para la difusión de cuñas radiales se resumen en la siguiente tabla:

Elección	Inicio	Fin 1 ^{era} vuelta	Fin 2 ^{da} vuelta	Norma
Congreso	10 de diciembre de 2025	7 de marzo de 2026	NO APLICA	Ley 1475 de 2011, art. 35
Presidencia	28 de febrero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 3

¿Hay emisoras por medio de las cuales no se pueda emitir propaganda electoral?

Sí. Está prohibido que las estaciones de radiodifusión sonora comunitaria, así como las emisoras de interés público, transmitan propaganda política (**Decreto 2805 de 2008, art. 26, 27 y 30**).

b. Avisos en prensa escrita

Otra modalidad autorizada de propaganda electoral es la publicación de avisos en medios

impresos. Las reglas varían dependiendo de si se trata de elecciones de Congreso o Presidencia, así:

¿Cuántos avisos impresos se pueden publicar por día y de qué tamaño?

Para elecciones de **Congreso**, el número de avisos permitidos depende de la categoría del municipio. En todos los casos, cada aviso podrá ocupar como máximo **una página** del medio impreso.

Categoría del municipio	Avisos impresos
Sexta	3 de hasta 1 pág
Quinta	3 de hasta 1 pág
Cuarta	3 de hasta 1 pág
Tercera	3 de hasta 1 pág
Segunda	3 de hasta 1 pág
Primera	5 de hasta 1 pág
Especial	5 de hasta 1 pág
Capitales de dpto.	5 de hasta 1 pág
Distrito Capital	10 de hasta 1 pág

Res. 00215 de 2025 del CNE

*Nota importante: Los partidos y movimientos políticos, los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos, distribuirán entre sus candidatos inscritos en las listas para las elecciones de Congreso de la República, Senado y Cámara de Representantes, las cuñas radiales a que tienen derecho (**Res. 00215 de 2025 del CNE, art. 4**).

Para elecciones **presidenciales**, el límite depende del tipo de medio de comunicación:

Tipo de medio impreso	Avisos impresos
De circulación nacional	8 de hasta 1 pág
Otros medios impresos	4 de hasta 1 pág

Res. 00216 de 2025 del CNE

¿En qué fechas está permitido pautar avisos en la prensa escrita?

Los periodos habilitados para la difusión a través de avisos en la prensa escrita se resumen en la siguiente tabla:

Elección	Inicio	Fin	Fin 2 ^{da} vuelta	Norma
Congreso	10 de diciembre de 2025	7 de marzo de 2026	NO APLICA	Ley 1475 de 2011, art. 35
Presidencia	28 de febrero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 3

c. Propaganda contratada en Televisión

Las campañas electorales, los partidos y movimientos políticos, los grupos significativos de ciudadanos y los movimientos sociales que inscriban candidatos en las elecciones para Presidente de la República que se efectúen en el año 2026 podrán contratar con los con-

cesionarios y operadores privados de televisión, de conformidad con las siguientes reglas:

¿Cuáles son las fechas autorizadas para pautar en televisión?

A continuación, se detallan las fechas habilitadas para la difusión de cuñas televisivas:

Elección	Inicio	Fin	Fin 2 ^{da} vuelta	Norma
Congreso	10 de diciembre de 2025	7 de marzo de 2026	No aplica	Ley 1475 de 2011, art. 35
Presidencia	16 de abril de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 24

¿Para Presidencia, cuántas cuñas televisivas pueden emitirse y de qué duración?

Cada campaña presidencial puede contratar hasta diez (10) cuñas televisivas diarias, de hasta treinta (30) segundos de duración cada una, por cada uno de los canales de televisión, sean estos nacionales, regionales o locales (**Ley 1475 de 2011, art. 37; Res. 00216 de 2025, art. 4**).

El Consejo Nacional de Televisión o el organismo que haga sus veces determinará el tiempo y los espacios en los cuales los concesionarios pueden emitir dicha propaganda, para la campaña presidencial exclusivamente (**Ley 130 de 1994, art. 26**).

sor)—, esta posición fue modificada en su doctrina más reciente.

