

- Fecha y horario de publicación.
- Ubicación de valla (Municipio y dirección).
- Indicar si se efectuó descuento respecto del valor comercial.

Parágrafo 1°. Los medios de comunicación certificarán 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.

Parágrafo 2°. 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 <https://www.cnecuentasclaras.gov.co>

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

Artículo 9°. La información a que se refiere el artículo primero 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 calendario siguiente al inicio de 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 el presente acto administrativo por intermedio del Grupo de Atención al Ciudadano y Gestión Documental a la Autoridad Nacional de Televisión, al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a la Superintendencia Financiera, a los partidos y movimientos políticos con personería jurídica, a los grupos significativos de ciudadanos que inscribieron candidatos y a las asociaciones de medios de comunicación social.

Artículo 11. Se ordena publicar la presente resolución en el *Diario Oficial*, en la página web y redes sociales de la Corporación; regirá a partir de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Publíquese, comuníquese y cúmplase.

Dada en Bogotá, D. C., a 24 de enero de 2024.

El Presidente,

Alfonso Campo Martínez.

La Vicepresidenta,

Maritza Martínez Aristizábal.

(C. F.).

RESOLUCIÓN NÚMERO 00801 DE 2024

(enero 24)

por la cual se señala el número máximo de cuñas en televisión de que pueden hacer uso las campañas electorales en las elecciones para Gobernadores, Diputados, Alcaldes, Concejales y Juntas Administradoras Locales, que se lleven a cabo en el año 2024.

El Consejo Nacional Electoral, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial 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:

Que, los partidos y movimientos políticos, movimientos sociales y 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.

Que, de acuerdo con el artículo 35 de la Ley 1475 de 2011, la propaganda 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. (…)”.

Que, de conformidad a la precitada norma, la propaganda electoral,

“(…) a través de los medios de comunicación social y del espacio público, únicamente podrá realizarse dentro de los sesenta (60) días anteriores a la fecha de la respectiva votación, y la que se realice empleando el espacio público podrá realizarse dentro de los tres (3) meses anteriores a la fecha de la respectiva votación. (…)”.

En ese sentido, la sentencia C-490 de 2011, explica, el por qué, existen términos para realizar propaganda electoral, a fin de mantener la igualdad y equilibrio en los comicios:

“Esta limitación, a juicio de la Corte, se encuentra justificada en la medida que responde a un propósito de preservación del equilibrio informativo entre los distintos partidos o movimientos políticos, toda vez que establece un límite temporal, común a todos ellos, para la promoción de sus campañas, antes de la fecha de la votación a través de estos medios de difusión.

En efecto, teniendo en cuenta que esta disposición regula el acceso no gratuito a los medios de comunicación y al espacio público para efectos de propaganda electoral, la inexistencia de un límite temporal para hacer campaña a través de estos medios, podría conducir a que las fuerzas políticas con más capacidad económica acudieran en mayor medida a su uso, propiciando así ventajas indebidas derivadas de factores distintos a la calidad de sus propuestas, y generando un **desequilibrio fundado en razones económicas, incompatible con el pluralismo y equilibrio que debe rodear el proceso democrático.**” (Resaltado fuera de texto).

Que, el Consejo Nacional Electoral, mediante concepto 3668 de 2006 Magistrado Ponente Adelina Covo, definió el concepto de propaganda electoral así:

“(…) En efecto, la propaganda electoral es una expresión de la campaña electoral, entendiendo por tal el conjunto de actividades (reuniones, manifestaciones públicas, elaboración de planes o materiales, propaganda electoral, etc.) que los partidos, movimientos políticos o grupos significativos de ciudadanos, realizan durante un periodo autorizado, de cuatro meses para los candidatos a la presidencia o de tres meses para los demás cargos de elección popular.

