

Rad. 2025813054
Cod. 10000
Bogotá, D.C

CRC
Radicación: 2025519386
Fecha: 26/06/2025 9:25:15 A. M.
Proceso: 10000 GESTIÓN AUDIOVISUAL Y
PEDAGOGÍA RE

ASUNTO: SU COMUNICACIÓN SOBRE TEMAS ELECTORALES.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), recibió su comunicación bajo los radicados 2025813054 y 2025300087, a través de los cuales manifiesta una serie de inquietudes asociadas al ejercicio diario de programación e información en épocas preelectorales.

Previo a pronunciarnos sobre su solicitud de consulta, debe ponerse de presente que la CRC, al rendir conceptos, lo hace de conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPCACA)¹ y según las competencias y facultades que le han sido otorgadas por la normatividad vigente. De este modo, el alcance del pronunciamiento solicitado tendrá las consecuencias que el ordenamiento jurídico le otorga a los conceptos rendidos por las autoridades administrativas.

Así mismo, debe recordarse que los conceptos no pueden analizar situaciones de orden particular y concreto, sino que deben hacer referencia a la materia por la cual se pregunta de manera general y abstracta, y sobre el contenido y aplicación del marco regulatorio vigente.

De otra parte, vale la pena recordar que, en Colombia, las autoridades en materia electoral son el Consejo Nacional Electoral y la Registraduría Nacional del Estado Civil. El CNE es un organismo autónomo e independiente, parte de la Organización Electoral, encargado de regular, inspeccionar, vigilar y controlar la actividad electoral en el país. Sus funciones principales incluyen la realización de escrutinios generales, la declaratoria de elecciones, la expedición de credenciales, y la vigilancia del cumplimiento de las normas sobre partidos políticos y procesos electorales. Por su parte, la RNE tiene como misión "garantizar la organización y transparencia del proceso electoral, la oportunidad y confiabilidad de los escrutinios y resultados electorales, contribuir al fortalecimiento de la democracia mediante su neutralidad y objetividad, promover la participación social en la cual

¹ Ley 1437 de 2011. "Artículo 28. Alcance de los conceptos. Salvo disposición legal en contrario, los conceptos emitidos por las autoridades como respuestas a peticiones realizadas en ejercicio del derecho a formular consultas no serán de obligatorio cumplimiento o ejecución"

se requiera la expresión de la voluntad popular mediante sistemas de tipo electoral en cualquiera de sus modalidades”

En ese sentido, al no ser la CRC la autoridad en materia electoral remitió su cuestionario al CNE y la RNE, a partir del cual se da respuesta a sus inquietudes. Hecha esta claridad y con el alcance dispuesto en el artículo 28 del CPACA antes referenciado, mediante la presente comunicación se dará respuesta de manera general a los puntos de su comunicación:

1. Cómo se distingue la participación política en una entrevista a un parlamentario que es posible candidato presidencial.

Para responder esta pregunta, es necesario traer a colación los conceptos de propaganda electoral, divulgación política y campaña electoral, así:

-La propaganda electoral:

El legislador estatuario al referirse a la propaganda electoral en los artículos 24 de la Ley 130 de 1994, 35 de la Ley 1475 de 2011 y 3° de la Ley 996 de 2005, se puede inferir su concepto como un conjunto de actividades políticas con la finalidad directa de convocar a los electores a votar en favor de un candidato donde se establecen unos limitantes para lograr realizarla dentro de un ámbito legal e igualitario.

Es así como en la Sentencia C-490 de 2011, la Corte constitucional definió el precepto de propaganda electoral, así:

“(…) El inciso primero de este artículo define lo que debe entenderse por propaganda electoral, y establece al respecto que es 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. (...)”

-La divulgación política:

La Corte Constitucional al referirse a la divulgación la ha definido como aquella realiza en cualquier tiempo de manera permanente e institucional los partidos, movimientos y candidatos con el fin de difundir y promover sus programas e ideas, así lo ha manifestado la Corte Constitucional en su Sentencia C-089 de 1994, así:

“(…) El proyecto de ley establece una diferencia entre divulgación política y propaganda electoral. La primera es la que de manera permanente e institucional realizan los partidos, movimientos y candidatos con el fin de difundir y promover sus programas e ideas. Este tipo de comunicación puede llevarse a cabo en cualquier tiempo y excluye toda práctica de tipo electoral. La propaganda electoral, en cambio, se realiza con el fin de obtener apoyo electoral y sólo puede llevarse a cabo durante los tres meses anteriores a la fecha de las elecciones. Con esta distinción el proyecto pretende reducir la carga electoral connatural a la actividad política, cuando esta se efectúa por fuera del período de campañas, a través de los medios de comunicación social. De esta manera, se intenta circunscribir el debate a los asuntos ideológicos, programáticos e informativos de los partidos políticos frente a sus electores. Sin perjuicio de mantener la distinción entre "divulgación política" y "propaganda electoral", la restricción legal no puede llegar hasta anular la permanente vocación de poder que caracteriza a los partidos y movimientos políticos. (...)”