Con respaldo en jurisprudencia de la Corte Constitucional, el CNE ha afirmado que las redes sociales y plataformas digitales son medios de comunicación social, y que en consecuencia las publicaciones con contenido electoral están sujetas al régimen legal de propaganda política y electoral, incluidas sus restricciones temporales y materiales (**Res. 2126 de 2020 del CNE, M.P. Doris Ruth Méndez Cubillos**).

En esa línea, el CNE ha señalado que para que una publicación en redes sociales pueda considerarse propaganda electoral deben concurrir los siguientes elementos:

d. Redes sociales

¿Las publicaciones en redes sociales pueden ser consideradas propaganda electoral?

Sí. Aunque en pronunciamientos anteriores el Consejo Nacional Electoral sostuvo que las redes sociales hacían parte del ámbito privado —y que, por tanto, los contenidos allí difundidos no constituían propaganda electoral por requerir un acto voluntario del usuario para acceder a ellos (como seguir o aceptar al emi-

Que se promoció directamente el nombre, fotografía, silueta, imagen de precandidatos y/o candidatos como aspirantes a cargos o corporaciones públicas de elección popular. De igual manera, cuando se difundan símbolos, lemas, eslogan o frases que en forma sistemática y repetitiva vinculen un partido político, grupo significativo de ciudadanos, listas, precandidatos y/o candidatos con los referidos cargos y corporaciones.

Que se diseminen mensajes, empleen lemas o frases que incluyan expresiones «voto», «vota», «votar», «voten por», «sufragio», «sufragar», «sufragar por», «comicios», «elección», «elegir», «certamen electoral», «certamen democrático», «proceso electoral», «candidato» o en general cualquier otra similar relacionada con las distintas etapas del proceso electoral.

Que se divulguen mensajes, consignas e imágenes que de manera indirecta influyan sugestivamente en las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor o en contra de aspirantes, precandidatos, candidatos o partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos.

(Res. 3580 de 2023 del CNE, M.P. Cristian Ricardo Quiroz Romero)

¿Las publicaciones no pagadas también pueden ser consideradas propaganda electoral?

Sí. El carácter gratuito de una publicación en redes sociales no impide que esta sea calificada como propaganda electoral.

De hecho, el CNE reconoce dos vertientes po-

sibles de la propaganda electoral en redes sociales:

La propaganda pagada, la cual deberá formar parte integral de los reportes de ingresos y gastos de las campañas.

La propaganda sin costo la cual se presenta cuando se utiliza la página de red, sin que esto implique necesariamente erogaciones económicas.

(Res. 04795 de 2024 del CNE, M.P. Alba Lucía Velásquez)

¿Cuántas publicaciones diarias pueden realizarse en redes sociales y con qué duración?

Actualmente no existe un límite sobre el número ni la duración de las piezas publicitarias que una campaña puede publicar en redes sociales.

¿En qué fechas está permitida la propaganda en redes sociales?

La propaganda electoral en redes sociales debe realizarse dentro de los periodos autorizados por ley, según el tipo de elección:

Elección	Inicio	Fin 1 ^{era} vuelta	Fin 2 ^{da} vuelta	Norma
Congreso	10 de diciembre de 2025	7 de marzo de 2026	NO APLICA	Ley 1475 de 2011, art. 35
Presidencia	31 de enero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 3

4. Espacios gratuitos en medios de comunicación

Los espacios gratuitos en radio y televisión son un mecanismo de financiación indirecta del Estado que busca garantizar condiciones de equidad en el acceso a los medios de comunicación durante las campañas electorales.

A continuación se presentan las reglas para el acceso a esos espacios:

¿Quiénes tienen derecho a los espacios gratuitos en medios de comunicación?

Tienen derecho los partidos y movimientos políticos, las organizaciones sociales, los grupos significativos de ciudadanos que hayan inscrito candidatos, así como los promotores del voto en blanco, en las elecciones de Congreso y Presidencia de la República **(Ley 1475 de 2011, art. 36)**.

¿En qué medios se otorgan estos espacios gratuitos?

En los medios de comunicación social que utilizan el espectro electromagnético, en radio y televisión **(Ley 1475 de 2011, art. 36)**.

¿Cuál es el periodo dentro del cual se puede acceder a estos espacios?

Los espacios se deben transmitir dentro de los dos meses anteriores a la fecha de la elección y hasta 48 horas antes del día de la votación **(Ley 1475 de 2011, art. 36)**.

