



# OEP

Órgano Electoral Plurinacional  
Bolivia

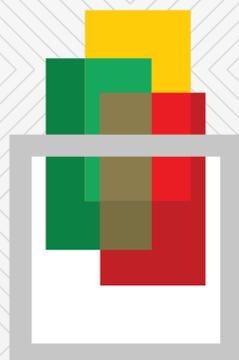
DEMOCRACIAS EN EJERCICIO

## REGLAMENTO DE PROPAGANDA Y CAMPAÑA ELECTORAL

Aprobado por Resolución de Sala Plena  
**TSE-RSP-ADM N° 030/2020**  
La Paz, 14 de enero de 2020

modificado por Resolución de Sala Plena  
**TSE-RSP-ADM N° 098/2020**  
La Paz, 03 de marzo de 2020

modificado por Resolución de Sala Plena  
**TSE-RSP-ADM N° 112/2020**  
La Paz, 13 de marzo de 2020



ELECCIONES  
GENERALES  
**2020**

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA



# TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL

## REGLAMENTO DE PROPAGANDA Y CAMPAÑA ELECTORAL

### ELECCIONES GENERALES 2020

#### TÍTULO I PROPAGANDA Y CAMPAÑA ELECTORAL

##### CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

**Artículo 1. (Objeto y marco legal).**- Este reglamento regula la propaganda electoral en medios de comunicación y en actos públicos de campaña durante procesos electorales. Se fundamenta en la Constitución Política del Estado, la Ley N° 018 del Órgano Electoral Plurinacional, la Ley N° 026 del Régimen Electoral y la Ley N° 1096 de Organizaciones Políticas.

**Artículo 2. (Período de regulación).**- El Tribunal Supremo Electoral regula la propaganda electoral en medios de comunicación y en campañas electorales, desde la emisión de la convocatoria hasta la publicación oficial de resultados.

**Artículo 3. (Principios).** Los principios que rigen la aplicación del presente reglamento son:

- a) **Acceso a la información**, que garantiza la disposición libre, oportuna y diversa de fuentes o soportes informativos.
- b) **Deliberación democrática**, para la promoción y ejercicio del intercambio de ideas y argumentos entre los distintos actores, en el marco de la pluralidad, la diversidad y el respeto.
- c) **Participación informada**, que contribuye el ejercicio consciente y responsable de los derechos políticos de la ciudadanía en el proceso electoral.
- d) **Libertad de expresión**, que garantiza el derecho de manifestar libremente y sin restricciones ni censura previa, ideas, opiniones y posiciones políticas por cualquier medio, en el marco de la democracia intercultural y paritaria.
- e) **Máxima publicidad** para la difusión de información amplia, plural y diversa.



- f) **Pluralismo y equilibrio**, a fin de garantizar la presencia equitativa de los diversos actores en la agenda informativa y de opinión en los medios de comunicación.
- g) **Ciudadanía activa**, que garantiza la participación responsable y la movilización ciudadana, sin requisitos previos.
- h) **Transparencia**, por el que todas las fuentes, las fases, las acciones y los sujetos del proceso electoral son accesibles para el conocimiento público y el control social.

**Artículo 4. (Definiciones).** Los términos empleados en el presente reglamento se rigen por las siguientes definiciones:

- a) **Información pública:** es todo mensaje producido, procesado, difundido y resguardado por las servidoras y servidores públicos de todos los niveles y entidades del Estado, con fines estrictamente informativos.
- b) **Información periodística:** es todo mensaje formalizado y difundido en cualquier género y formato periodístico, a través de medios de comunicación de masas y sus versiones digitales.
- c) **Opinión:** es toda expresión valorativa, manifestada por cualquier medio, respecto a hechos relacionados con el proceso electoral.
- d) **Opinión periodística:** es toda expresión valorativa formalizada y difundida en formatos periodísticos de opinión, a través de medios de comunicación de masas y sus versiones digitales.
- e) **Campaña electoral:** es el conjunto de acciones individuales o grupales que realizan organizaciones políticas, candidatas y candidatos para ganar el apoyo ciudadano y solicitar el voto en el período que precede a la elección, tanto en espacios públicos como a través de:
  - i. Actos de inicio y cierre de campaña.
  - ii. Reuniones públicas, mítines, asambleas, cabildos, marchas, caminatas, concentraciones y otras expresiones públicas.
  - iii. Pegado y distribución de banderas, afiches, carteles, banners, pasacalles, volantes, trípticos u otros materiales impresos o promocionales e instalación de vallas publicitarias, gigantografías y pantallas estáticas o móviles.
  - iv. Difusión de mensajes sonoros o audiovisuales a través de medios alternativos, como altavoces, parlantes o perifoneo.
  - v. Difusión de mensajes mediante redes sociales digitales.
- f) **Propaganda electoral pagada:** es todo mensaje difundido en un espacio o tiempo contratado por organizaciones políticas, con el propósito de promover y/o solicitar el voto a través de:



