

RESOLUCIÓN 366 DE 2002

(abril 18)

Diario Oficial No. 44.778 de 23 de abril de 2002

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN

Por la cual se dictan disposiciones sobre información política, propaganda electoral contratada y acceso gratuito al servicio de televisión para la elección presidencial de 2002.

Resumen de Notas de Vigencia

NOTAS DE VIGENCIA:

- Modificada por la Resolución 374 de 22 de abril de 2002, 'Por la cual se aclara el inciso segundo del numeral 8o del artículo [cuarto](#) de la Resolución No 366 del 18 de 2002'

LA JUNTA DIRECTIVA DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN,

en ejercicio de las facultades legales y en especial de las conferidas en los artículos [4o](#), [5o](#) literal a) y [12](#) literal a) de la Ley 182 de 1995, y en el artículo [26](#) de la Ley estatutaria 130 de 1994,

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el artículo [2o](#) de la Ley 182 de 1995, los fines del servicio de televisión son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana, con cuyo cumplimiento se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz y propender a la difusión de los valores humanos, expresiones culturales y de carácter nacional, regional y local;

Que de acuerdo con la misma disposición, dichos fines deben cumplirse con arreglo a principios, tales como la imparcialidad en la información, la separación entre opinión e información en concordancia con los artículos [15](#) y [20](#) de la Constitución Política, el respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural y el respeto a los valores de igualdad consagrados en el artículo [13](#) de la Constitución Política, entre otros;

Que en atención a lo previsto en el artículo [22](#) de la Ley 335 de 1996, son de obligatorio cumplimiento tanto para la Comisión Nacional de Televisión, como para los concesionarios y operadores, los fines y principios del servicio de televisión previstos en el artículo [2o](#) de la Ley 182 de 1995;

Que de conformidad con la misma disposición, y teniendo en cuenta la alta responsabilidad social de las actividades desarrolladas por noticieros y programas de opinión, los concesionarios y operadores del servicio en estas actividades deberán atender a cabalidad los mencionados fines y principios de televisión;

Que de acuerdo con lo establecido en el numeral 2 del artículo [25](#) de la Ley 130 de 1994, “los partidos y movimientos políticos con personería jurídica tendrán derecho a acceder gratuitamente a los medios de comunicación social del Estado de la siguiente manera:

2. Dentro de los treinta (30) días anteriores a la elección presidencial para que los candidatos expongan sus tesis y programas”.

El mismo artículo señala que si “resultare necesaria la segunda vuelta, de acuerdo con el artículo [190](#) de la Constitución Política, se les otorgará espacios a los candidatos con la misma finalidad. Por petición conjunta de los candidatos tendrán derecho a realizar dos debates de 60 minutos cada uno con las reglas y sobre los temas que ellos señalen en la petición”.

“El Consejo Nacional Electoral, previo concepto del Consejo Nacional de Televisión o el organismo que haga sus veces, establecerá el número y duración de los espacios indicados atrás y reglamentará la utilización de los mismos, en forma que se garantice el respeto a las instituciones y a la honra de las personas”;

Que de conformidad con lo previsto en el artículo [26](#) de la Ley 130 de 1994 “por la cual se dicta el estatuto básico de los partidos y movimientos políticos, se dictan normas sobre su financiación y la de las campañas electorales y se dictan otras disposiciones”, corresponde a la Comisión Nacional de Televisión determinar el tiempo y los espacios en los cuales los concesionarios pueden emitir propaganda electoral contratada para la campaña presidencial, exclusivamente;

Que según lo previsto en el artículo [27](#) ibidem, en los programas informativos noticieros y de opinión en televisión, durante la campaña electoral, se deberá garantizar el pluralismo, el equilibrio informativo y la imparcialidad;

Que con base en las facultades previstas en los artículos [4o](#), [5o](#) literal a) y [12](#) literal a) de la Ley 182 de 1995, se hace necesario que la Comisión Nacional de Televisión establezca las condiciones en que podrá emitirse información política y propaganda electoral contratada para la elección presidencial, a efectos de garantizar el pluralismo, el equilibrio informativo y la imparcialidad;

Corresponde a la Comisión Nacional de Televisión garantizar el acceso igualitario de las fórmulas presidenciales, al servicio público de televisión, en relación con los comerciales regulares de propaganda electoral contratada;

Que con el fin de facilitar la comprensión y el alcance de las normas relacionadas con la materia, resulta necesario compilar en forma integral, en un único texto las disposiciones aplicables a la información política, propaganda electoral contratada y acceso gratuito al servicio de televisión para la elección presidencial de 2002;

Que la Junta Directiva en sesión del 16 de abril de 2002, según obra en Acta número 895,

RESUELVE:

CAPITULO I.