Congreso de la República: desde el 8 de enero hasta el 6 de marzo de 2026.

Presidencia de la República: desde el 31 de marzo hasta el 29 de mayo de 2026.

¿Cómo se distribuyen los espacios entre las campañas?

La distribución se hace bajo estos principios:

Sintonía: Los espacios se sortearán por franjas de horario teniendo en cuenta la audiencia o sintonía de cada franja, y garantizando que se otorgarán espacios en horarios de mayor sintonía o audiencia (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

Igualdad: Cada lista, candidato u opción electoral inscrita recibe el mismo número de espacios en cada franja de transmisión (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

Sorteo: El orden y asignación de horarios se definen por sorteo, para que ninguna campaña repita franja hasta que todas hayan tenido oportunidad (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

¿Los espacios son acumulables?

No. Los espacios no son acumulables, razón por la cual se perderán cuando no sean utilizados por las respectivas campañas (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

¿Los costos de producción vienen incluidos en el acceso a espacios gratuitos en medios de comunicación?

No. Los costos de producción serán asumidos por las campañas beneficiarias de los mismos (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

¿Estos espacios gratuitos se consideran aportes o gastos de campaña?

Salvo los costos y gastos de producción y edición, la emisión de los espacios gratuitos que se asignan a no contabiliza como aportes en especie ni como gasto de campaña, en tanto que son un financiamiento indirecto adicional del Estado a las campañas beneficiarias de los mismos (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

¿A qué hora se transmiten estos espacios?

El Consejo Nacional Electoral, previo concepto de la Comisión Nacional de Televisión o el organismo que haga sus veces, establecerá las franjas de emisión de estos espacios, y los asignará a sus destinatarios, garantizando que se otorgarán es-

pacios en horarios de mayor sintonía o audiencia (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

Para el caso específico de las campañas presidenciales, la norma indica expresamente que se transmitirán los espacios en televisión durante el horario «triple A», y para radio en el «horario de mayor audiencia», durante los días hábiles de la semana (**Ley 996 de 2005, art. 22**).

¿Cuál es la duración de cada espacio?

El Consejo Nacional Electoral, previo concepto de la Comisión Nacional de Televisión o el organismo que haga sus veces, establecerá la duración de estos espacios (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

Sin embargo, para el caso de las campañas presidenciales, la norma indica expresamente que los espacios tendrán una duración diaria de dos (2) minutos en televisión y en radio, para que los candidatos divulguen sus tesis y programas de gobierno. (**Ley 996 de 2005, art. 22**).

Este tiempo no es individual, sino que se distribuye entre varios candidatos cada día, según el número de postulaciones inscritas. Aquellos que no sean incluidos en una jornada, serán programados para los días siguientes, hasta completar la totalidad del ciclo de participación.

¿Qué otros espacios gratuitos están previstos para las campañas presidenciales?

Además de los espacios diarios, las campañas presidenciales contarán con dos intervenciones especiales en medios de comunicación estatales:

Presentación del programa de gobierno: Cada candidato presidencial podrá intervenir por hasta cinco (5) minutos durante la semana siguiente al inicio oficial de la campaña presidencial, con el fin de exponer ante la ciudadanía su programa de gobierno (**Ley 996 de 2005, art. 22**).

Cierre de campaña: Ocho (8) días antes de la jornada electoral, cada candidato presidencial tendrá derecho a una intervención de hasta diez (10) minutos para dirigir sus palabras de cierre de campaña a la ciudadanía (**Ley 996 de 2005, art. 22**).

5. Plazos autorizados para la difusión de propaganda electoral

Aquí se presenta un resumen de los plazos autorizados para la difusión de propaganda electoral, organizados según el tipo de elección:

- Congreso de la República
- Presidencia de la República

Esto consolida la información previamente detallada en los apartados por tipo de medio, y permite visualizar de manera comparada las fechas clave para cada cargo de elección popular.

a. Congreso de la República

Tipo de propaganda	Fecha de inicio	Fecha de fin	Norma
Espacio público	8 de diciembre de 2025	7 de marzo de 2026	Ley 1475 de 2011, art. 35
Medios de comunicación social	10 de diciembre de 2025	7 de marzo de 2026	Ley 1475 de 2011, art. 35

b. Presidencia de la República

Las campañas presidenciales pueden realizar propaganda electoral desde 4 meses antes de las elecciones: desde el 31 de enero de 2026 hasta el 30 de mayo de 2026.