Por lo tanto, la propaganda electoral es toda promoción, que de acuerdo con la ley, se realice durante la campaña electoral, encaminada a persuadir a los ciudadanos para captar los votos por determinado candidato. En consecuencia, este concepto entraña toda una serie de actividades tendientes al logro del voto popular; sin limitación alguna; es decir, **la propaganda electoral es la estrategia que libremente diseñen los interesados en obtener el voto de sus destinatarios, tan amplia como la imaginación o creatividad lo permita.** (…)” (negrilla y subraya fuera de texto).

Que, con respecto a las **características** del concepto de propaganda electoral esta Corporación mediante Resolución 1476 de 2010 con ponencia del Dr. Joaquín José Vives consideró:

“(…) En este sentido, la propaganda electoral se caracteriza por la difusión de mensajes dirigidos al público en general e indeterminado, **utilizando medios de comunicación que permitan impactar a las personas, sin que medie su voluntad.** Esta propaganda solo es permitida dentro de los tres meses anteriores a la fecha de las elecciones.

Ahora bien, no toda invitación a votar está limitada antes de los tres meses anteriores al debate electoral, puesto que no podría sancionarse la invitación a votar por una candidatura que personalmente, de manera verbal o escrita, un ciudadano hace a otro en **comunicación privada** como tampoco aquella que se conoce en desarrollo del derecho a informar, sino solamente aquellas invitaciones o propagandas que se realicen utilizando medios de comunicación que impacten al público de manera general. (…)”.

Que, la Corte Constitucional ha diferenciado entre el concepto de propaganda electoral y promoción política:

“(…) Así las cosas, la diferencia entre los dos conceptos sería que **la promoción política tiende a hacer conocer, de manera concreta, el proyecto o programa gubernamental que se propone a los electores.** Su objetivo sería entonces la difusión de la plataforma ideológica que soporta la candidatura, y los principales planes y programas que el postulante, consecuente con aquel fundamento, pretendería llevar a cabo durante el cuatrienio presidencial correspondiente, así como el señalamiento de los medios jurídicos y materiales de la acción gubernamental en dicho lapso. Al paso que la propaganda electoral no está circunscrita a la difusión de esta plataforma de gobierno, sino de manera general a cualquier actividad que promueva el voto por un candidato en particular. A juicio de la Corte, la disposición bajo examen se ajusta a la Constitución, en cuanto solamente pretende precisar el contenido de las actividades que usualmente se encuentran involucradas en lo que se conoce como campaña presidencial.” (C- 1153 de 2005).

Que, corresponde al Consejo Nacional Electoral, de acuerdo a 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. (…)”.

Que, para efectos de señalar el número de cuñas en televisión, el Consejo Nacional Electoral tendrá en cuenta la clasificación de los municipios de Colombia establecida en el artículo 6° de la Ley 136 de 1994, modificado por el artículo 2° de la Ley 617 de 2000, así:

“(…) **ARTÍCULO 2°. CATEGORIZACIÓN DE LOS DISTRITOS Y MUNICIPIOS.** El artículo 6° de la Ley 136 de 1994, quedará así:

“Artículo 6°. Categorización de los distritos y municipios. Los distritos y municipios se clasificarán atendiendo su población e ingresos corrientes de libre destinación, así:

Categoría especial. Todos aquellos distritos o municipios con población superior o igual a los quinientos mil uno (500.001) habitantes y cuyos ingresos corrientes de

libre destinación anuales superen cuatrocientos mil (400.000) salarios mínimos legales mensuales.

Primera categoría. Todos aquellos distritos o municipios con población comprendida entre cien mil uno (100.001) y quinientos mil (500.000) habitantes y cuyos ingresos corrientes de libre destinación anuales sean superiores a cien mil (100.000) y hasta de cuatrocientos mil (400.000) salarios mínimos legales mensuales.

Segunda categoría. Todos aquellos distritos o municipios con población comprendida entre cincuenta mil uno (50.001) y cien mil (100.000) habitantes y cuyos ingresos corrientes de libre destinación anuales sean superiores a cincuenta mil (50.000) y hasta de cien mil (100.000) salarios mínimos legales mensuales.