- i. Medios de comunicación de masas: televisión, cine, radio, periódicos y revistas.
  - ii. Medios digitales. Agencias de noticias, periódicos, revistas, canales de televisión y radios que se difunden por internet.
  - iii. Redes sociales digitales, que difunden publicidad pagada.
- g) Propaganda electoral gratuita:** es todo mensaje difundido sin costo, a través de los medios de comunicación del Estado, para promover igual acceso a la difusión y propaganda electoral.
- h) Propaganda gubernamental:** es todo mensaje difundido, por los niveles nacional, departamental y municipal, así como de la Asamblea Legislativa Plurinacional, las Asambleas Departamentales, los Concejos Municipales, las empresas estatales o en las que el Estado tenga participación, en un determinado espacio o tiempo contratado en medios de comunicación, medios en espacios públicos o digitales.
- i) Fortalecimiento público:** es la subvención indirecta con recursos del Tesoro General de la Nación a organizaciones políticas y alianzas, para facilitar su acceso a propaganda gratuita en medios de comunicación.
- j) Franja horaria:** es el conjunto de programas previstos por un medio de comunicación durante un período determinado, debe contener el horario y tiempo de transmisión, el título, el tipo de cada programa y cualquier información adicional.
- k) Programa:** es un conjunto de emisiones periódicas transmitidas por televisión o radio, agrupadas bajo un título, en las que se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales.
- l) Tanda:** sucesión de anuncios publicitarios que se emiten antes, durante y después de un programa de radio o televisión.

**Artículo 5. (Actos públicos de campaña electoral).** La difusión o fijación de cualquier material impreso, pintado, cartel, afiche, volante o análogo de campaña electoral en espacios públicos, de cualquier naturaleza, y la realización de actos públicos de campaña no deberán perjudicar la estética y la higiene urbana; estarán sujetas a disposiciones y sanciones establecidas y aplicadas por los gobiernos municipales. Para acceder al uso de espacios de propiedad privada o particular, la organización política, alianza o candidatura deberá contar previamente con autorización escrita del propietario.

## **CAPÍTULO II REGISTRO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Artículo 6. (Obligatoriedad).** Todos los medios de comunicación de alcance nacional, departamental, regional o local que deseen habilitarse para la difusión de propaganda electoral pagada deben registrarse ante el Tribunal Electoral correspondiente. El registro se realizará en formato impreso o digital, mediante el formulario establecido por el Servicio Intercultural de Fortalecimiento



Democrático (SIFDE), en el que consignarán sus tarifas por concepto de publicidad comercial y de transmisiones en vivo y en diferido,

Deberán registrarse también los medios digitales que tengan dominio propio (páginas independientes, medios de comunicación, radios y canales de Internet).

En caso de las redes sociales, el Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático registrará las cuentas oficiales en Facebook, Instagram y Twitter de las candidaturas y de las organizaciones políticas y hará un monitoreo por muestreo, verificando contenidos. El Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático debe remitir una copia del reporte de monitoreo a la Unidad de Fiscalización del Tribunal Supremo Electoral.

**Artículo 7. (Requisitos).** Los documentos requeridos para el registro y habilitación del medio de comunicación son:

- a) Carta de solicitud dirigida al Tribunal Electoral correspondiente, firmada por la persona propietaria o representante legal del medio de comunicación, acompañando copia simple del poder notariado, si corresponde.
- b) Fotocopia simple de la cédula de identidad del o la propietaria o representante legal.
- c) Fotocopia simple del NIT del medio.
- d) Domicilio legal del medio de comunicación, número de fax o dirección de correo electrónico, para fines de notificación. En caso de registro físico el medio adjuntará una nota donde indique dirección, domicilio, teléfono, correo electrónico y otras referencias de contacto actualizadas.
- e) Fotocopia del certificado del Registro de Comercio, si corresponde.
- f) Testimonio de protocolización de sociedad accidental, que acredite la representación legal, para el registro de redes de medio de comunicación a nivel nacional.
- g) Declaración jurada en la que señale que no tiene impedimento para difundir propaganda para el fortalecimiento público, ni para ser contratada por el Estado, la cobertura efectiva del medio de comunicación, detalle de franjas horarias, tandas, programas y sus alternativas, espacios y tarifas correspondientes para difusión de propaganda electoral, según el formato establecido para tal efecto, y la disponibilidad para difusión de propaganda electoral. El medio de comunicación indicará en su declaración jurada si corresponde para difundir propaganda de fortalecimiento público y/o propaganda electoral pagada. La declaración jurada se presentará en un formulario que puede ser descargado de la página web del Órgano Electoral Plurinacional [www.oep.org.bo](http://www.oep.org.bo).



