



ALCALDÍA DE SANTA MARTA
Distrito Turístico, Cultural e Histórico

DECRETO No. **459**

04 NOV 2025

POR MEDIO DEL CUAL SE ADOPTA UNA RESOLUCIÓN No. 00213 DE 22 DE ENERO DEL 2025 EMITIDA POR EL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL Y SE DICTAN MEDIDAS SOBRE DIVULGACIÓN POLÍTICA Y PROPAGANDA ELECTORAL EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA

EL ALCALDE DEL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA

en uso de sus atribuciones legales, en especial las conferidas por el numeral 1° del Artículo 315 de la Ley 136 de 1994, el Artículo 45 de la Ley 1551 de 2012, el Artículo 40 de la Ley 743 de 2002, el Decreto Distrital 668 de 2001, el Acuerdo 017 del 17 de agosto de 2001 y el Decreto 017 de 17 de enero de 2023,

CONSIDERANDO:

Que el artículo 2° de la Constitución Política de Colombia consagra como uno de los fines esenciales del Estado el de facilitar la participación de todos los ciudadanos en las decisiones que los afectan y en la vida pública, así como promover las condiciones necesarias para que la igualdad sea real y efectiva.

Que la Constitución Política de Colombia, en su artículo 313, numeral 9, atribuye a los Municipios la función Dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio., lo que incluye la regulación del uso del espacio público para garantizar su preservación estética y el acceso equitativo a los medios de difusión política;

Que, en lo relativo al espacio público, el artículo 5° de la Ley 9 de 1989 lo define como aquel constituido por los inmuebles de uso público, los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, y los destinados al uso o disfrute colectivo, tales como calles, plazas, parques y demás espacios urbanos.

Que el interés superior del espacio público radica en garantizar su destinación al uso común y al ejercicio de las libertades constitucionales —en especial la libertad de expresión—, así como en preservarlo como bien de uso público sometido a la protección y gestión del Estado en beneficio de la colectividad.

Que se entiende por espacio público aquel constituido por inmuebles de uso público, los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, y los destinados a su aprovechamiento en beneficio de la colectividad, tales como calles, plazas, parques y demás espacios urbanos, conforme al artículo 139 de la Ley 1801 de 2016.

Que el interés superior del espacio público radica en la garantía de su uso para el ejercicio de las libertades constitucionales, en particular la de expresión, y en su preservación como bien de uso público.

La propaganda electoral, en su calidad de manifestación constitucionalmente protegida de la libertad de expresión, solo podrá someterse a restricciones proporcionales que no menoscaben indebidamente su ejercicio, las cuales deberán ceñirse estrictamente a los plazos temporales y normas sobre atributos distintivos previstos en el artículo 35 de la Ley 1475 de 2011 (Por La Cual Se Adoptan Reglas De Organización Y Funcionamiento De Los Partidos Y Movimientos Políticos, De Los Procesos Electorales), sin menoscabo alguno de



los derechos de terceros y en estricta armonía con los principios constitucionales de igualdad y pluralismo político.

Que el artículo 22 de la Ley 130 de 1994 establece que: "Los partidos políticos, movimientos y candidatos a cargos de elección popular podrán hacer divulgación política y propaganda electoral por los medios de comunicación, en los términos de la presente Ley";

Que el artículo 29 de la misma ley dispone que corresponde a los alcaldes y registradores municipales regular la forma, características, 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, 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 su estética. Adicionalmente, podrán limitar el número de vallas, afiches y elementos publicitarios destinados a dicha difusión;

Que, conforme al artículo 29 ibidem, los alcaldes deben señalar 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 participantes en la elección, con el fin de asegurar una distribución equitativa;

Que el mismo artículo prohíbe a los partidos, movimientos o grupos políticos utilizar bienes privados para desplegar este tipo de propaganda sin la autorización del propietario o poseedor;

Que, en su calidad de primera autoridad de policía, el alcalde podrá exigir a los representantes de los partidos, movimientos y candidatos que hubieren realizado propaganda en espacios públicos no autorizados, la restitución de estos al estado anterior al uso indebido, y garantizar el cumplimiento de dicha obligación antes de conceder las respectivas autorizaciones;