Con las siguientes restricciones:

Tipo de propaganda	Fecha de inicio	Fecha de fin 1era vuelta	Fecha de fin 2da vuelta	Norma
Espacio público	31 de enero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 3
Prensa escrita	28 de febrero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 24
Radio	28 de febrero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 24
Televisión privada (contratada)	16 de abril de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 24
Redes sociales	31 de enero de 2026	30 de mayo de 2026	20 de junio de 2026	Ley 996 de 2005, art. 3

6. Contenido de la propaganda electoral

El contenido de la propaganda electoral deberá respetar los siguientes parámetros:

Solo podrá 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 (**Ley 1475 de 2011, art. 35**).

No podrán incluirse o reproducirse los símbolos patrios, los de otros partidos o movimientos polí-

ticos, ni ser iguales o generar confusión con otros previamente registrados (**Ley 996 de 2005, art. 24; Ley 1475 de 2011, art. 35**).

No podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres o conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa (**Ley 140 de 1994, art. 9**).

No podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las

figuras o símbolos consagrados en la historia nacional (**Ley 140 de 1994, art. 9**).

Se prohíbe la publicidad que atente contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos (**Ley 140 de 1994, art. 9**).

Los demás que establezcan las autoridades locales.

¿Se permite la propaganda electoral negativa?

Sí, la propaganda electoral negativa está permitida en Colombia, siempre que respete los límites legales y constitucionales.

La Corte Constitucional se ha pronunciado al respecto en este sentido:

«Es un recurso válido en el ejercicio del proselitismo político porque permite el contraste de las ideas y estimula la formación de la conciencia po-

lítica del electorado».

«La propaganda política negativa, siempre y cuando se despliegue dentro de los límites que imponen las conductas delictuales con las que teóricamente podría avecindarse, es plenamente legítima y merece la plena protección del Estado, visto que la misma es manifestación directa del derecho a la libertad de expresión».

(**Sentencia C-1153 de 2005**).

Sin embargo, «en el estudio de casos relacionados con la vulneración al buen nombre de una persona, el fallador debe realizar un estudio detallado de la situación fáctica presentada, dado que este derecho guarda una estrecha relación con la dignidad humana y, por ende, debe procurarse su protección y, cuando se requiera, su restablecimiento»

(**Res. 1641 de 2022 del CNE**).

7. Propaganda electoral en las Circunscripciones Especiales Transitorias de Paz - CITREP

El Consejo Nacional Electoral ha expedido una reglamentación especial para la propaganda en las Circunscripciones Especiales Transitorias de Paz - CITREP, que contiene lo siguiente:

- I. Ningún candidato de las organizaciones que inscriba candidaturas a las elecciones que se llevarán a cabo en el año 2026 para las Circunscripciones Especiales de Paz (CITREP) podrá contratar cuñas radiales o en televisión (**Res. 00209 de 2025 del CNE, art. 1**).
- II. El Consejo Nacional Electoral reglamentará y asignará en acto administrativo posterior, los espacios

gratuitos en los medios de comunicación social regionales que hagan uso del espectro electromagnético, una vez el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Comisión de Regulación de Comunicaciones señale los espacios de los que se puede disponer (**Res. 00209 de 2025 del CNE, art. 2**).

- III. En los municipios que componen las CITREP, el número máximo de **avisos** que pueden publicar las organizaciones inscriptoras de candidaturas a esas circunscripciones especiales se definen así para las elecciones legislativas de 2026:

Categoría del municipio	Avisos impresos
Sexta	4 de hasta 1 pág
Quinta	4 de hasta 1 pág
Cuarta	4 de hasta 1 pág
Tercera	4 de hasta 1 pág
Segunda	4 de hasta 1 pág
Primera	6 de hasta 1 pág
Especial	6 de hasta 1 pág
Capitales de dpto.	6 de hasta 1 pág
Distrito Capital	6 de hasta 1 pág

Res. 00209 de 2025 del CNE, art. 2.