Los medios de comunicación nacional y las redes nacionales deben registrarse en el Tribunal Supremo Electoral; los medios de comunicación del nivel departamental y/o municipal en los Tribunales Electorales Departamentales.

**Artículo 8. (Tarifas).** Las tarifas inscritas por los medios de comunicación no podrán ser superiores al promedio de las cobradas efectivamente por concepto de publicidad comercial durante el semestre previo al acto electoral, y deberán ser iguales para todas las organizaciones políticas y alianzas que contraten propaganda electoral pagada en elecciones generales.

**Artículo 9. (Plazos e instancias).**

- I. El registro de medios de comunicación para difundir propaganda electoral se realizará desde el día siguiente a la publicación del Calendario Electoral hasta cuarenta y cinco (45) días antes de la jornada de votación. El registro digital tiene validez legal y formal con la fecha y hora del registro web. Los documentos escaneados deben llevar las firmas y sellos correspondientes.
- II. El trámite se hará ante el Tribunal Supremo Electoral, en el caso de medios de comunicación de alcance nacional, o cuando su actividad abarque dos o más departamentos, y ante los Tribunales Electorales Departamentales respectivos si se trata de medios de comunicación de alcance departamental, regional o local.
- III. De evidenciarse omisión de datos o documentos subsanables, el Tribunal Electoral correspondiente otorgará un plazo de tres (3) días hábiles, para que el medio de comunicación cumpla con los requisitos exigidos.

**Artículo 10. (Habilitación).**

- I. Cinco (5) días calendario después de concluida la inscripción en el registro, el Tribunal Electoral correspondiente publicará en su portal web la lista de los medios de comunicación habilitados para la difusión de propaganda electoral pagada y por fortalecimiento público y el detalle de tarifas inscritas.
- II. Los medios habilitados para difundir propaganda electoral por fortalecimiento público, están obligados a difundir las piezas comunicacionales de las organizaciones políticas o alianzas, salvo que incurra en alguna de las prohibiciones establecidas en la Ley de Régimen Electoral o contravenga este Reglamento.

**Artículo 11. (Actualización de Registro).** El registro de los medios de comunicación habilitados para realizar la difusión de propaganda electoral pagada se mantiene para futuros procesos electorales, referendos o revocatorias de mandato, pudiendo actualizar su tarifario y, si corresponde, los datos que hubieran cambiado, adjuntando la documentación pertinente.



## **CAPÍTULO IV RÉGIMEN DE PROPAGANDA ELECTORAL PAGADA**

### **Artículo 12. (Autorización).**

- I. Las organizaciones políticas y alianzas que presenten candidaturas están autorizadas para realizar propaganda electoral, por cualquier medio, dentro los plazos establecidos.
- II. Ninguna entidad pública de cualquier nivel del Estado o de las entidades territoriales indígena originario campesinas puede realizar propaganda durante un proceso de elecciones generales.

### **Artículo 13. (Contenido de la propaganda).**

- I. Toda pieza de propaganda electoral, en cualquier formato, deberá estar claramente identificada con el nombre y símbolo del partido político o alianza que la promueve. Para el cumplimiento del monitoreo de propaganda, las organizaciones políticas deben identificar en las piezas comunicacionales (spots y cuñas) si el material es difundido en el ámbito “nacional” o “departamental”. El mensaje debe estar situado en el cuadrante inferior derecho del mensaje audiovisual y en cuñas radiofónicas, inmediatamente después del mensaje “espacio solicitado”. Los medios de comunicación son responsables de hacer cumplir esta disposición.
- II. La propaganda electoral emitida en los distintos medios de comunicación debe ser identificada antes de su difusión, o en un espacio visible en el caso de impresos, como “espacio solicitado”. Esta identificación en medios audiovisuales debe tener como duración al menos un (1) segundo. Para televisión debe producirse en fondo negro con texto en letras blancas.
- III. Las piezas audiovisuales emitidas deben consignar el lenguaje de señas, sin excepción. Debe estar ubicado en la parte inferior derecha con un tamaño mínimo de 350 por 350 pixeles en fondo gris o blanco y el intérprete con vestimenta de color negro.