GENERALIDADES.

ARTÍCULO 1o. AMBITO DE APLICACIÓN. La presente Resolución aplica a los Concesionarios de Espacios de Televisión de los Canales Nacionales de Operación Pública (Uno y A), Señal Colombia, Organizaciones Regionales de Televisión, Canales Nacionales de Operación Privada (Caracol y RCN), Canal Local con Animo de Lucro (City TV), Contratistas de Organizaciones Regionales, Concesionarios de Televisión por Suscripción en lo que a su producción propia se refiere y a los Canales Comunitarios.

PARÁGRAFO. Los concesionarios y operadores de las diversas modalidades del servicio de televisión distintas a las previstas en el presente artículo no podrán transmitir propaganda electoral.



ARTÍCULO 2o. DEFINICIONES. Para los efectos de la aplicación de la presente Resolución, adóptanse las siguientes definiciones:

-- Mensajes Comerciales Regulares. Son los que se transmiten en los cortes destinados para ello en un programa.

-- Noticieros: Son aquellos programas cuyo principal objetivo es transmitir a la teleaudiencia información periodística sobre los hechos de la actualidad diaria, describiéndolos, sin comentarios editoriales.

-- Programas de Opinión. Son aquellos programas cuyo objetivo es la presentación de uno o varios temas para analizar y debatir los distintos puntos de vista que dichos temas generen.

CAPITULO II.

PROPAGANDA ELECTORAL CONTRATADA.



ARTÍCULO 3o. PROPAGANDA ELECTORAL CONTRATADA. La propaganda electoral contratada solo podrá emitirse dentro de los treinta (30) días anteriores a la elección presidencial, y deberá adoptar el formato de mensajes comerciales regulares.



ARTÍCULO 4o. LIMITACIONES A LA PROPAGANDA ELECTORAL CONTRATADA. Quienes de conformidad con la presente resolución estén autorizados a emitir propaganda electoral contratada, para tal efecto deberán observar las siguientes condiciones:

1. Podrán ser emitidos hasta cuatro (4) mensajes comerciales regulares de propaganda electoral contratada en cada treinta (30') minutos de programación.

2. Cada mensaje comercial regular de que trata el numeral anterior del presente artículo podrá tener una duración máxima de hasta treinta segundos (30").

3. La propaganda electoral contratada no podrá ser transmitida en los horarios comprendidos entre las 15:55 y las 16:55 horas, de lunes a viernes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas en sábados, domingos y festivos, los cuales corresponden a la franja infantil.

4. Los concesionarios del servicio de televisión por suscripción sólo podrán emitir mensajes comerciales de propaganda electoral contratada dentro de su programación de producción propia y en los términos previstos en el artículo 16 del Acuerdo 014 de 1997 en concordancia con el artículo 4o de la Ley 680 de 2001.

5. Quienes transmitan mensajes comerciales de propaganda electoral contratada de un candidato a la presidencia de la República o de una fórmula presidencial no podrán negar la emisión de este tipo de publicidad a cualquier otro candidato o fórmula presidencial, en las mismas condiciones otorgadas al primero.

6. Los mensajes comerciales de propaganda electoral contratada solo podrán ser utilizados para

promover a los candidatos a la Presidencia de la República o a las fórmulas presidenciales y en ningún caso podrán contener expresiones o imágenes denigrantes, injuriosas y/o calumniosas relacionadas con otros candidatos o fórmulas presidenciales.

7. Se podrá transmitir hasta un (1) mensaje comercial regular de propaganda electoral contratada, de cada candidato o fórmula presidencial, por cada 30 minutos de programación.

8. Diariamente sólo se podrán transmitir diez (10) mensajes comerciales regulares de propaganda electoral contratada, por cada uno de los candidatos o fórmulas presidenciales.

