



RESOLUCIÓN No. 0031 DE 2010 **(26 de enero)**

Por la cual se señala el número de vallas publicitarias, cuñas radiales y de avisos en publicaciones escritas de que pueden hacer uso los Partidos y Movimientos Políticos con personería jurídica y los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidato a la Presidencia de la República, periodo constitucional 2010 a 2014 en las elecciones a celebrarse el 30 de mayo de 2010.

EL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial de las conferidas por los artículos 265 de la Constitución Política, y 14 y el literal d) del artículo 39 de la Ley 130 de 1994 y

CONSIDERANDO:

Que el artículo 2º de la Ley 996 de 2005 establece el tiempo de duración de las campañas a la Presidencia de la República, norma que dispone:

“Artículo 2º. Campaña presidencial. 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”.

El artículo 3º 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.*”

Que el artículo 24 de la ley 996 de 2005 establece:

“Artículo 24. Propaganda electoral. Cada una de las campañas presidenciales podrá 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.



CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

Resolución No. 0031 de 2010

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.

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.”

Que la ley 130 de 1994 en su artículo 28, faculta al Consejo Nacional Electoral para fijar el número de cuñas radiales, de avisos en publicaciones escritas y de vallas publicitarias que puedan tener en cada elección el respectivo partido o individualmente cada candidato a las corporaciones públicas, disposición que a falta de reglamentación especial en la Ley 996 de 2005, es aplicable.

Que los incisos primero y segundo del Artículo 29 de la Ley 130 de 1994 señalan lo siguiente:

“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.”

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, disposición que define como publicidad visual exterior:

“... 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”.

Que la citada ley 140 de 1994 dispone:

“Artículo 12. Remoción o modificación de la Publicidad Exterior Visual. Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 1005 del Código Civil y el Artículo 8 de la Ley 9 de 1989 y de otras acciones



CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

Resolución No. 0031 de 2010

populares, cuando se hubiese colocado Publicidad Exterior Visual, en sitio prohibido por la Ley o en condiciones no autorizada por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación a la alcaldía municipal o distrital respectiva. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el artículo 5 del Decreto 1 de 1984 (Código Contencioso Administrativo).

De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, los Alcaldes podrán iniciar una acción administrativa de oficio, para determinar si la Publicidad Exterior Visual se ajusta a la Ley.

Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario verificará si la publicidad se encuentra registrada de conformidad con el artículo anterior y si no se ha solicitado su registro dentro del plazo señalado por la Ley, se ordenará su remoción. De igual manera el funcionario debe ordenar que se remueva o modifique la Publicidad Exterior Visual que no se ajuste a las condiciones legales, tan pronto tenga conocimiento de la infracción, cuando ésta sea manifiesta o para evitar o para remediar una perturbación del orden público en los aspectos de defensa nacional, seguridad, tranquilidad, salubridad y circulación de personas y cosas o graves daños al espacio público.

En los casos anteriores, la decisión debe adoptarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación. Si la decisión consiste en ordenar la remoción o modificación de una Publicidad Exterior Visual, el funcionario fijará un plazo no mayor de tres (3) días hábiles para que el responsable de la publicidad, si es conocido, remueva o la modifique. Vencido este plazo, ordenará que las autoridades de policía la remuevan a costa del infractor.

Cuando la Publicidad Exterior Visual se encuentre registrada y no se trate de los eventos previstos en el inciso tercero de éste artículo, el Alcalde, dentro de los veinte (20) días hábiles siguiente al día de la recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación, debe promover acción popular ante los jueces competentes para solicitar la remoción o modificación de la Publicidad. En estos casos acompañará a su escrito, copia auténtica del registro de la Publicidad.

Parágrafo.- En las entidades territoriales indígenas los consejos de gobierno respectivos o la autoridad que haga sus veces, serán los responsables del cumplimiento de las funciones que se asignan a las Alcaldías distritales y municipales en el presente artículo”.

“Artículo 13. Sanciones. La persona natural o jurídica que anuncie cualquier mensaje por medio de la Publicidad Exterior Visual colocada en lugares prohibidos, incurrirá en una multa por un valor de uno y medio (1.1/2) a diez (10) salarios mínimos mensuales, atendida a la gravedad de la falta y las condiciones de los infractores. En caso de no poder ubicar al propietario de la Publicidad Exterior Visual, la multa podrá aplicarse al anunciante o a los dueños, arrendatarios, etc. o usuarios del inmueble que permitan la colocación de dicha Publicidad.



CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

Resolución No. 0031 de 2010

Dicha sanción la aplicará el Alcalde. Las resoluciones así emitidas y en firme presentarán mérito ejecutivo.

Parágrafo.- Quien instala Publicidad Exterior Visual en propiedad privada, contrariando lo dispuesto en el literal d) del artículo 3 de la presente Ley, debe retirarla en el término de 24 horas después de recibida la notificación que hará el Alcalde”.

Que de conformidad con la Sentencia C-535 de 1996 la fijación de la publicidad visual exterior, y dentro de ella la propaganda electoral, no puede ser de carácter indefinido, siendo dable su limitación en el tiempo, el que en materia electoral es razonable que sea hasta la fecha de la correspondiente elección o consulta o hasta el plazo que razonablemente las autoridades municipales o distritales concedan a los partidos y candidatos para su retiro luego de llevado a cabo el correspondiente certamen electoral.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Señalase el número de vallas publicitarias a que tienen derecho los candidatos a la Presidencia de la República en las elecciones a celebrarse el 30 de mayo de 2010, para ser instaladas a partir del 30 de enero de 2010, de acuerdo con los siguientes parámetros:

En los municipios de sexta, quinta, cuarta, tercera y segunda categorías, inclusive, hasta tres (3) vallas.