Tercera categoría. Todos aquellos distritos o municipios con población comprendida entre treinta mil uno (30.001) y cincuenta mil (50.000) habitantes y cuyos ingresos corrientes de libre destinación anuales sean superiores a treinta mil (30.000) y hasta de cincuenta mil (50.000) salarios mínimos legales mensuales.

Cuarta categoría. Todos aquellos distritos o municipios con población comprendida entre veinte mil uno (20.001) y treinta mil (30.000) habitantes y cuyos ingresos corrientes de libre destinación anuales sean superiores a veinticinco mil (25.000) y de hasta de treinta mil (30.000) salarios mínimos legales mensuales.

Quinta categoría. Todos aquellos distritos o municipios con población comprendida entre diez mil uno (10.001) y veinte mil (20.000) habitantes y cuyos ingresos corrientes de libre destinación anuales sean superiores a quince mil (15.000) y hasta veinticinco mil (25.000) salarios mínimos legales mensuales.

Sexta categoría. Todos aquellos distritos o municipios con población igual o inferior a diez mil (10.000) habitantes y con ingresos corrientes de libre destinación anuales no superiores a quince mil (15.000) salarios mínimos legales mensuales. (...)

Que, el Decreto Ley 2106 de 2019, en su artículo 153, modificó el artículo 6° de la Ley 136 de 1994, el cual versa sobre las reglas para la categorización de los distritos y municipios:

“Artículo 6°. Categorización de los distritos y municipios. Los distritos y municipios se clasificarán atendiendo su población, ingresos corrientes de libre destinación y situación Geográfica. PARA efectos de lo previsto en la ley y las demás normas que expresamente lo dispongan, las categorías serán las siguientes:

I. PRIMER GRUPO (GRANDES MUNICIPIOS)

1. CATEGORÍA ESPECIAL

Población: Superior o igual a los quinientos mil uno (500.001) habitantes.

Ingresos corrientes de libre destinación anuales: Superiores a cuatrocientos mil (400.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

2. PRIMERA CATEGORÍA

Población: Con población comprendida entre cien mil uno (100.001) y quinientos mil (500.000) habitantes.

Ingresos corrientes de libre destinación anuales: Superiores a cien mil (100.000) y hasta de cuatrocientos mil (400.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

II. SEGUNDO GRUPO (MUNICIPIOS INTERMEDIOS)

3. SEGUNDA CATEGORÍA

Población: Con población comprendida entre cincuenta mil uno (50.001) y cien mil (100.000) habitantes.

Ingresos corrientes de libre destinación anuales: Superiores a cincuenta mil (50.000) y hasta de cien mil (100.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

4. TERCERA CATEGORÍA

Población: Con población comprendida entre treinta mil uno (30.001) y cincuenta mil (50.000) habitantes.

Ingresos corrientes de libre destinación anuales: Superiores a treinta mil (30.000) y hasta de cincuenta mil (50.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

5. CUARTA CATEGORÍA

Población: Con población comprendida entre veinte mil uno (20.001) y treinta mil (30.000) habitantes.

Ingresos corrientes de libre destinación anuales: Superiores a veinticinco mil (25.000) y de hasta de treinta mil (30.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

III. TERCER GRUPO (MUNICIPIOS BÁSICOS)

6. QUINTA CATEGORÍA

Población: Con población comprendida entre diez mil uno (10.001) y veinte mil (20.000) habitantes.

Ingresos corrientes de libre destinación anuales: Superiores a quince mil (15.000) y hasta veinticinco mil (25.000) salarios mínimos legales mensuales.

7. SEXTA CATEGORÍA

Población: Población igual o inferior a diez mil (10.000) habitantes.

Ingresos corrientes de libre destinación anuales: No superiores a quince mil (15.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

PARÁGRAFO 1°. Los municipios que, de acuerdo con su población, deban clasificarse en una determinada categoría, pero superen el monto de ingresos corrientes de libre destinación anuales señalados en el presente artículo para la misma, se clasificarán en la categoría inmediatamente superior.