Tesis acogida por el Consejo Nacional Electoral, en su doctrina, así:

“(…) La Ley hace una distinción entre la divulgación política y la propaganda electoral, estableciendo que la divulgación política es la que con carácter institucional realicen los partidos, movimientos, con el fin de difundir y promover los principios y programas, así como sus políticas frente a los diversos asuntos de interés nacional. (…)”

Su definición tiene un sustento constitucional esbozado en los artículos 20 y 111 de la Constitución Política, por medio del cual, está la garantía que tienen todas las personas para difundir sus opiniones y expresarse libremente. La cual se puede realizar los partidos, movimientos políticos y candidatos, tanto en medios de comunicación como en el espacio público, pero con la finalidad de obtener el voto de los electores a favor de una posición política, así:

“ARTICULO 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.”.

“ARTICULO 111. Los partidos y movimientos políticos con personería jurídica tienen derecho a utilizar los medios de comunicación que hagan uso del espectro electromagnético, en todo tiempo, conforme a la ley. Ella establecerá así mismo los casos y la forma como los partidos, los movimientos políticos y los candidatos debidamente inscritos, tendrán acceso a dichos medios.”.

Razón por la cual, no todas las opiniones, ideas que generen una difusión en el ámbito político electoral constituyen una realización de propaganda electoral, porque la divulgación libre de opiniones sobre algún tema electoral, pues existen diversos temas que se realizan en diferentes escenarios públicos haciendo parte de la democracia pluralista y participativa que son diferentes a las connotaciones o estrategias políticas de publicidad electoral.

-Campaña Electoral:

La definición de campaña electoral está consignada en el artículo 34 de la Ley 1475 de 2011, la cual es el conjunto de actividades realizadas con el propósito de convocar a los ciudadanos a votar en un determinado sentido o a abstenerse de hacerlo y su propósito es el de promover masivamente los proyectos electorales sometidos a consideración de los ciudadanos o una determinada forma de participación en la votación de que se trate.

Por ello, no todas las opiniones, ideas que generen una difusión en el ámbito político como ocurre en una entrevista a un parlamentario o cualquier otro Corporado que sea o no candidato presidencial, constituyen una realización de propaganda electoral, porque en virtud de la libertad de dar opiniones sobre algún tema electoral, se enmarca dentro de los diversos temas que se realizan en diferentes escenarios públicos haciendo parte de la democracia pluralista y participativa que son diferentes a las connotaciones o estrategias políticas de publicidad electoral.

2. Cuál es el límite entre la propaganda electoral y el contenido noticioso sobre candidatos y campañas, para que no pueda considerarse publicidad política e información de candidatos y campañas.

Como se manifestó en la respuesta anterior, se debe distinguir entre los tres preceptos mencionados para no llegar a una confusión entre ellos. Es así como las notas de expresiones, comentarios, opiniones o noticias no son consideradas como propaganda electoral, en el entendido que la propaganda electoral es toda forma de publicidad realizada con el fin de obtener el voto de los ciudadanos a favor de una candidatura o una determinada opción electoral.

3. Teniendo en cuenta que los canales tienen redes sociales, como parte de sus mecanismos de comunicación e interacción con las audiencias, como se ejercerá el control sobre dichas redes en materia de publicidad política e información de candidatos y campañas.

Para responder esta pregunta, es necesario traer a colación el concepto respecto de la propaganda electoral en redes sociales:

Concepto desarrollado por el Consejo Nacional Electoral bajo la Resolución No. 2126 de 2020, por medio de la cual anunció el cambio de doctrina respecto de la propaganda electoral a través de redes sociales, manifestando que en las redes sociales se puede realizar propaganda electoral porque el contenido en ellas va dirigida a personas indeterminadas con el ánimo de obtener apoyo al electorado, lo cual estos medios de comunicación generan un alto impacto social en la comunidad buscando el apoyo a favor de alguna campaña, como es en un medio de comunicación social el término que se puede realizar es de 60 días antes de la respectiva elección, así:

