

RESOLUCIÓN 693 DE 2022

(enero 19)

Diario Oficial No. 51.930 de 27 de enero de 2022

CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

Por la cual se señala el número máximo de cuñas radiales, de avisos en publicaciones escritas, de vallas publicitarias y cuñas en televisión de que pueden hacer uso los partidos y movimientos políticos, los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidatos a la Presidencia de la República en las elecciones a celebrarse el 29 de mayo de 2022, se toman medidas para garantizar la inspección, vigilancia y control a la propaganda electoral de las campañas electorales y se dictan otras disposiciones.

EL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL,

en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial de las conferidas en el artículo [265](#) numeral 6 de la Constitución Política, modificado por el Acto Legislativo [01](#) de 2009 y en el parágrafo del artículo [37](#) de la Ley 1475 de 2011 y

CONSIDERANDO:

1. Que, en virtud del artículo [265](#) superior corresponde al Consejo Nacional Electoral regular, inspeccionar, vigilar y controlar “toda la actividad electoral de los partidos y movimientos políticos, de los grupos significativos de ciudadanos, de sus representantes legales, directivos y candidatos, garantizando el cumplimiento de los principios y deberes que a ellos corresponden”

2. Que, así mismo, le corresponde:

“(…) 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” y “Reglamentar la participación de los Partidos y Movimientos Políticos en los medios de comunicación social del Estado. (...)”.

3. Que, los incisos primero y segundo del artículo [29](#) de la Ley 130 de 1994 señalan lo siguiente:

“(…) ARTÍCULO [29](#). PROPAGANDA EN ESPACIOS PÚBLICOS. Corresponde a los Alcaldes y los Registradores Municipales 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.

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. (...)”.

4. Que, la Ley [140](#) de 1994, por la cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio

nacional, regula los demás aspectos concernientes a la materia, en los siguientes términos:

“(...) ARTÍCULO [1o](#). CAMPO DE APLICACIÓN. <Artículo CONDICIONALMENTE EXEQUIBLE> La presente Ley establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.

Se entiende por Publicidad Exterior Visual, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.

No se considera Publicidad Exterior Visual para efectos de la presente Ley, la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural, la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando estos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso. Tampoco se considera Publicidad Exterior Visual las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza. (...)”.

5. Que, el artículo [2o](#) de la Ley 996 de 2005 establece el tiempo de duración de las campañas a la Presidencia de la República, así:

“(...) ARTÍCULO [2o](#). CAMPAÑA PRESIDENCIAL. <Artículo CONDICIONALMENTE exequible> Se entiende por campaña presidencial el conjunto de actividades realizadas con el propósito de divulgar el proyecto político y obtener apoyo electoral a favor de alguno de los candidatos.

La campaña presidencial tendrá una duración de cuatro (4) meses contados con anterioridad a la fecha de las elecciones de la primera vuelta, más el término establecido para la realización de la segunda vuelta, si fuere el caso. (...)”.

6. Que, el artículo 3 de la citada ley define la propaganda electoral como “el conjunto de actividades políticas realizadas con la finalidad directa de convocar a los electores a votar en favor de un candidato”.

7. Que, el artículo [24](#) de la Ley 996 de 2005 establece que:

“(...) ARTÍCULO [24](#). PROPAGANDA ELECTORAL. Cada una de las campañas presidenciales, podrán contratar sólo durante los treinta (30) días anteriores a la elección presidencial en primera vuelta, y durante el lapso entre esta y la segunda vuelta, si la hubiere, con los concesionarios y operadores privados de televisión, espacios para divulgar propaganda electoral de las respectivas campañas.

Las campañas presidenciales podrán contratar y realizar propaganda electoral en la prensa escrita y la radio, durante los tres (3) meses anteriores a la elección presidencial.

Cada campaña presidencial decidirá en qué medio de comunicación social desea pautar, teniendo como límite los topes establecidos en la presente ley.

Las propagandas no podrán utilizar los símbolos patrios.

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.

<Inciso CONDICIONALMENTE exequible> 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.

PARÁGRAFO. También podrá transmitirse divulgación política o propaganda electoral a través del servicio de televisión y radio difusión comunitaria. (...)”.

8. Que, los partidos y movimientos políticos, movimientos sociales, grupos significativos de ciudadanos y candidatos a cargos de elección popular podrán hacer divulgación política y propaganda electoral a través de los medios de comunicación.

9. Que, de acuerdo con el artículo [35](#) de la Ley 1475 de 2011, la propaganda electoral debe entenderse 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, del voto en blanco, o de una opción en los mecanismos de participación ciudadana (...)”.

10. Que, corresponde al Consejo Nacional Electoral, de acuerdo con lo establecido en el artículo [37](#) de la Ley 1475 de 2011 señalar:

“(...) el número y duración de emisiones en radio y televisión, 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 (...)”.

En consecuencia, el Consejo Nacional Electoral.

RESUELVE:

ARTÍCULO 1o. Señálese el número máximo de cuñas radiales diarias que pueden tener en cada campaña los partidos y movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos, en las elecciones para Presidencia de la República que se lleven a cabo durante el año 2022, así:

En el Distrito Capital, hasta cincuenta (50) cuñas radiales diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

En los demás municipios, sin distinción de categoría, hasta veinticinco (25) cuñas radiales diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

PARÁGRAFO: Las cuñas radiales diarias previstas en este artículo, podrán ser contratadas en una o varias emisoras de cada municipio, sin exceder el total del número determinado. En ningún caso, las no emitidas se acumularán para otro día.