Que, en relación con la recolección de firmas para la inscripción de candidaturas, el Consejo Nacional Electoral (CNE), mediante concepto 02162 de 2013, ha precisado que: "Si puede desplegarse publicidad para, de manera concreta, promocionar el proceso de recolección de firmas de apoyo que permita inscribir candidaturas por parte de las organizaciones políticas que no gozan de personería jurídica. Sin embargo, en desarrollo de dicho proceso no podrá efectuarse publicidad tendiente a lograr implícita o explícitamente el voto de la ciudadanía, o la divulgación de la propuesta de gobierno o proyecto político del candidato, pues la misma derivaría en propaganda electoral y quedaría sometida a los límites, condiciones y consecuencias que la rigen";

Que los artículos 1° y 3° de la Ley 140 de 1994 definen la publicidad exterior visual como "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 y similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas", y establecen que podrá colocarse en todos los lugares del territorio nacional, salvo en: a) las áreas que constituyen espacio público según las normas municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas, expedidas con fundamento en la Ley 9ª de 1989 o las que la modifiquen o sustituyan (sin perjuicio de su colocación en recintos para espectáculos públicos, paraderos de transporte público y



elementos de amoblamiento urbano, bajo las condiciones determinadas por las autoridades competentes); b) dentro de los 200 metros de distancia de bienes declarados monumentos nacionales; c) donde lo prohíban los concejos municipales y distritales, conforme a los numerales 70 y 90 del artículo 313 de la Constitución Política; d) en propiedad privada sin consentimiento del propietario o poseedor; y e) sobre infraestructura estatal, como postes de redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y similares;

Que el artículo 9° de la Ley 140 de 1994 dispone que la publicidad exterior visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal, atenten contra las leyes de moral o buenas costumbres, o generen confusión con la señalización vial e informativa; asimismo, prohíbe el uso de palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el respeto debido a figuras o símbolos históricos nacionales, o contra creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos. Toda publicidad debe contener el nombre y teléfono del propietario; Que la Ley 1475 de 2011 define la propaganda electoral 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, según la citada ley, la propaganda solo podrá realizarse a través de los medios de comunicación social y del espacio público dentro de los sesenta (60) días anteriores a la fecha de la votación respectiva, y la que emplee el espacio público podrá efectuarse dentro de los tres (3) meses anteriores a dicha fecha;

Que el artículo 37 de la Ley 1475 de 2011 establece que en la propaganda electoral solo podrán utilizarse símbolos, emblemas o logotipos previamente registrados ante el Consejo Nacional Electoral por los partidos, movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos, coaliciones o comités de promotores, los cuales no podrán incluir o reproducir símbolos patrios, los de otros partidos o movimientos, ni ser iguales o generar confusión con otros previamente registrados;

Que, en cumplimiento del artículo 37 ibidem, es deber del Consejo Nacional Electoral establecer 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 el artículo 139 de la Ley 1801 de 2016 define el espacio público como "el conjunto de muebles e inmuebles públicos, bienes de uso público, bienes fiscales, áreas protegidas y de especial importancia ecológica, y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, usos o afectación a la satisfacción de necesidades colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de todas las personas en el territorio nacional";

Que, conforme al artículo 139 ibidem, constituyen espacio público, entre otros: el subsuelo, el espectro electromagnético, las áreas para circulación peatonal, en bicicleta y vehicular, la recreación pública activa o pasiva; las franjas de retiro de edificaciones, fuentes de agua, humedales, rondas de cuerpos de agua, parques, plazas, zonas verdes; las instalaciones de servicios públicos básicos; el amoblamiento urbano; las obras de interés público y elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos, paisajísticos y artísticos; los terrenos para preservación de playas marinas y fluviales, bajamar y sus elementos protegidos; la zona de seguridad de vías férreas; las estructuras de transporte masivo; y,



en general, todas las zonas afectadas al interés colectivo manifiesto y conveniente para uso o disfrute colectivo;

Que el artículo 140 de la Ley 1801 de 2016 enumera comportamientos contrarios al cuidado e integridad del espacio público, destacándose para los efectos del presente decreto el numeral 12, relativo a la ocupación indebida o alteración de su estética mediante elementos publicitarios no autorizados;