“Lo anterior, no es óbice, para que la Sala propenda por el cambio de su línea doctrinaria a fin de responder a los avances tecnológicos y a los nuevos retos que estos generan en los procesos electorales, toda vez que como se indicare en acápites preliminares, la propaganda electoral difundida a través de las redes sociales, a pesar de encontrarse amparada en el marco del derecho a libertad de expresión, información y comunicación, así como en el de promoción y divulgación ideológica, no resulta absoluta frente a la libertad de elegir y ser elegido, y frente a la igualdad de los candidatos y agrupaciones políticas en los procesos electorales, teniendo en cuenta que se han convertido en un medio o canal de despliegue publicitario que no solamente se dirige hacia personas determinadas, sino que inclusive, los destinatarios resultan muchas veces siendo indeterminados e innumerables como lo explica la Honorable Corte Constitucional en Sentencia C-592/12, lo cual, a todas luces hace necesario el cambio de cualquier criterio en la materia y en consecuencia, ceñirse a los postulados y términos previstos en el artículo 35 de la Ley 1475 de 2011 que subrogó al artículo 24 de la Ley 130 de 1994.

Finalmente señálese que la propaganda electoral a través de redes sociales puede contener dos vertientes; i) la propaganda pagada, la cual deberá formar parte integral de los reportes de ingresos y gastos de las campañas y ii) la propaganda sin costo, esto es cuando se utiliza la página de red,

sin que esto implique necesariamente erogaciones económicas, empero, puede reportarse como un recurso propio sujeto del correspondiente valor comercial.”

Es así, de conformidad a los criterios dados con anterioridad, las personas que se consideren que se está incurriendo en violación a las normas electorales, deben poner en conocimiento al Consejo Nacional Electoral, competencia que recae sobre esta Corporación en el artículo 265 de la Constitución Política, al corresponderle regular, inspeccionar, vigilar y controlar toda la actividad electoral de los partidos, movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos. Competencia que está también reglada en los artículos 24 de la Ley 130 de 1994 y 35 de la Ley 1475 de 2011.

4. Cómo se va a asegurar la cobertura geográfica de la información en unas elecciones a nivel nacional, entendiendo como descentralización de la información; o solo se revisará el pluralismo, mediante el acceso de todos los candidatos y/o partidos debidamente inscritos como tal.

De conformidad con el artículo 27 de la Ley 130 de 1994, todos los concesionarios de los noticieros y los espacios de opinión en televisión, durante la campaña electoral, deberán garantizar el pluralismo, el equilibrio informativo y la imparcialidad.

5. Cómo se va a asegurar una inclusión en la información electoral brindada para personas con discapacidades físicas visuales o auditivas, así como a comunidades consideradas como minorías, especialmente con otras lenguas.

Para los procesos electorales, los órganos electorales adoptan medidas para la población con discapacidad: impresión y distribución de tarjetas braille en todos los puestos de votación; intérprete de lengua de señas y subtítulos de apoyo en todos los videos de difusión sobre esta instancia de participación; elaboración de protocolos de atención dirigidos a los funcionarios de la Entidad y actores del proceso; y la coordinación con los Institutos Nacionales para Ciegos y para Sordos para el fomento de la participación esta población.

En cuanto a las comunidades y poblaciones étnicas, se está procura de avanzar en la traducción y divulgación de la información electoral en lenguas nativas, así como en la instalación de puestos de votación para facilitar su participación.

6. Para asegurar independencia en los contenidos, cómo se ha previsto minimizar el riesgo noticioso entre lo político y lo económico.

Conforme a lo estipulado en el artículo 27 de la Ley 130 de 1994, debe existir equilibrio informativo y los medios deben permitir el acceso a todos los que detentan el poder político a contratar en igual de condiciones, además el Consejo Nacional Electoral para tal efecto fija topes en publicidad y en gastos de campaña, de conformidad con los artículos 20, 23, 24 de la Ley 1475 de 2011.

7. El CNE supervisa propaganda contratada pero no contenido noticioso, ¿De qué manera planea controlar este aspecto?

El Consejo Nacional Electoral, tiene competencia constitucional y legal, para ejercer la suprema inspección, vigilancia y control de la organización electoral, velando por el cumplimiento de las normas electorales sobre los partidos, movimientos políticos, y de disposiciones de publicidad. Además de fijar las condiciones igualitarias tanto en gastos de campaña como en topes de publicidad, debe hacer un seguimiento permanente a los mismos, para que estos no sean vulnerados y en cuanto aquellas publicidades que afecten la dignidad humana pueden tomar las medidas necesarias para que estas puedan ser retiradas. El Consejo Nacional Electoral así lo ha realizado, como en sus investigaciones administrativas toman medidas cautelares respecto al desmonte de propaganda electoral física y redes sociales, con la finalidad de evitar que se divulgue información falsa, tergiversada o errónea, o se utilicen expresiones ofensivas o injuriosas, que comprometen la reputación o el concepto que se tiene de un candidato, afectando así su dignidad humana.