ARTÍCULO 2o. Señálese el número máximo de avisos diarios en medios de comunicación impresos que puede publicar cada campaña los partidos y movimientos políticos, los movimientos sociales y los grupos significativos de ciudadanos, en las elecciones para Presidencia de la República que se lleven a cabo en el año 2022, así:

En periódicos y revistas de circulación nacional hasta ocho (8) avisos diarios, cada uno hasta del tamaño de una página por cada edición.

En los demás periódicos y revistas tendrán derecho hasta cuatro (4) avisos diarios, cada uno hasta del tamaño de una página por cada edición.



ARTÍCULO 3o. Señálese el número máximo de vallas publicitarias que puede instalar cada campaña de los partidos y movimientos políticos, los grupos significativos de ciudadanos y los movimientos sociales, en las elecciones para Presidente de la República que se lleven a cabo en el año de 2022, así:

En el Distrito Capital tendrán derecho hasta dieciséis (16) vallas, en los demás municipios hasta ocho (8) vallas publicitarias.

PARÁGRAFO 1o. Las vallas a que se refiere el presente artículo tendrán un área de hasta cuarenta y ocho metros cuadrados (48 m²).



ARTÍCULO 4o. 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 2022 podrán 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.



ARTÍCULO 5o. La propaganda electoral en medios de comunicación social como televisión, radio, prensa, revistas y demás medios impresos de amplia circulación, así como en los medios de comunicación digital solo podrá efectuarse por los partidos y movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos, así como por sus campañas y gerentes; propaganda que en ningún caso podrá ser contratada por personas distintas a las enunciadas.

Las personas que apoyen candidatos y pretendan hacer en su favor propaganda electoral, deberán coordinar con las campañas a efectos de respetar los límites a las cantidades consignadas en esta Resolución y contar con autorización expresa y escrita del gerente correspondiente. También deberán tener en cuenta las disposiciones que al respecto establezcan las diferentes administraciones municipales y para incluir el valor de la misma como donación en los informes de ingresos y gastos de las campañas.



ARTÍCULO 6o. Los mismos límites fijados en la presente resolución se aplicarán para los comités de promotores del voto en blanco.



ARTÍCULO 7o. Las disposiciones de la presente resolución, regirá también para la propaganda electoral de los participantes en las consultas populares, internas e interpartidistas, para la toma de decisiones de los partidos y movimientos políticos, los movimientos sociales y los grupos significativos de ciudadanos, así como para la escogencia de sus candidatos a la Presidencia de la República.



ARTÍCULO 8o. Los medios de comunicación social, periódicos, revistas, emisoras de radio o

canales de televisión y empresa de publicidad o comercializadoras de vallas deberán informar al Consejo Nacional Electoral acerca de la propaganda electoral contratada con ellos, por los partidos y movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos (GSC), campañas electorales, candidatos y gerentes de campaña, la que contendrá la siguiente información:

- Identificación del medio de comunicación social con su nombre y NIT.
- Número de piezas publicitarias contratadas.
- Partido, movimiento o GSC.
- Candidato.
- 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.

PARÁGRAFO 1o. Los medios de comunicación certificarán el valor comercial de la emisión de cada comercial, aviso o fijación de vallas publicitaria, indicando el valor por fracción de tiempo o franja de emisión, y si existe descuento por volumen, frecuencia de emisión o tarifas diferenciales de acuerdo a la ubicación de cada valla publicitaria.

PARÁGRAFO 2o. Para lo anterior, los medios de comunicación social, periódicos, revistas, emisoras de radio o canales de televisión y empresas de publicidad o comercializadoras de vallas se deberán inscribir ante el Consejo Nacional Electoral en el portal [www. cnecuentasclaras.com](http://www.cnecuentasclaras.com)

PARÁGRAFO 3o. Los medios de comunicación social a que se refiere el presente artículo solo podrán contratar propaganda electoral con los partidos y movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos, así como con los candidatos, sus campañas y gerentes de campaña, o con la autorización expresa y escrita del respectivo gerente.



ARTÍCULO 9o. La información a que se refiere el artículo octavo de la presente resolución deberá ser suministrada por los medios de comunicación social, periódicos, revistas, emisoras de radio o canales de televisión y empresas de publicidad o comercializadoras de vallas dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada mes calendario siguiente al inicio del término en que las campañas de los candidatos y los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos puedan hacer propaganda electoral, más un informe final consolidado de toda la propaganda contratada durante la campaña, el que deberá presentarse dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de la respectiva elección.



ARTÍCULO 10. Comuníquese la presente Resolución a los Ministerios del Interior, de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, al Registrador Nacional del Estado Civil, a los delegados departamentales, registradores municipales, distritales, a los partidos y

movimientos políticos con personería jurídica y a los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos.



ARTÍCULO 11. Publíquese en el Diario Oficial, en la página web y redes sociales de la Corporación.



ARTÍCULO 12. La presente Resolución rige a partir de la fecha de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Publíquese, comuníquese y cúmplase.

Dada en Bogotá, D. C., a 19 de enero de 2022.

La Presidenta,

Doris Ruth Méndez Cubillos.

El Vicepresidente

Virgilio Almanza Ocampo



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Compilación Jurídica MINTIC

n.d.

Última actualización: 31 de mayo de 2024 - (Diario Oficial No. 52.755 - 13 de mayo de 2024)