IV. En los municipios que componen las CITREP, el número máximo de vallas que se pueden instalar las organizaciones inscriptoras de candidaturas a

esas circunscripciones especiales se definen así para las elecciones legislativas de 2026:

Categoría del municipio	Congreso
Sexta	6 de hasta 48 m ²
Quinta	6 de hasta 48 m ²
Cuarta	6 de hasta 48 m ²
Tercera	12 de hasta 48 m ²
Segunda	12 de hasta 48 m ²
Primera	30 de hasta 48 m ²
Especial	30 de hasta 48 m ²
Capitales de dpto.	30 de hasta 48 m ²

Res. 00209 de 2025 del CNE, art. 3.

V. Para la publicación de avisos y la instalación de vallas se excluirán las cabeceras municipales de cada uno de los municipios que la conforman y únicamente se podrá diseminar propaganda electoral en las zonas rurales de estos **(Res. 00209 de 2025 del CNE, art. 2 y 3).**

VI. Las organizaciones inscriptoras de candi-

daturas a las Elecciones Nacionales por la CITREP distribuirán en parte iguales entre sus dos candidatos inscritos en las listas los avisos en publicaciones escritas y vallas publicitarias a que tienen derecho **(Res. 00209 de 2025 del CNE, art. 4).**

8. Los actos públicos

Durante las campañas electorales, los candidatos y organizaciones políticas pueden realizar eventos públicos como desfiles, manifestaciones, concentraciones o reuniones en espacios abiertos o cerrados, con el fin de divulgar sus propuestas y movilizar apoyos.

Sin embargo, estos actos deben cumplir con ciertos requisitos legales y respetar los periodos autorizados por la normativa electoral.

¿Qué requisitos deben cumplirse para realizar actos públicos de carácter político?

Con anterioridad a la realización de desfiles, manifestaciones y demás actos de carácter político a efectuarse en los lugares públicos, los interesados deben dar aviso al respectivo alcalde **(Decreto de Orden Público).**

- Se restringen las manifestaciones políticas en espacio público en los siguientes periodos:

o cerrados deberán dar cumplimiento a los requisitos normativos del Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana y a la normatividad local vigente **(Decreto de Orden Público).**

- Congreso de la República: Desde el 2 de marzo hasta el 9 de marzo de 2026 (de lunes a lunes).
- Presidencia de la República (1era vuelta): Desde el lunes 25 de marzo hasta el 01 de mayo de 2026 (de lunes a lunes).
- Presidencia de la República (2da vuelta): Desde el 15 de junio hasta el 22 de junio de 2026 (de lunes a lunes). **(Decreto de Orden Público).**

9. Propaganda electoral el día de las elecciones

Durante la jornada electoral está prohibida toda clase de propaganda política y electoral, así:

PROHIBIDO	El porte de camisetas o cualquier prenda de vestir alusiva a propaganda política.	Ley 163 de 1994, art. 10
PROHIBIDO	La entrega de volantes, gacetas, o documentos similares que inviten a votar por determinado candidato.	Ley 163 de 1994, art. 10
PROHIBIDO	La instalación de nuevos carteles, pasacalles, vallas y afiches destinados a difundir propaganda electoral, así como su difusión a través de cualquier tipo de vehículo terrestre, nave o aeronave.	Decreto de Orden Público
PROHIBIDO	La prestación de servicios de radiodifusión sonora y de televisión para fines de propaganda política o electoral.	Decreto de Orden Público
PROHIBIDO	La contratación de personas conocidas como auxiliares electorales, pregoneros, informadores, guía y demás denominaciones, el día del debate electoral.	Ley 1475 de 2011, art. 53

Las autoridades podrán decomisar la propaganda respectiva, sin retener a la persona que la porte (**Ley 163 de 1994, art. 10**).