8. En las Resoluciones No. 2580 y 2581 expedidas el 5 de mayo de 2025, por la Registraduría Nacional, dicen que solo hasta el 8 de enero de 2026 (Elecciones a Congreso) y 31 de marzo de 2026 (Elecciones a la presidencia y vicepresidencia), inician los espacios gratuitos en los medios de comunicación social que hacen uso del espectro electromagnético, para los partidos movimientos políticos, las organizaciones sociales y los grupos significativos de ciudadanos que hayan inscrito candidatos, y promotores del voto en blanco de acuerdo con la asignación del CNE. ¿Entonces de la fecha actual hasta el 7 de enero de 2026 como se maneja la propaganda electoral en los canales de TV Pública?

Conforme a lo indicado en las respuestas del presente escrito, no se puede realizar ningún tipo de propaganda electoral, para esto se debe tener en cuenta las fechas del momento que se pueda realizar propaganda electoral, siendo una restricción el tiempo concadenado al modo de transmisión ya sea en medios de comunicación o es espacio público, y a la clase de elección.

Es así como, para las elecciones al congreso de la república, la propaganda electoral en medios de comunicación inicia sesenta (60) días anteriores al certamen electoral, según los artículos 24 de la Ley 130 de 1994 y 35 de la Ley 1475 de 2011.

Respecto de las elecciones presidenciales la propaganda electoral en medios de comunicación inicia tres (3) meses anteriores a la fecha de elección, según el artículo 24 de la Ley 996 de 2005.

Razón por la cual, con ocasión de las próximas elecciones a la presidencia de la república a realizarse el 31 de mayo de 2026, ningún medio de comunicación debe emitir propaganda electoral antes del 28 de febrero de 2026, con respecto a las próximas elecciones al congreso de la república a celebrarse el 8 de marzo de 2026, no podrá emitir propaganda electoral ningún medio de comunicación social antes del 10 de diciembre del 2025.

Por otro lado, como bien lo manifiesta en su pregunta los espacios gratuitos en los medios de comunicación social, se deben realizar dentro de los dos meses anteriores a la fecha de toda votación y hasta cuarenta y ocho (48) horas antes de la misma, los partidos y movimientos políticos, las organizaciones sociales y los grupos significativos de ciudadanos, que hayan inscrito candidatos y los promotores del voto en blanco, tendrán derecho a espacios gratuitos en los medios de comunicación social que hacen uso del espectro electromagnético, proporcionalmente al número de elegidos, para la realización de las campañas de sus candidatos u opciones a la Presidencia de la República y de sus listas al Congreso de la República.

9. El Art. 35 de la Ley Estatutaria 1475 de 2011 dice: "Entiéndase por propaganda electoral 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. La propaganda 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." ¿Esto aplica para precandidatos? ¿Este artículo es dirigido solo a candidatos inscritos o también a precandidatos?

Este artículo como ya se ha mencionado en líneas anteriores ha definido la propaganda electoral como toda forma de publicidad desplegada que busca dar a conocer por cualquier medio legal una campaña electoral, 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 incluso de los mecanismos de participación ciudadana.

Para que se presente la propaganda electoral se deben consagrar tres presupuestos como lo son la restricción en el tiempo acá ya mencionado, otro es el ingrediente subjetivo y la finalidad de la propaganda, siendo la búsqueda del apoyo electoral y el último elemento son los sujetos los cuales son los partidos, movimientos políticos, movimientos sociales, grupos significativos de ciudadanos, candidatos a cargos de elección popular y personas que los apoyen.

Razón por la cual, este artículo aplica para los candidatos inscritos y sujetos mencionados en el párrafo anterior, además, las personas que realicen propaganda electoral y al final no fueron candidatos no son sujetos sancionables por ende como no ostentan la calidad de candidatos no les aplica el referido artículo, el Consejo Nacional Electoral ha definido dicho precepto, entre otras en la Resolución No. 0329 de 2021, manifestando que:

"que debe entenderse por propaganda electoral, indicando que es 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, debido a lo anterior, al no haberse materializado la candidatura de la señora Ángela Garzón, la mencionada ciudadana no ostentó la calidad de candidata y, por

consiguiente, no tuvo la posibilidad de que, con la difusión de su imagen, se vulnerara el bien jurídico tutelado de igualdad entre los contendores electorales.”