En los municipios de primera categoría y capitales de departamento con un número inferior a 500.000 habitantes, hasta cinco (5) vallas.

En los municipios de categoría especial hasta ocho (8) vallas.

En el Distrito Capital, hasta diez (10) vallas.

ARTICULO SEGUNDO: Las vallas y demás elementos de la propaganda electoral que constituyan publicidad visual exterior solo podrán fijarse por el término de la correspondiente campaña electoral y hasta la fecha de la elección o consulta popular a que corresponda o hasta al plazo razonable que establezcan para su retiro las autoridades municipales o distritales.

ARTICULO TERCERO: Los alcaldes y Registradores Municipales, promulgarán los actos administrativos destinados a regular la forma, características y condiciones para la fijación de vallas, pasacalles, carteles y afiches que contengan propaganda electoral y demás elementos publicitarios exteriores de acuerdo con el artículo 29 de la Ley 130 de 1994.

ARTÍCULO CUARTO: Las campañas de cada uno de los candidatos a la presidencia de la República por Partidos y Movimientos Políticos con personería jurídica o grupos significativos de ciudadanos o movimientos sociales, tienen derecho en la campaña electoral de 2010, al siguiente número de cuñas radiales:

1. En emisoras que se transmitan desde Bogotá D.C., y Capitales de Departamento, hasta cincuenta (50) cuñas radiales diarias.



CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

Resolución No. 0031 de 2010

2. En emisoras que transmitan desde los demás municipios, sin distinción de categoría, hasta veinticinco (25) cuñas radiales diarias.

PARAGRAFO PRIMERO: 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. La duración de cada cuña será de máximo 30 segundos.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las cuñas radiales diarias previstas en este artículo, podrán ser contratada con las diferentes campañas electorales, dentro de los tres (3) meses anteriores a la fecha de las votaciones, es decir a partir del 28 de febrero de 2010, en una o varias emisoras de cada Municipio o Distrito, sin exceder el total del número determinado. En ningún caso, las no emitidas se acumularán para otro día.

ARTICULO QUINTO: Los concesionarios de los espacios de televisión podrán contratar propaganda electoral dentro de los treinta (30) días anteriores a la celebración de las elecciones presidenciales, con las campañas de los candidatos a la presidencia de la República.

La Comisión Nacional de Televisión determinará los tiempos y espacios a través de los cuales el concesionario puede emitir este tipo de propaganda.

Cada Candidato a la Presidencia de la República podrá contratar hasta diez (10) cuñas televisivas diarias en los canales nacionales, regionales y comunales de televisión.

PARÁGRAFO: 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.

ARTÍCULO SEXTO: Señalar el número de avisos de prensa y en revistas a que tienen derecho las campañas electorales de los candidatos a la presidencia de la República, en las elecciones a celebrarse el 30 de mayo de 2010, de acuerdo con los siguientes parámetros:

1. En periódicos y revistas de amplia circulación nacional tendrán derecho a hasta ocho (8) avisos del tamaño de hasta una página por cada edición.
2. En los demás periódicos y revistas, tendrán derecho hasta a cuatro (4) avisos del tamaño de hasta una página por cada edición.

PARÁGRAFO PRIMERO: Las publicaciones escritas previstas en este artículo, podrán ser contratadas con los partidos y movimientos políticos, dentro de los tres (3) meses anteriores a la fecha de las votaciones.

ARTICULO SEPTIMO: Durante el término de cuatro (4) meses que dura la campaña electoral, los candidatos a la presidencia podrán realizar propaganda electoral y divulgación política en medios electrónicos.

ARTICULO OCTAVO: El Consejo Nacional Electoral, investigará y sancionará a quienes infrinjan las normas sobre propaganda electoral, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 39 de la Ley 130 de 1994.



CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

Resolución No. 0031 de 2010

Los Registradores Municipales, Delegados Departamentales del Registrador del Estado Civil y Alcaldes Municipales y Distritales informarán al Consejo Nacional Electoral sobre las posibles infracciones a la presente resolución de que tengan conocimiento, y transmitirán a esta Corporación todas las denuncias que reciban de la ciudadanía.

PARÁGRAFO: Corresponde a las alcaldías municipales y distritales el adelantar las actuaciones administrativas de carácter sancionatorio correspondientes a las vallas, pasacalles, carteles, afiches y demás elementos contentivos de propaganda electoral y que a vez constituyan publicidad visual exterior y que permanezcan fijados más allá del 30 de mayo de 2010 o del plazo que razonablemente concedan las alcaldías para su retiro con posterioridad a tal fecha

ARTÍCULO NOVENO: El Consejo Nacional Electoral tramitará sumaria y preferentemente las solicitudes de los partidos, Movimientos, candidatos, para que los concesionarios del servicio de radiodifusión sonora y los periódicos que acepten publicidad política pagada, la hagan en condiciones de igualdad, conforme lo ordena el artículo 28 de la Ley 130 de 1994 y tomará las medidas que correspondan a fin que se preserven las condiciones de igualdad y se restablezcan, si a ello hubiere lugar.

ARTÍCULO DÉCIMO: Comunicar la presente providencia a los Ministerios del Interior, Comunicaciones, al Registrador Nacional del Estado Civil, a los Delegados Departamentales, a los Registradores Municipales, a la Comisión Nacional de Televisión y a los Partidos y Movimientos Políticos con personería jurídica.

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

PUBLÍQUESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE.

Dada en Bogotá, D. C., a los veintiséis (26) días del mes de enero de dos mil diez (2010).

MARCO EMILIO HINCAPIE RAMÍREZ
Presidente

ADELINA COVO
Vicepresidente