Es importante advertir que, el día de las elecciones, **está permitido portar, mas no entregar**, un elemento de ayuda que contenga el nombre del partido, movimiento, grupo significativo de ciu-

dadanos o candidato por quien se votará. Este elemento debe tener un tamaño máximo de **10 cm por 5,5 cm**, y debe llevarse en un lugar **no visible**, de manera que **no pueda ser utilizado para influir en otros votantes ni ser identificado fácilmente**. **Decreto de Orden Público**

10. Deberes de las autoridades frente a la propaganda electoral

En esta sección se resumen las responsabilidades de diferentes autoridades frente a la propaganda electoral:

◆ Consejo Nacional Electoral:

- ✕ Velar por el cumplimiento de las normas sobre partidos y movimientos políticos y de las disposiciones sobre publicidad y encuestas de opinión pública; por los derechos de la oposición y de las minorías, y por el desarrollo de los procesos electorales en condiciones de plenas garantías (**Constitución Política, art. 265**).
- ✕ Adelantar investigaciones administrativas para verificar el estricto cumplimiento de las normas (legales) sobre propaganda electoral (**Ley 130 de 1994, art. 39**).

- ✕ Señalar el número y duración de emisiones en radio y televisión (contratadas), el número y tamaño de avisos en publicaciones escritas y de vallas, que pueden tener en cada campaña los partidos, movimientos y grupos significativos de ciudadanos que hayan inscrito candidatos (**Ley 1475 de 2011, art. 37**).
- ✕ Establecer el número, duración y franjas de emisión de los espacios gratuitos en radio y televisión de las campañas electorales, y los asignará a sus destinatarios (tanto como en Congreso como en presidencia) (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

◆ Tribunales Seccionales de Garantías y Vigilancia Electoral¹:

- ✘ Monitorear y verificar el cumplimiento de las normas sobre propaganda electoral.
- ✘ Verificar el cumplimiento de las órdenes proferidas por el Consejo Nacional Electoral relacionadas con la suspensión o retiro inmediato de la propaganda electoral que contrarié las disposiciones legales sobre la materia.
- ✘ Monitorear el número de cuñas radiales, avisos en publicaciones escritas, y vallas de las campañas electorales.
- ✘ Exigir a los candidatos informes periódicos sobre el tipo y cantidad de propaganda electoral realizada, así como de los nombres, direcciones y teléfonos de las empresas o personas contratadas para el diseño, producción, circulación e instalación de la misma.
- ✘ Levantar registros fotográficos, fonográficos o de video de la publicidad.

Radio Televisión Nacional de Colombia - RTVC

- ✘ Disponer lo necesario para permitir que las campañas presidenciales realicen:
 - Una intervención de hasta cinco (5) minutos cada uno, en transmisiones que se realizarán en enlace nacional de todos los canales de televisión y estaciones de radio, estatales, con el fin de que los ciudadanos conozcan sus programas de gobierno o puntos de vista (**Ley 996 de 2005, art. 23**).
 - Una intervención de hasta diez (10) minutos cada uno, con el fin de presentar a los ciudadanos sus palabras de cierre de campaña; estas transmisiones se realizarán en enlace nacional de todos los canales de televisión y estaciones de radio, estatales (**Ley 996 de 2005, art. 23**).

Comisión de Regulación de Comunicaciones y MinTIC

- ✘ Emitir concepto sobre el número, duración y franjas de emisión de espacios gratuitos en medios de comunicación social que hacen uso del espectro electromagnético (**Ley 1475 de 2011, art. 36**).

Alcaldías municipales y distritales:

- ✘ Expedir el acto administrativo que regule los aspectos relacionados con la forma, característica y condiciones para la fijación de propaganda electoral e indicación y delimitación, de manera precisa, de los sitios públicos donde se puede realizar propaganda exterior visual durante las campañas (**Ley 130 de 1994, art. 29**).
- ✘ En caso de realizarse propaganda electoral exterior visual en sitios públicos prohibidos, espacios no autorizados, o cuando se efectúe fuera del plazo legal establecido, proceder de manera inmediata a exigir el restablecimiento del espacio público al estado en que se encontraba antes de la fijación (**Ley 130 de 1994, art. 29**).
- ✘ Iniciar y llevar el registro público de colocación de publicidad exterior visual, en el que conste la respectiva información y documentos exigidos (**Ley 140 de 1994, art. 11**).
- ✘ Adoptar de manera oficiosa, como primera autoridad de policía de su respectivo municipio o distrito, por solicitud de los ciudadanos o en virtud de los informes provenientes de otras autoridades, las medidas correctivas y, de ser el caso, aplicar las sanciones correspondientes ante la infracción de las normas sobre propaganda electoral por medio de la publicidad exterior visual (**Código Nacional de Seguridad y Convivencia, art. 198**).
- ✘ Reportar a la autoridad electoral la vulneración del número máximo de vallas establecido por el Consejo Nacional Electoral, al igual que la propaganda exterior visual realizada fuera del período permitido por ley.
- ✘ Ejercer la vigilancia, a través de las personerías, de las actuaciones que adelanten las autoridades municipales y distritales relacionadas con la aplicación de medidas correctivas e imposición de sanciones, como consecuencia de la transgresión de las normas sobre propaganda exterior visual, de acuerdo con el Sistema Nacional de Vigilancia Electoral (**Sistema Nacional de Vigilancia Electoral**).

