

CIRCULAR 6 DE 2007

(22 junio)

<Fuente: Archivo interno entidad emisora>

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN

Para: Canales nacionales de operación privada
Concesionarios de espacios - Canal UNO
Señal Colombia educativo y cultural
Canal institucional (RTVC)
Canales regionales
Operadores del servicio de televisión por suscripción
Canal local con ánimo de lucro CITY T.V.
Canales locales sin ánimo de lucro
Televisión comunitaria sin ánimo de lucro

De: Junta Directiva
Comisión Nacional de Televisión

Asunto: Recordar cumplimiento de normas vigentes.

Como es de público conocimiento se avecina la jornada electoral para autoridades locales, por lo que la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión en sesión de la fecha, en ejercicio de sus funciones, en especial la establecida en el literal a) del Artículo [5º](#) de la ley 182 de 1995, determinó precisar los mecanismos de acceso al servicio de televisión que La Ley [130](#) de 1994 establece para los partidos y movimientos políticos con personería jurídica, para lo cual se define el alcance de los siguientes conceptos:

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.

Divulgación Política: Entiéndese por divulgación política la que con carácter institucional realicen los partidos o movimientos, con el fin de difundir y promover los principios, programas y realizaciones de los partidos y movimientos, así como sus políticas frente a los diversos asuntos de interés nacional. Mediante este tipo de publicidad no se podrá buscar apoyo electoral, para los partidos o movimientos. La divulgación así definida podrá realizarse en cualquier tiempo. (Art. [23](#) de la ley 130 de 1994).

Propaganda Electoral: Entiéndese por propaganda electoral la que realizan los partidos, los movimientos políticos y los candidatos a cargos de elección popular y las personas que los apoyen, con el fin de obtener apoyo electoral.

Señalados los aspectos conceptuales más relevantes, a continuación se precisan las distintas

formas de transmitir el mensaje político, el término dentro del cual puede hacerse uso y los operadores de televisión destinatarios:

1. DIVULGACIÓN POLÍTICA

Esta actividad electoral se hará de la siguiente manera:

Divulgación Política gratuita:

Los Movimientos y Partidos Políticos con personería jurídica, en virtud al numeral 1º del Art. [25](#) de la ley 130 de 1994 y de acuerdo con la distribución y asignación que realice el Consejo Nacional Electoral, la realizarán su divulgación política gratuita en los espacios institucionales que tiene determinados la CNTV entre Las 19:00 y las 19:02 horas de lunes a viernes durante todo el año 2007.

Estarán obligados a transmitir esta divulgación todos los operadores de televisión abierta con y sin ánimo de lucro y los canales comunitarios a través del canal de producción propia, en los términos del Acuerdo 015 de 1997 y las Resoluciones [064](#) del 07 de febrero de 2000 y No. [290](#) de 21 de marzo de 2002.

2. DIVULGACIÓN POLÍTICA CONTRATADA

Los Movimientos y Partidos Políticos con personería jurídica, en virtud de la Resolución 2509 de 2002 expedida por el Consejo Nacional Electoral, podrán contratar con los concesionarios del servicio de televisión abierta en todos sus niveles, salvo los canales Locales sin ánimo de lucro, mensajes destinados a La divulgación institucional y difusión y promoción de sus principios, programas y realizaciones, así como sus políticas frente a los diversos asuntos.

Esta forma de divulgación de acuerdo a las directrices del Consejo Nacional Electoral puede ser permanente y los concesionarios de televisión señalados anteriormente podrán aceptar este tipo de comercialización.

3. PROPAGANDA ELECTORAL CONTRATADA:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo [26](#) de la Ley 130 de 1994, la propaganda electoral contratada sólo procede para la elección presidencial en los términos señalados en dicha disposición. Es decir, no aplica para [a elección de autoridades locales, por lo cual los candidatos a Gobernaciones, Alcaldías, Asambleas, Concejos y Juntas Administradoras Locales, individualmente considerados, no tienen acceso a este tipo de propaganda.

4. PROPAGANDA SOBRE CONSULTAS INTERNAS

En relación con la consulta interna de los partidos y movimientos políticos, el artículo décimo tercero de la Resolución 1702 del 25 de mayo de 2004 establece que los precandidatos previamente inscritos podrán realizar propaganda dirigida exclusivamente a la escogencia como candidato de [a colectividad durante el mes anterior a la fecha de la celebración de la consulta. No obstante, dicha propaganda no puede transmitirse a través del servicio público de televisión sino en radio y en los periódicos locales y regionales.

Cordialmente,

RICARDO GALÁN OSMA

Director



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Compilación Jurídica MINTIC

n.d.

Última actualización: 30 de abril de 2024 - (Diario Oficial No. 52.728 - 15 de abril de 2024)



MINTIC