Aunado a ello, en la Resolución No. 0677 del 24 de febrero de 2021, el Consejo Nacional Electoral decidió abstenerse de sancionar a un ciudadano porque a pesar de que existía material probatorio sobre la realización de propaganda electoral, esta no se materializó en razón a que el investigado declinó su intención como candidato renunciando al certamen electoral, así:

“(…) En el caso sub examine, no existió trasgresión de las normas electorales referentes a propaganda electoral, ya que la publicidad desplegada por el señor ROSERO INSUASTI no tuvo finalidad alguna, y como quiera que éste no hizo parte, como se mencionó anteriormente de la contienda electoral de fecha 27 de octubre de 2019, no le fue dable tomar ventaja frente a los demás candidatos, pues es evidente que no se materializó la intención de una campaña electoral. (…)”.

10. En las Resoluciones No. 2580 y 2581 expedidas el 5 de mayo de 2025, hablando de propaganda de candidatos, con lo expuesto anteriormente, ¿los precandidatos que están en recolección de firmas son candidatos?

No son candidatos; sin embargo, pueden realizar la propaganda electoral solo y exclusivamente para invitar a la ciudadanía a que los apoye con su firma para conformación de un Grupo Significativo de Ciudadanos, sin que ella logre trasgredir las normas electorales. Como lo ha manifestado el Consejo Nacional Electoral, en la Consulta bajo Radicado CNE-E-2021-013737 del 21 de octubre de 2021, Así:

“(…) que no es permitido que la publicidad para la recolección de firmas tendiente a la inscripción de candidatos a cargos o corporaciones públicas de elección popular, se despliegue con la finalidad de obtener el voto de los ciudadanos. La propaganda o publicidad en este caso, se debe ceñir exclusivamente a exponer que determinado candidato está en trámite de recolección de apoyos para participar en las elecciones. (…)”.

Razón por la cual, solo se puede realizar propaganda electoral para la recolección de apoyos con el fin de obtener el voto de la ciudadanía en un certamen electoral. Esta propaganda no debe incluir mensajes dirigidos a obtener el voto de los ciudadanos, ni lograr en el electorado posicionarlo a promover plataformas políticas o propuesta gubernamentales o a cargos de elección popular. Pueden plasmar el logo del grupo significativo de ciudadanos, el nombre por quien se van a recolectar los apoyos y el cargo al que se aspira, aunado a ello, con antelación deben llevar a cabo la inscripción del grupo ante la Registraduría correspondiente.

11. Según el Artículo 36. Espacios gratuitos en radio y televisión habla que están permitidos dentro de los dos meses anteriores a la fecha de toda votación y hasta cuarenta y ocho (48) horas antes de la misma, los partidos y movimientos políticos, las organizaciones sociales y los grupos significativos de ciudadanos, que hayan inscrito candidatos y los promotores del voto en blanco, tendrán derecho a espacios gratuitos en los medios de comunicación social que hacen uso del espectro electromagnético, proporcionalmente al número de elegidos, para la realización de las campañas de sus

candidatos u opciones a la Presidencia de la República y de sus listas al Congreso de la República. ¿Si antes de estas fechas las entrevistas, notas periodísticas y espacios son pagados, estaría permitido?, ¿cómo se debe realizar el proceso?

Como se ha mencionado en las respuestas anteriores, en ningún medio de comunicación se puede realizar cualquier tipo de propaganda electoral a título gratuito ni oneroso, para esto se deben tener en cuenta las fechas del momento que se pueda realizar propaganda electoral, siendo una restricción de tiempo concadenada al modo de transmisión ya se en medios de comunicación o es espacio público, y a la clase de elección. Empero, lo que si pueden realizar son las entrevistas, notas periodísticas, entre otras.

12. En algunos de los canales regionales actualmente se permite hacer entrevistas a personalidades con aspiraciones a las elecciones 2026, pero solo se les permite hablar de su trayectoria, vida política, visión del país y se les restringe hablar de cualquier proyección política o proyecto político en curso ¿podría ser esto considerada censura para estos líderes sociales con aspiraciones políticas?