¹ Los deberes asignados a los Tribunales Seccionales de Garantías y Vigilancia Electoral que aquí se presentan fueron extraídos de la resolución mediante la cual se crearon dichos tribunales para las anteriores Elecciones de Congreso y Presidencia (Res 7927 de 2021 del CNE), dado que a la fecha no se ha expedido el acto administrativo de creación para las Elecciones Nacionales de 2026.

11. Deberes de los proveedores de propaganda electoral

Los medios de comunicación social, periódicos, revistas, emisoras de radio o canales de televisión y empresas de publicidad o comercializadoras de vallas tendrán los siguientes deberes:

I. Informar al Consejo Nacional Electoral acerca de la propaganda electoral contratada con ellos por los partidos y movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos, campañas electorales, candidatos y gerentes de campaña, con la siguiente información:

- Identificación del medio de comunicación social con su nombre y NIT.
- Número de piezas publicitarias contratadas.
- Partido, movimiento o grupo significativo de ciudadanos.
- Candidatura.
- Tipo de propaganda.
- Corporación a la que aspira el candidato.
- Costo de divulgación.
- Fecha y horario de publicación.
- Ubicación de valla (Municipio y dirección).
- Indicar si se efectuó descuento respecto del valor comercial.

(Res. 00215 y 00216 de 2025 del CNE, art. 8)

II. Certificar el valor comercial de la emisión de cada comercial, aviso o fijación de vallas

publicitarias, indicando el valor por fracción de tiempo o franja de emisión, y si existen descuentos por volumen, frecuencia de emisión o tarifas diferenciales de acuerdo a la ubicación de cada valla publicitaria (Res. 00215 y 00216 de 2025 del CNE, art. 8).

III. Inscribirse ante el Consejo Nacional Electoral en el portal Cuentas Claras (<https://www.cne-cuentasclaras.gov.co>) (Res. 00215 y 00216 de 2025 del CNE, art. 8).

IV. Con respecto a las elecciones presidenciales, los concesionarios y operadores privados de radio y televisión están en la obligación de emitir propaganda política a una tarifa inferior a la mitad de la efectivamente cobrada por estos mismos espacios durante el año anterior (Ley 996 de 2005, art. 24).

V. 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 (Ley 130 de 1994, art. 28).

VI. Las empresas que prestan el servicio de televisión por suscripción tienen prohibida la transmisión o divulgación de propaganda electoral referente a la campaña presidencial en Colombia, que sean transmitidos en los canales de televisión extranjeros (Ley 996 de 2005, art. 24).

12. Restricciones a los particulares para contratar propaganda electoral

I. Está prohibido que personas naturales o jurídicas ajenas a las campañas políticas contraten propaganda electoral en medios de comunicación social (esto incluye la radio, prensa escrita, revistas, medios impresos de amplia circulación e internet) (Res. 00215 de 2025 del CNE, art. 6).

La contratación de este tipo de propaganda **está reservada exclusivamente** a partidos y movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos, así como a los candidatos, ge-

rentes y sus campañas. (Res. 00215 y 00216 de 2025 del CNE, art. 6 y 8 parágrafo).

II. Las personas que apoyen candidatos, y pretendan hacer en su favor propaganda electoral, deberán coordinar con las campañas a efectos de respetar los límites establecidos, así como las disposiciones que al respecto establezcan las diferentes administraciones municipales y para incluir el valor de la misma como donación en los ingresos y gastos de las campañas (Res. 00215 de 2025 del CNE, art. 6).