<Inciso 2o. modificado por el artículo [1](#) de la Resolución 374 de 2002. El nuevo texto es el siguiente:> Dentro de los límites establecidos en el inciso anterior, sólo se podrán emitir hasta cuatro (4) mensajes comerciales de propaganda electoral contratada, por cada candidato o fórmula presidencial en franja PRIME, esto es, en el horario comprendido entre las 19:00 horas y las 22:30 horas.

Notas de Vigencia

- Inciso 2o. modificado por el artículo [1](#) de la Resolución 374 de 22 de abril de 2002.

Legislación Anterior

Texto original de la Resolución 366 de 2002:

<INCISO 2> Dentro de los límites establecidos en el inciso anterior, solo se podrán emitir más de cuatro (4) mensajes comerciales regulares de publicidad electoral contratada, en franja Prime, esto es, en el horario comprendido entre las 19:00 horas y las 22:30 horas.



ARTÍCULO 5o. TARIFAS. Los operadores, concesionarios y contratistas del servicio de televisión deberán contratar este tipo de propaganda a una tarifa inferior a la mitad de la tarifa comercial que haya regido durante los seis (6) meses anteriores a la fecha del debate electoral.

En ningún caso podrán cobrar o recibir una tarifa superior a la establecida en el inciso anterior, de conformidad con lo previsto en el artículo [28](#) de la Ley 130 de 1994.



ARTÍCULO 6o. Cuando la Comisión Nacional de Televisión encuentre que un mensaje comercial regular de publicidad electoral tiene un contenido injurioso, calumnioso o degradante, lo remitirá al Consejo Nacional Electoral para lo de su competencia. En todo caso es responsabilidad de los concesionarios, operadores y contratistas del servicio público de televisión garantizar la preservación general de los fines y principios de la televisión.

CAPITULO III.

ACCESO GRATUITO AL SERVICIO DE TELEVISIÓN.



ARTÍCULO 7o. HORARIOS. De conformidad con el numeral 2 del artículo [25](#) de la Ley 130 de 1994, y de acuerdo con la asignación individual de espacios que para el efecto estableció el Consejo Nacional Electoral, mediante Resolución número 3170 del 4 de abril de 2002, las fórmulas presidenciales tendrán acceso gratuito a los canales nacionales de operación pública y privada, a los canales regionales y al canal local con ánimo de lucro (City TV), en los siguientes horarios:

a) De lunes a viernes de las 13:00 a las 13:10 y de las 20:05 a las 20:15;

b) Sábados, Domingos y Festivos de las 13:00 a las 13:05.

PARÁGRAFO. En el evento de ser necesaria la segunda vuelta en las elecciones presidenciales, los correspondientes candidatos accederán de manera gratuita a los medios de comunicación social del Estado, de conformidad con la reglamentación que para el efecto expida la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión.

CAPITULO IV.

GARANTÍAS EN LA INFORMACIÓN.



ARTÍCULO 8o. PLURALISMO, EQUILIBRIO E IMPARCIALIDAD. De conformidad con lo establecido en el artículo [27](#) de la Ley 130 de 1994, durante la campaña a la Presidencia de la República, en los programas de televisión informativos, noticieros o de opinión, se deberá garantizar el pluralismo, el equilibrio informativo y la imparcialidad.



ARTÍCULO 9o. PROHIBICIONES. En ningún caso podrán presentarse candidatos presidenciales durante la época de campaña en programas de televisión distintos a los enunciados en el artículo precedente.

Los programas distintos a los informativos, noticieros o de opinión no podrán adoptar los formatos de éstos, a efectos de presentar candidatos a la Presidencia de la República.

Durante la campaña presidencial los programas de televisión informativos noticieros y de opinión no podrán transmitir publipreportajes o infomerciales, teniendo en cuenta lo previsto en el artículo [10](#) de la Ley 680 de 2001.



ARTÍCULO 10. La Comisión Nacional de Televisión realizará el seguimiento al tiempo y contenido que los programas de televisión mencionados den a cada una de las fórmulas presidenciales a fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente resolución e informar al Consejo Nacional Electoral para lo de su competencia.



ARTÍCULO 11. La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición y deroga la Resolución número 311 del 4 de abril de 2002 y las demás disposiciones que le sean contrarias.

Dada en Bogotá, D. C., a 18 de abril de 2002.

Publíquese, comuníquese y cúmplase.

El Director (E.),

ANTONIO BUSTOS ESGUERRA.



n.d.

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

 logo