Conforme a lo expresado en el presente memorial, estas entrevistas pueden hacer parte de la divulgación política, pero no pueden ir más allá donde puedan inferirse una promoción a un proyecto político o un candidato porque podrían considerarse como propaganda electoral lo que llevaría consigo la infracción a la norma electoral.

13. Actualmente en qué géneros audiovisuales está permitida la propaganda política.

En todos los géneros audiovisuales, siempre y cuando cumpla requisitos constitucionales y legales, manifestados en las respuestas anteriores.

14. Actualmente realizar alguna entrevista o nota periodística con precandidatos podría ser tomada como propaganda anticipada y lleva al Canal a incurrir en incumplimiento con la CRC y con el CNE.

Esta respuesta ya se encuentra contestada en las respuestas anteriores.

15. Además de las entrevistas con candidatos, hay hechos noticiosos que ocurren alrededor de la carrera a la presidencia. Por ejemplo: ¿podemos contar en nota cómo avanzan las alianzas, nuevos candidatos, lanzamientos de campañas? ¿Esto se considera campaña política?

Esta ya se encuentra contestado en respuestas anteriores.

16. Que mecanismos se implementarán para la evaluación posterior al periodo electoral. ¿Qué variables o aspectos se medirán?

La Organización electoral debe realizar para todos los eventos electorales, un ejercicio de retroalimentación y mejora en el marco del cumplimiento de ciclo dentro del Sistema de Gestión de Calidad. Estas oportunidades de mejora son analizadas y revisadas por la Alta Gerencia con el fin de robustecer los procesos y procedimientos, así como adoptar los controles y medidas para evitar la materialización de situaciones que afecten la prestación del servicio electoral.

Finalmente, reiteramos que CRC no es la autoridad competente en materia electoral, razón por la cual, para atender su solicitud, se remitió el cuestionario correspondiente al Consejo Nacional Electoral CNE y a la Registraduría Nacional del Estado Civil RNE, entidades que sí ostentan competencia sobre los asuntos consultados. En consecuencia, la respuesta aquí proporcionada se fundamenta en las orientaciones y conceptos emitidos por dichas autoridades, las cuales se adjuntan a la presente comunicación y se entrega en el marco de las competencias legales de la CRC, conforme al ya citado artículo 28 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA)

En los anteriores términos damos respuesta a su comunicación.

Cordial saludo,

MARIANA SARMIENTO ARGUELLO
 Firmado digitalmente por
 MARIANA SARMIENTO ARGUELLO
 Fecha: 2025.06.26 15:32:07 -05'00'

MARIANA SARMIENTO ARGÜELLO
 Coordinadora Relaciones con Grupos de Valor

Proyectado por: Julio César Mendoza – Ana Beatriz Ruiz
 Revisado por: Ricardo Ramírez Hernández

Copia informativa:

Doctora
PAULA ARENAS
 Gerente
 Canal Capital
 Correo: gerencia@canalcapital.gov.co; paula.arenas@canalcapital.gov.co;

Doctor
ALEJANDRO LINARES
 Gerente
 Canal 13
 Correo: gerencia@canaltrece.com.co; nmontealegre@canaltrece.com.co;

Doctor
ISMAEL FERNÁNDEZ
 Gerente
 Telecaribe



Digitally signed by
MARIANA SARMIENTO ARGUELLO
 Date: 2025-06-26
 14:52:29 -05:00
 Reason: Fiel Copia del
 Original
 Location: Colombia

Continuación: RESPUESTA RADICADO 2025813054 y 2025300087 – INQUIETUDES EN MATERIA ELECTORAL Página 11 de 11

Correo: gerencia@telecaribe.com.co; info@telecaribe.com.co; jefe.programacion@telecaribe.com.co;

Doctora

EDNA CAROLINA JOYA

Gerente

Canal TRO

Correo: gerenciatro@canaltro.com; produccionyprogramacion@canaltro.com;

Doctora

MARGARITA ARANGO

Gerente

Telantioquia

Correo: gerencia@teleantioquia.com.co; info@teleantioquia.com.co;

Doctora

AMANDA JAIMES

Gerente

Telecafé

Correo: gerencia@telecafe.tv; programacion@telecafe.tv;

Doctor

ANDRÉS ESCALONA

Gerente

Teleislas

Correo: gerencia@teleislas.com.co; programacion@teleislas.com.co;



Calle 59A BIS No. 5-53, Edificio Link Siete Sesenta, piso 9 Bogotá, D.C.
 Código postal 110231 - Teléfono +57 601 319 8300
 Línea gratuita nacional 018000 919278