Los municipios cuya población corresponda a una categoría determinada, pero cuyos ingresos corrientes de libre destinación anuales no alcancen el monto señalado en el presente artículo para la misma, se clasificarán en la categoría correspondiente a sus ingresos corrientes de libre destinación anuales.

PARÁGRAFO 2°. Sin perjuicio de la categoría que corresponda según los criterios señalados en el presente artículo, cuando un distrito o municipio destine a gastos de funcionamiento porcentajes superiores a los límites que establece la ley, se reclasificará en la categoría inmediatamente inferior.

Ningún municipio podrá aumentar o descender más de dos categorías entre un año y el siguiente.

PARÁGRAFO 3°. Los alcaldes determinarán anualmente, mediante decreto expedido antes del treinta y uno (31) de octubre, la categoría en la que se encuentra clasificado para el año siguiente el respectivo distrito o municipio.

Para determinar la categoría, el decreto tendrá como base las certificaciones que expida el Contralor General de la República sobre los ingresos corrientes de libre destinación recaudados efectivamente en la vigencia anterior y sobre la relación porcentual entre los gastos de funcionamiento y los ingresos corrientes de libre destinación de la vigencia inmediatamente anterior, así como la certificación que expida el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) sobre la población para el año anterior.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y el Contralor General de la República remitirán al alcalde la certificación de que trata el presente artículo, a más tardar, el treinta y uno (31) de julio de cada año.

SI el respectivo alcalde no expide el decreto en el término señalado en el presente parágrafo, dicha categorización será fijada por el Contador General de la Nación en el mes de noviembre.

El salario mínimo legal mensual que servirá de base para la conversión de los ingresos, será el que corresponda al mismo año de la vigencia de los Ingresos corrientes de libre destinación determinados en el presente artículo.

PARÁGRAFO 4°. Los municipios de frontera con población superior a setenta mil (70.000) habitantes, por su condición estratégica, se clasificarán como mínimo en la cuarta categoría. En ningún caso los gastos de funcionamiento de dichos municipios podrán superar el ochenta por ciento de sus ingresos corrientes de libre destinación.

PARÁGRAFO 5°. Los municipios pertenecientes a cada uno de los grupos establecidos en el presente artículo tendrán distinto régimen en su organización, gobierno y administración.

PARÁGRAFO 6°. El ejercicio de las atribuciones y funciones voluntarias se hará dentro del marco y los límites fijados por la ley, según sus capacidades fiscal y administrativa y en el marco de la celebración de contratos plan”.

Que, la Contaduría General de la Nación, mediante la Resolución número 410 de 2023, del 29 de noviembre, certificó la categorización de las entidades territoriales, esto es, departamentos, distritos y municipios de acuerdo a lo dispuesto en las Leyes 136 de 1994, 617 de 2000 y el Decreto número 2106 de 2019.

En consecuencia, el Consejo Nacional Electoral.

RESUELVE:

Artículo 1°. *Señalase el número máximo de cuñas en televisión que puede emitir cada campaña en las elecciones para alcaldes, concejales y juntas administradoras locales que se lleven a cabo durante el año 2024, así:*

Cada candidato a alcalde municipal o distrital o cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local correspondientes a los municipios o distritos de sexta, quinta y cuarta categoría, pueden contratar y difundir hasta una (1) cuña televisiva diaria, de hasta quince (15) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital, así como cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local; correspondientes a los municipios o distritos de tercera y segunda categoría; podrá contratar y difundir hasta dos (2) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinte (20) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital, así como cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local; correspondientes a los municipios o distritos de primera categoría; podrá contratar y difundir hasta cinco (5) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinticinco (25) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital, así como cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel municipal, distrital o local; correspondientes a los municipios o distritos de categoría especial; podrá contratar y difundir hasta seis (6) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Cada candidato a alcalde municipal o distrital o cada lista de candidatos a corporaciones públicas del nivel distrital o local; correspondientes al Distrito Capital; podrá contratar y difundir hasta siete (7) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Parágrafo. Las cuñas televisivas diarias previstas en este artículo, podrán ser contratadas en uno o varios canales, sin exceder el total del número determinado. En ningún caso, las no emitidas se acumularán para otro día.