Que el Consejo Nacional Electoral, mediante Resolución No. 3819 de 2020 (Radicado 14121 de 2019), manifestó que, distinta de la propaganda electoral, es la propaganda para promover una candidatura por firmas, entendida como aquella que realizan los Grupos Significativos de Ciudadanos para motivar el apoyo ciudadano materializado en la firma de postulación. No obstante, si dicha propaganda no especifica explícitamente el fin de recolección de firmas y busca implícita o explícitamente obtener el voto del elector, más allá del apoyo con firma, se considerará propaganda electoral propiamente dicha;

Que, en el Concepto con Radicado 4081 de 2015, el Consejo Nacional Electoral indicó que se pueden adelantar actividades promocionales sin que ello configure propaganda electoral, siempre que se limiten a la recolección de firmas; en tal sentido, los Grupos Significativos de Ciudadanos pueden realizar acciones divulgativas encaminadas exclusivamente a dicho proceso, incluyendo el uso de la fotografía del futuro candidato con el logo, símbolo y nombre del grupo, previamente registrado ante la organización electoral, con el único fin de promocionar la recolección de firmas para la futura inscripción de la candidatura;

Que el Acuerdo Distrital No. 001 del 16 de octubre de 2020 define el espacio público en el Distrito de Santa Marta como "el conjunto de inmuebles públicos, y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados destinados por naturaleza, usos o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de los habitantes";

Que, según el citado Acuerdo Distrital, el Sistema de Espacio Público en el Distrito de Santa Marta lo conforman, entre otros componentes: parques, plazas, alamedas, paseos peatonales, redes viales y de movilidad peatonal, servidumbres viales, fachadas, zonas libres de equipamientos, mobiliario urbano, playas, el sistema de cerros, rondas hídricas de ecosistemas estratégicos para regulación y abastecimiento de agua, ecosistemas marino-costeros, espacio privado afecto al espacio público (antejardines) y fachadas;

Que el Consejo Nacional Electoral, mediante las Resoluciones Nos. 00213, 00215 y 00216 del veintidós (22) de enero de 2025, establecieron los números máximos de cuñas radiales, avisos en publicaciones escritas, vallas publicitarias y cuñas en televisión (cuando corresponda) que pueden utilizar los partidos y movimientos políticos, los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidatos en las elecciones atípicas de cargos de elección popular durante el año 2025, en distritos y municipios de primera categoría como Santa Marta: para las elecciones atípicas de 2025, hasta cincuenta (50) cuñas radiales diarias, cada una de hasta veinticinco (25) segundos de duración, hasta ocho (8) avisos hasta el tamaño de una página por edición en periódicos y revistas de circulación local, departamental o nacional, hasta catorce (14) vallas con un área máxima de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados cada una, y hasta nueve (9) cuñas televisivas diarias, cada una de hasta treinta (30) segundos de duración;



Que, con el fin de dar cumplimiento a las normas citadas y garantizar el acceso equitativo, la preservación del espacio público y el respeto al marco electoral, se hace necesario regular la publicidad política y la propaganda electoral de los partidos, movimientos políticos, movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que participen en las elecciones territoriales;

Que, en mérito de lo expuesto,

DECRETA:

ARTÍCULO PRIMERO. — REGULACIÓN DE LAS MEDIDAS SOBRE PROPAGANDA ELECTORAL. Adóptase en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, de primera categoría, el contenido de la Resolución No. 00213 de 2025, expedida por el Consejo Nacional Electoral el veintidós (22) de enero de 2025 y publicada en ediciones especiales del Diario Oficial, mediante las cuales se determinan los límites máximos de propaganda electoral en televisión (cuando sea procedente), radio, publicaciones impresas y vallas publicitarias, aplicables a los partidos y movimientos políticos, movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidatos en las elecciones atípicas para los años.

En consecuencia, dentro de la jurisdicción del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, únicamente podrán utilizarse los siguientes elementos de publicidad y/o propaganda electoral exterior visual, sin exceder los límites cuantitativos máximos establecidos por campaña y tipo de elección, en concordancia con el artículo 37 de la Ley 1475 de 2011:

1. Elecciones atípicas de 2025 (Resolución No. 00213 de 2025):

- a) Cuñas radiales: Hasta cincuenta (50) cuñas diarias de hasta veinticinco (25) segundos cada una. Las cuñas podrán emitirse en una o varias emisoras, sin acumularse entre días.
- b) Cuñas televisivas: Hasta nueve (9) cuñas diarias de hasta treinta (30) segundos cada una, contratadas en uno o varios canales. No se permite acumulación de emisiones.
- c) Avisos impresos: Hasta ocho (8) avisos diarios, de hasta una (1) página por edición, en periódicos o revistas de circulación local, departamental o nacional.
- d) Vallas publicitarias: Hasta catorce (14) vallas, con un área máxima de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados cada una.

