

Policy Brief: La grieta del proselitismo digital en Colombia

Lecciones analíticas tras la Resolución 3413 de 2026 del Consejo Nacional Electoral

Fundación Tejiendo Democracia (FUNDETEJE)

RESUMEN EJECUTIVO

- El marco sancionatorio electoral de Colombia (Leyes 130 de 1994 y 1475 de 2011) se diseñó para medios analógicos y hace bastante tiempo. Por ende, hoy es insuficiente para fiscalizar el proselitismo digital descentralizado.
- Tras la radicación del Barómetro de Transparencia Digital (95 hallazgos de propaganda disfrazada de noticias/post en redes sociales) por parte de FUNDETEJE, la Resolución 3413 de 2026 del CNE confirmó que ninguna norma legal obliga hoy a usar la etiqueta "PPP" en redes sociales. Sin embargo, ordenó remitir el expediente al Fondo de Financiación para una auditoría financiera.
- Urge reformar la Ley Estatutaria Electoral para tipificar la pauta encubierta. Además, se debe exigir la interoperabilidad entre los repositorios de pauta de las plataformas digitales y el aplicativo Cuentas Claras.

1. LA TENSIÓN ENTRE EL PRINCIPIO DE LEGALIDAD Y LA JURISPRUDENCIA REGLAMENTARIA (REGLAS DE JUEGO)

Las leyes 130 de 1994 y 1475 de 2011 son la columna vertebral de la propaganda electoral en Colombia. Ambos instrumentos estructuraron sus prohibiciones bajo un esquema analógico, centralizado y vertical: vallas en espacio público, prensa escrita, cuñas radiales y televisión.

Es cierto que el CNE logró avances importantes, clave mediante las Resoluciones 2126 de 2020 y 3580 de 2023 al clasificar las plataformas digitales como medios de comunicación y exigir el reporte de esos gastos. No obstante, la Resolución 3413 de 2026 ratifica los límites de la vía administrativa. En virtud de los principios constitucionales de legalidad y tipicidad, la autoridad electoral no puede crear sanciones, infracciones o deberes formales (como la marcación obligatoria "PPP") sin una ley previa aprobada por el Congreso.

Esta limitación genera una zona gris. Hoy en día, portales digitales y creadores de contenido difunden piezas con llamados explícitos al voto —lo que el artículo 35 de la Ley 1475 de 2011 define como propaganda electoral— amparándose bajo las figuras de "libertad de expresión" y una presunta "espontaneidad".

2. DEL ARCHIVO SANCIONATORIO A LA AUDITORÍA FINANCIERA EN CUENTAS CLARAS

Aunque la investigación no terminó en una sanción administrativa directa para los portales no declarados, el conjunto de pruebas de FUNDETEJE sentó un precedente operativo de alto impacto. En su Artículo Segundo, la Sala Plena del CNE ordenó trasladar todo el expediente y la matriz de 95 hallazgos al Fondo Nacional de Financiación de Partidos y Campañas Electorales.

Esta medida cambia el foco del control: ya no persigue al intermediario digital, sino que activa la verificación contable sobre los candidatos en la plataforma Cuentas Claras.

Bajo el Artículo 6 de la Resolución 215 de 2025 del CNE, todo apoyo publicitario prestado por terceros debe coordinarse con la campaña e ingresarse formalmente como una donación en especie. Si la auditoría del Fondo de Financiación concluye que los candidatos se beneficiaron de dicho proselitismo y omitieron su registro, se podría configurar una infracción por violación de topes o por faltar al deber de rendición de cuentas.

3. PROPUESTA DE MEJORAS AL RÉGIMEN DE PROPAGANDA DIGITAL

La experiencia de la Resolución 3413 de 2026 demuestra que la vía reglamentaria del CNE llegó a su límite institucional. Para garantizar la integridad de las elecciones en el presente, FUNDETEJE propone una agenda de reforma legislativa y tecnológica basada en cuatro pilares:

- **Reforma a la Ley Estatutaria Electoral:** Incorporar una definición explícita de "propaganda electoral digital" que obligue a identificar visiblemente al financiador en cualquier contenido promocionado por terceros, portales o creadores de contenido.
- **Tipificación de la Pauta Encubierta:** Facultar legalmente al CNE para sancionar económicamente a personas naturales o jurídicas que monetizen u omitan la declaración de contenidos proselitistas sin el debido registro en el libro contable de la campaña beneficiada.
- **Interoperabilidad Tecnológica:** Exigir por ley la integración técnica (vía API u homologación de datos) entre los repositorios públicos de anuncios de las plataformas digitales (Meta, Google, TikTok) y el aplicativo Cuentas Claras del CNE, automatizando el cruce de auditorías en tiempo real.
- **Transparencia Algorítmica:** Obligar a las plataformas a mantener bibliotecas de anuncios auditables con datos desagregados sobre el origen de los fondos, montos invertidos y segmentación territorial en Colombia.

4. FUENTES Y REFERENCIAS NORMATIVAS

Resoluciones y Actos Administrativos

- Consejo Nacional Electoral. (2026, 21 de julio). Resolución Sala Plena No. 3413 de 2026 [Por la cual se resuelve la solicitud presentada por la Fundación Tejiendo Democracia]. Expediente No. CNE-E-DG-2026-016348. Sistema de Consulta de Actos Administrativos del CNE.
- Consejo Nacional Electoral. (2025, 22 de enero). Resolución No. 00215 de 2025 [Por la cual se define el número máximo de cuñas radiales, de avisos en publicaciones escritas y de vallas publicitarias... y se adoptan medidas para garantizar la inspección, vigilancia y control]. Diario Oficial No. 52.800. Alcaldía Mayor de Bogotá - Régimen Legal
- Consejo Nacional Electoral. (2020). Resolución No. 2126 de 2020 y Resolución No. 3580 de 2023 [Doctrina sobre la clasificación de plataformas digitales y redes sociales como medios de comunicación social]. Repositorio Institucional CNE.

Marcos Legales y Estatutarios

- Congreso de la República de Colombia. (2011, 14 de julio). Ley Estatutaria 1475 de 2011. Por la cual se adoptan reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos y de los procesos electorales. Diario Oficial No. 48.130.
- Congreso de la República de Colombia. (1994, 23 de marzo). Ley 130 de 1994. Estatuto Básico de los partidos y movimientos políticos. Diario Oficial No. 41.280.

Informes Técnicos e Insumos Cívicos

- Fundación Tejiendo Democracia [FUNDETEJE]. (2026, abril). Barómetro de Transparencia en Publicidad Digital – Elecciones Congreso 2026: Matriz de 95 Hallazgos (Informe Técnico No. 1). Repositorio Digital FUNDETEJE.