13. Régimen sancionatorio

La violación de las normas de propaganda electoral puede conllevar sanciones por dos vías:

a. Sanciones impuestas por el Consejo Nacional Electoral

b. Sanciones contempladas en el Código de Seguridad y Convivencia Ciudadana

a. Sanciones impuestas por el CNE

El Consejo Nacional Electoral podrá imponer sanciones a los partidos, movimientos, candidatos y otras personas infractoras por el incumplimiento

a las reglas sobre propaganda electoral², así como por violaciones a la normativa frente a los actos públicos, de la siguiente forma³:

Actor	Sanción	
Organización política	Por incumplir los deberes de diligencia en la aplicación de las disposiciones constitucionales o legales que regulan la organización y el funcionamiento de los partidos: • 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. • Suspensión de su personería jurídica, hasta por cuatro (4) años	Ley 1475 de 2011, art. 10 y ss.
Campañas	• Multas impuestas por el Consejo Nacional Electoral.	Ley 130 de 1994, art. 39
Otros	• Multas impuestas por el Consejo Nacional Electoral.	Ley 130 de 1994, art. 39

Las multas contempladas en el artículo 39 de la Ley 130 de 1994, actualizadas para el año 2025, no serán inferiores a diecinueve millones cuatrocientos cincuenta y nueve mil quinientos trece pesos (\$19.459.513) ni superiores a ciento noventa y cuatro millones quinientos noventa y cinco mil ciento cuarenta y siete pesos (\$194.595.147), moneda legal colombiana.

Resolución **CNE 120 de 2025, art. 39.**

b. Sanciones contempladas en el Código de Seguridad y Convivencia Ciudadana

La fijación en espacio público de propaganda, avisos o pasacalles, pancartas, pendones, vallas o banderolas, sin el debido permiso o incumplien-

do las condiciones establecidas en la normativa vigente, podrá tener como consecuencia las siguientes medidas correctivas:

Medida	Descripción	Aplica	Norma
Multa especial por contaminación visual*	Multa por un valor de uno y medio (1½) a cuarenta (40) salarios mínimos legales mensuales vigentes, atendiendo a la gravedad de la falta y al número de metros cuadrados ocupados indebidamente.	Inspectores de policía	Ley 1801 de 2016, art. 140 y 181

² Las sanciones impuestas por autoridades locales se aplican a las infracciones relacionadas con la propaganda electoral en espacio público, salvo en los casos de publicidad extemporánea y exceso en el número de vallas, cuya competencia corresponde al Consejo Nacional Electoral (Res. 2113 de 2020 del CNE, M.P. Luis Guillermo Pérez Casas).

³ El valor de las multas para el año 2025 oscila entre \$19.459.513 hasta los \$194.595.147, de acuerdo con la Res. 00120 de 2025 del Consejo Nacional Electoral. En el mes de enero del año 2026, estos valores serán reajustados.

Medida	Descripción	Aplica	Norma
Construcción, cerramiento, reparación o mantenimiento de inmueble	Es la orden de Policía de mantener, reparar, construir, cerrar o reconstruir un inmueble en mal estado o que amenace ruina, con el fin de regresarlo a su estado original o para que no implique riesgo a sus moradores y transeúntes. Esta orden puede aplicarse a cualquier clase de inmueble. Se incluye en esta medida el mantenimiento y cerramiento de predios sin desarrollo o construcción.	Inspectores de policía	Ley 1801 de 2016, art. 140 y 186
Remoción de bienes	Es la orden dada a una persona para que remueva de manera definitiva bienes muebles de su propiedad, bajo su posesión, tenencia o bajo su responsabilidad cuando contraríen las normas de convivencia.	Inspectores de policía	Ley 1801 de 2016, art. 140 y 187
Destrucción de bien	Consiste en destruir por motivos de interés general un bien mueble cuando implique un riesgo o amenaza a la convivencia o al ambiente, o sea utilizado de manera ilegal con perjuicio a terceros.	Comandantes de estación	Ley 1801 de 2016, art. 140, 192 y 209

***Nota importante:** La multa se impondrá al responsable de contrariar la normatividad vigente en la materia. En caso de no poder ubicar al propietario de la publicidad exterior visual, la multa podrá aplicarse al anunciante o a los dueños, arrendatarios o usuarios del inmueble que permitan la colocación de dicha publicidad.