### **Artículo 14. (Período de propaganda electoral en elecciones generales).**

La propaganda electoral podrá ser difundida únicamente en los siguientes periodos:

- a) En actos públicos de campaña, desde noventa (90) días antes de los comicios hasta setenta y dos (72) horas antes de la jornada electoral. En caso de segunda vuelta electoral, o repetición de elección por empate o anulación de mesa, el plazo para los actos públicos de campaña será desde la convocatoria hasta setenta y dos (72) horas antes del día de la segunda votación.
- b) En medios de comunicación, desde treinta (30) días antes de los comicios hasta setenta y dos (72) horas antes de la jornada electoral. En caso de segunda vuelta electoral, o repetición de elección por



empate o anulación de mesa, el plazo para la propaganda en medios de comunicación será desde la convocatoria hasta setenta y dos (72) horas antes del día de la segunda votación.

#### **Artículo 15. (Límites de la propaganda electoral).**

- I. La propaganda electoral de cada partido político o alianza está sujeta a los siguientes tiempos y espacios máximos en cada medio de comunicación:
  - a) En redes y canales de televisión y en redes y emisoras de radio de alcance nacional, un máximo de diez (10) minutos diarios.
  - b) En canales de televisión y emisoras de radio de alcance departamental, regional o municipal, un máximo de diez (10) minutos diarios.
  - c) En periódicos, un máximo de dos (2) páginas diarias y una separata semanal de hasta doce (12) páginas, en tamaño tabloide.
  - d) En revistas, un máximo de dos (2) páginas y una separata de hasta doce (12) páginas por edición.
- II. Los tiempos y espacios máximos de difusión para cada medio de comunicación contemplarán la sumatoria de propaganda electoral pagada, gratuita y por fortalecimiento público.
- III. Los actos públicos de proclamación de candidaturas y cierres de campaña pueden ser difundidos por los medios de comunicación por un lapso máximo de dos (2) horas continuas o discontinuas, que se computarán en el período comprendido para la difusión de propaganda electoral pagada. La transmisión deberá identificarse como “espacio solicitado” durante todo el tiempo de difusión. La difusión por un lapso de 2 horas continuas o discontinuas corresponde exclusivamente al acto de proclamación de candidatura y de cierre de campaña en el periodo de la propaganda electoral pagada.
- IV. Los medios de comunicación habilitados para difundir propaganda electoral son responsables del cumplimiento de los límites máximos.

#### **Artículo 16. (Proclamación de candidaturas y cierres de campaña).**

- I. Las organizaciones políticas o alianzas deben comunicar al Tribunal Electoral correspondiente, la realización de actos de proclamación y cierre de campaña y si es que serán difundidos en directo o diferido por redes o canales de televisión y redes o estaciones de radio, para fines de control y monitoreo; el incumplimiento a esta disposición constituye falta electoral.
- II. La comunicación deberá hacerse llegar dentro las setenta y dos (72) horas previas a la realización del acto, y deberá contener el lugar, fecha y horario donde se desarrollará el acto y si corresponde, el medio de comunicación y horario de difusión.



**Artículo 17. (Responsabilidad por el contenido).** Las organizaciones políticas o alianzas que contraten propaganda electoral en los medios de comunicación son responsables de su contenido.

## **CAPÍTULO V RÉGIMEN DE PROPAGANDA ELECTORAL GRATUITA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTADO**

**Artículo 18. (Obligación de difusión).**

- I. Todos los medios de comunicación estatales están obligados a la difusión gratuita de propaganda electoral, de acuerdo al siguiente detalle:
  - a) En canales de Televisión estatal tres (3) minutos por cada organización política o alianza.
  - b) En emisoras de radio estatales tres (3) minutos por cada organización política o alianza.
  - c) En periódicos estatales una (1) separata semanal.
- II. La difusión se realizará de conformidad a los planes de difusión elaborados por el Tribunal Supremo Electoral para cada medio. El incumplimiento por parte de los medios de comunicación estatales constituirá falta electoral.

**Artículo 19. (Periodo).** La difusión gratuita de propaganda electoral en medios de comunicación del Estado se realizará según lo establecido en el Calendario Electoral.