Artículo 2°. *Señalase* el número máximo de cuñas en televisión que puede emitir cada campaña en las elecciones para gobernaciones y diputados que se lleven a cabo durante el año 2024, así:

Cada candidato a gobernador, así como cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de cuarta categoría; puede contratar y difundir hasta cinco (5) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinte (20) segundos.

Cada candidato a gobernador, así como cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de segunda y tercera categoría; podrá contratar y difundir hasta siete (7) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta veinte (20) segundos.

Cada candidato a gobernador, así como cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de primera categoría; podrá contratar y difundir hasta nueve (9) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Cada candidato a gobernador o cada lista de candidatos a asambleas departamentales correspondientes a departamentos de categoría especial; podrá contratar y difundir hasta diez (10) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos.

Parágrafo. Las cuñas televisivas diarias previstas en este artículo, podrán ser contratadas en uno o varios canales, sin exceder el total del número determinado. En ningún caso, las no emitidas se acumularán para otro día.

Artículo 3°. La propaganda electoral en televisión solo podrá efectuarse por los partidos políticos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos; así como, por los candidatos y sus gerentes de campaña. Propaganda que, en ningún caso podrá ser contratada por personas distintas a las enunciadas.

Las personas que apoyen candidatos y pretensan hacer en su favor propaganda electoral, deberán coordinar con las campañas a efectos de respetar los límites a las cantidades consignadas en esta resolución, 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.

Artículo 4°. Los mismos límites fijados en la presente resolución, se aplicarán para los comités de promotores del voto en blanco, dependiendo del tipo de elección, que se trate.

Artículo 5°. Comuníquese el presente acto administrativo por intermedio del Grupo de Atención al Ciudadano y Gestión Documental al Ministerio del Interior, al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a la Autoridad Nacional de Televisión, al Registrador Nacional del Estado Civil, a los Delegados Departamentales del Registrador Nacional del Estado Civil, Registradores Municipales y Distritales del Estado Civil, a los partidos y movimientos políticos con personería jurídica y a los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos.

Artículo 6°. Se ordena publicar la presente resolución en el *Diario Oficial*, en la página web y redes sociales de la Corporación; regirá partir de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Publíquese, comuníquese y cúmplase.

Dada en Bogotá, D. C., a 24 de enero de 2024.

El Presidente,

Alfonso Campo Martínez.

La Vicepresidenta,

Maritza Martínez Aristizábal.

(C. F.).

RESOLUCIÓN NÚMERO 00976 DE 2024

(enero 31)

por medio de la cual se fijan los límites a los montos de gastos de las campañas electorales a los cargos uninominales, de los candidatos que se inscriban para las elecciones a gobernaciones, alcaldías distritales y municipales; que se lleven a cabo durante el año 2024, y el monto máximo que cada partido o movimiento con personería jurídica puedan invertir en ellas.

El Consejo Nacional Electoral, en ejercicio de las atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas en los artículos 109 y 265 de la Constitución Política, y 24 de la Ley 1475 de 2011 y,

CONSIDERANDO:

Que, el inciso 4° del artículo 109 de la Constitución Política, respecto de la financiación de las campañas electorales, establece:

“(…) También se podrá limitar el monto de los gastos que los partidos, movimientos, grupos significativos de ciudadanos o candidatos puedan realizar en las campañas electorales, así como la máxima cuantía de las contribuciones privadas, de acuerdo con la Ley (…).”