ARTÍCULO SEGUNDO. — PROHIBICIONES GENERALES. Prohíbese la instalación de propaganda electoral en los siguientes lugares, de acuerdo con el artículo 29 de la Ley 130 de 1994, el artículo 24 de la Ley 996 de 2005 y la Ley 140 de 1994:

- a) En el espacio público, salvo en los sitios expresamente autorizados por la autoridad competente, previa consulta con el comité de representantes de las organizaciones políticas.
- b) Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales tales como:
 - Antiguo Hospital San Juan de Dios
 - Casa de la Aduana
 - Catedral Basilica de Santa Marta



- Claustro de San Juan Nepomuceno
 - Edificio Sede del Instituto Técnico Industrial
 - Edificio Sede del Liceo Celedón
 - Estación del Ferrocarril Pozos Colorados
 - Estación del Ferrocarril Santa Marta
 - Fuerte de San Fernando
 - Fuerte El Morro
 - Quinta de San Pedro Alejandrino
 - Sector Antiguo de la ciudad de Santa Marta (Centro Histórico)
 - Teatro Santa Marta
 - Estación del Ferrocarril Bonda
 - Estación del Ferrocarril Gaira
 - Capilla de San Jerónimo Iglesia de Mamatoco
- c) Iglesia de San Francisco de Asís, En predios privados sin consentimiento expreso y escrito de su propietario o poseedor.
- d) Sobre infraestructura estatal, tales como postes, puentes, torres o cualquier estructura pública.

PARÁGRAFO. Las prohibiciones se extienden a murales pintados a mano y cualquier forma de propaganda que afecte la estética urbana o la conservación de bienes de interés cultural, conforme al inciso primero del artículo 29 de la Ley 130 de 1994.

ARTÍCULO TERCERO. — PROHIBICIONES ESPECÍFICAS. Se prohíbe la instalación de vallas en el conjunto de inmuebles públicos, y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados destinados por naturaleza, usos o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de los habitantes; especialmente en:

1. Parques, Plazas, Alamedas, Paseos peatonales, Redes viales y de movilidad peatonal del sistema de movilidad, Servidumbres viales, Fachadas, Zonas libres de Equipamientos, Mobiliario urbano, Playas, El Sistema de cerros, Las rondas hídricas de los ecosistemas estratégicos para regulación y abastecimiento de agua y ecosistemas marino-costeros, Espacio privado afecto al espacio público como antejardines y Fachadas.
2. Las áreas protegidas de que trata el Decreto distrital 668 de 2001.
3. En el Centro Histórico, conforme las restricciones establecidas, en los edificios o sedes de entidades públicas.
4. En las reservas naturales y en las rondas hídricas y zonas de manejo y preservación ambiental, exceptuando las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales deberán ser armónicas con el objeto de esta normatividad.
5. En los estadios o sitios dedicados a las prácticas deportivas no se podrá ubicar vallas que contengan publicidad y propaganda electoral.
6. Sobre los elementos naturales de los cerros, colinas y elevaciones naturales (montañas, superficies rocosas y árboles) situadas en el entorno del paisaje urbano del Distrito de Santa Marta, tales como son: la Isla-Fortaleza de El Morro, Cerro del Veladero o Punta Betín, Isla de la Ensenada en el Rodadero, Isla agua, acantilados y elevaciones de las bahías situadas en la jurisdicción del Distrito de Santa Marta.



PARÁGRAFO PRIMERO: Se prohíbe la utilización de publicidad política o propaganda electoral a menos de cien (100) metros de colegios oficiales y puestos de votación.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los grupos significativos de ciudadanos que realizan la recolección de firmas para motivar a la ciudadanía a apoyar con su firma la postulación de una persona para que se convierta en candidata, no podrán realizar ningún tipo de publicidad tendiente a lograr implícita o explícitamente el voto de la ciudadanía o la divulgación de la propuesta de gobierno o proyecto político del candidato; en caso de que así ocurra será considerada por las autoridades como propaganda electoral quedando sometida a los límites, condiciones y consecuencias establecidas por las autoridades electorales..

ARTÍCULO TERCERO. — PERMISOS. Corresponde al Departamento Administrativo Distrital de Sostenibilidad Ambiental —DADSA— otorgar los permisos para la instalación de publicidad exterior visual electoral, conforme al Acuerdo Distrital No. 016 de 2002, modificado por el Acuerdo No. 005 de 2003, y previo cumplimiento de los límites y requisitos establecidos en las Resoluciones Nos. 00213, 00215 y 00216 de 2025 del Consejo Nacional Electoral y la Ley 140 de 1994.

PARÁGRAFO. Los requisitos y procedimientos podrán consultarse en la página web oficial o en las oficinas del DADSA, conforme a la normatividad vigente.

ARTÍCULO CUARTO. — SANCIONES. El Departamento Administrativo Distrital de Sostenibilidad Ambiental —DADSA— ejercerá las acciones sancionatorias derivadas del incumplimiento de las disposiciones sobre publicidad exterior visual electoral, conforme a la Ley 140 de 1994 y al Decreto Distrital No. 668 de 2001.

La Secretaría de Gobierno Distrital reportará al Consejo Nacional Electoral los casos en que se excedan los límites autorizados o se empleen medios no permitidos, para efectos de investigación y sanción conforme a los artículos 39 de la Ley 130 de 1994 y 37 de la Ley 1475 de 2011.

ARTÍCULO QUINTO. — DESMONTE. El DADSA ordenará el retiro inmediato de todo elemento publicitario que incumpla lo dispuesto en la Ley 140 de 1994, el Decreto Distrital No. 668 de 2001, las resoluciones del Consejo Nacional Electoral y el presente decreto.

Los partidos, movimientos y grupos significativos de ciudadanos contarán con un término de ocho (8) días calendario, contados desde el día siguiente a la respectiva elección, para retirar la totalidad de la propaganda electoral instalada, so pena de las sanciones administrativas y electorales correspondientes.

ARTÍCULO SEXTO. — INCUMPLIMIENTO. Las autoridades competentes impondrán las medidas correctivas y sancionatorias establecidas en la ley a quienes incumplan el presente decreto, garantizando el derecho al debido proceso previsto en el artículo 29 de la Constitución Política.

ARTÍCULO SEPTIMO. — COMUNICACIONES. Comuníquese el presente decreto a la Secretaría de Gobierno Distrital, al Comandante de la Policía Metropolitana, al Consejo Nacional Electoral, al Registrador Especial, al Director del DADSA, a la Procuraduría



ALCALDÍA DE SANTA MARTA
Distrito Turístico, Cultural e Histórico

459

C. C. 4

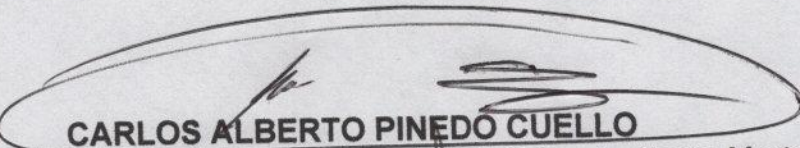
04 NOV 2025

General de la Nación, a los directores de los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos.

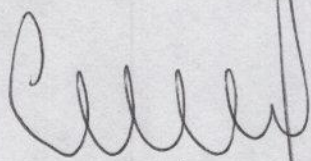
ARTÍCULO OCTAVO: VIGENCIA Y DEROGATORIA. El presente Decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga todas disposiciones que le sean contrarias.

Dado en el Distrito Turístico, cultural e Histórico de Santa Marta, a los

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE


CARLOS ALBERTO PINEDO CUELLO

Alcalde del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta


CAMILO ANDRÉS GEORGE DÍAZ
Secretario de Gobierno Distrital

PROYECTÓ:

LAUREN ROSA PAREJA ARAUJO
Contratista -Asesora Jurídica Dirección de Asuntos Locales y Participación

REVISÓ:

ALEXIS ZAPATA QUINTERO
Líder de Programa
Participación Comunitaria
Dirección de Asuntos Locales y de Participación

REVISÓ:

PAOLA GÓMEZ BOLAÑO
Directora DADSA

REVISÓ:

JOSÉ RODOLFO MARTÍNEZ CAMARGO
Director Jurídico del Distrito de Santa Marta