Que, la Corte Constitucional, estableció el principio de transparencia, explicando así:

“El principio de transparencia en materia electoral apunta al establecimiento de instrumentos encaminados a determinar con precisión el origen, la destinación, al igual que el monto de los recursos económicos que soportan una determinada campaña electoral. De allí que las diversas legislaciones establezcan el deber de rendir cuentas o balances al término de las elecciones, e igualmente, prevean diversas sanciones, bien sean para el candidato o partido político, que incumplan tal deber o que superen los montos máximos autorizados. El mencionado principio apunta a combatir el fenómeno de la corrupción. El principio de transparencia se aplica no solamente en el caso de las elecciones encaminadas a seleccionar a los integrantes de una Corporación Pública o al responsable de un determinado cargo, sino igualmente en materia de mecanismos de participación ciudadana, en tanto que manifestaciones de la democracia directa, tal como lo prevén los artículos 97 y 98 de la LEMP. En el caso concreto y de conformidad con las pruebas obrantes, la Corte encuentra que se vulneró el principio de transparencia por cuanto (i) el recaudo de recursos económicos se adelantó por intermedio de una organización privada no autorizada por la LEMP para ello; (ii) se acudió a diversas maniobras (contratos de mandato y de mutuo) para tratar de ocultar la unidad de gestión y de propósitos que siempre existió entre el Comité de Promotores y la Asociación Primero Colombia; y (iii) si bien el balance fue entregado en término por el vocero del Comité de Promotores, no se desvirtuaron la vulneración de los topes individuales ni del gasto global porque simplemente consistieron en enmendaduras y precisiones sobre el nombre de algunos de los contribuyentes”. (Sentencia C-141-2011).

Que, la Ley 1475 de 2011, acogió el principio de transparencia en su artículo 1°, numeral 5, disponiendo, lo siguiente:

“ARTÍCULO 1°. PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO. Los partidos y movimientos políticos se ajustarán en su organización y funcionamiento a los principios de transparencia, objetividad, moralidad, equidad de género y el deber de presentar y divulgar sus programas políticos de conformidad con lo dispuesto en la Constitución, en las leyes y en sus estatutos.

En desarrollo de estos principios, los partidos y movimientos políticos deberán garantizarlos en sus estatutos. Para tales efectos, se tendrán en cuenta las siguientes definiciones de contenidos mínimos:

(...)

5. **Transparencia.** Es el deber de los partidos y movimientos políticos de mantener permanentemente informados a sus afiliados sobre sus actividades políticas, administrativas y financieras. Para su cumplimiento, deberán realizar cada año rendición de cuentas.

(...)

Que, la Ley 1475 de 2011, en su artículo 20, dispuso sobre las fuentes de financiación de las campañas electorales, lo siguiente:

“ARTÍCULO 20. FUENTES DE FINANCIACIÓN. Los candidatos de los partidos, movimientos y grupos significativos de ciudadanos inscritos a cargos o corporaciones de elección popular, podrán acudir a las siguientes fuentes para la financiación de sus campañas electorales:

1. Los recursos propios de origen privado que los partidos y movimientos políticos destinen para el financiamiento de las campañas en las que participen.
2. Los créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos, de sus cónyuges o de sus compañeros permanentes, o de sus parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad.
3. Las contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o en especie, que realicen los particulares.
4. Los créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas.
5. Los ingresos originados en actos públicos, publicaciones y/o cualquier otra actividad lucrativa del partido o movimiento.
6. La financiación estatal, de acuerdo con las reglas previstas en esta ley”.

Que, la Corte Constitucional, explica que las fuentes de financiación en Colombia, albergan un carácter mixto, dado que, la financiación de una campaña política, puede tener dos fuentes, una privada y una estatal:

“El artículo 20 establece las fuentes de financiación que podrán utilizar los candidatos tanto de (i) los partidos y movimientos políticos, como (ii) de grupos significativos de ciudadanos, que se encuentren inscritos a cargos o corporaciones de elección popular, para la financiación de sus campañas electorales.

Al igual que el artículo 16 del proyecto de ley estatutaria en relación con los partidos y movimientos políticos, esta norma establece dos fuentes básicas de financiación legal para las campañas electorales: la financiación privada y la financiación estatal. Como fuentes legales de financiación privada prevé cinco posibilidades: (i) los recursos propios de origen privado destinados por los partidos y movimientos políticos para financiar