**Artículo 20. (Sorteo para difusión).** El Tribunal Supremo Electoral, a través del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático, convocará a las y los delegados de organizaciones políticas y alianzas que participan en las Elecciones Generales, hasta cuarenta y cinco (45) días antes del día de la votación, para el sorteo del orden de difusión de la propaganda electoral gratuita. La inasistencia del o la delegada de la organización política o alianza no invalidará el acto de sorteo.

**Artículo 21. (Plan de difusión).**

- I. El Tribunal Supremo Electoral, a través del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático, elaborará el plan de difusión para cada medio de comunicación estatal, en base a la información de la programación y de espacios que brinden dichos medios de comunicación estatales.
- II. El plan consignará en detalle las franjas y espacios de propaganda electoral gratuita por partido político y alianza, garantizando igual tiempo y espacio para cada uno, según el orden resultante del sorteo de ubicación.
- III. El plan de difusión será remitido por el Tribunal Supremo Electoral a los medios de comunicación estatales, hasta treinta y cinco (35) días antes de la jornada electoral.



### **Artículo 22. (Responsabilidad).**

- I. Los medios de comunicación estatales son responsables por la difusión de propaganda electoral gratuita de acuerdo al plan de difusión elaborado y enviado por el Tribunal Supremo Electoral.
- II. Las organizaciones políticas y alianzas son responsables del contenido de las piezas comunicacionales a ser difundidas por concepto de propaganda electoral gratuita en medios estatales.

### **Artículo 23. (Material de difusión).**

- I. Las organizaciones políticas y alianzas que postulan candidatas y candidatos en las elecciones generales, remitirán las piezas comunicacionales a los medios estatales en los que se realizará la difusión, con al menos cinco (5) días de anticipación al inicio del periodo de difusión de la propaganda electoral.
- II. Las piezas comunicacionales deberán remitirse en el formato y condiciones técnicas requeridas por cada medio de comunicación.
- III. Los spots televisivos y cuñas radiofónicas deben tener treinta (30) segundos de duración y cumplir con todas las condiciones establecidas para la propaganda electoral.
- IV. Las franjas de propaganda electoral gratuita en medios audiovisuales serán identificadas por el medio, antes de su difusión, como “espacio de propaganda gratuita”.
- V. Los artes de prensa deben tener una resolución gráfica de calidad y respetar los tamaños establecidos en el plan de difusión.

## **CAPÍTULO VI RÉGIMEN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL**

### **Artículo 24. (Restricciones a la difusión de propaganda gubernamental).**

Desde treinta (30) días antes hasta las veinte (20) horas del día de los comicios, las instituciones públicas, empresas estatales o en las que el Estado tenga participación, no podrán difundir mensajes que contengan frases, imágenes, símbolos o cualquier otro elemento gráfico, sonoro o audiovisual, que promueva la gestión gubernamental.

**Artículo 25. (Autorización).** Durante el periodo de prohibición establecido, no será considerada propaganda gubernamental la difusión de mensajes estrictamente informativos acerca de campañas educativas, de salud y deportes, de servicios públicos o promoción turística y aquellos destinados a la protección civil en situaciones de emergencia, así como información de carácter técnico que sea indispensable e impostergable para la población.



## **CAPÍTULO VII MONITOREO**

**Artículo 26. (Finalidad).** El monitoreo tiene por finalidad verificar que la difusión de propaganda electoral se realiza en cumplimiento a la Ley N° 026 del Régimen Electoral y el presente Reglamento.

### **Artículo 27. (Alcance del monitoreo)**

- I. En la difusión de propaganda electoral, sea pagada o gratuita en medios estatales, se verificará la observancia de las prohibiciones, de los límites máximos diarios y del período establecido para la propaganda electoral.
- II. En la difusión de propaganda electoral gratuita en medios estatales, se verificará el cumplimiento del plan de difusión elaborado por el Tribunal Supremo Electoral.
- III. En la difusión de propaganda gubernamental durante el proceso electoral se verificará la observancia de las prohibiciones establecidas en el presente Reglamento. El monitoreo de propaganda gubernamental se aplicará a las páginas web oficiales de instituciones gubernamentales y de empresas estatales.
- IV. En el periodo que comprende cuarenta y ocho (48) horas antes del día de los comicios hasta diez y ocho (18) horas de la jornada de votación, se realizará el monitoreo de los medios de comunicación a efecto de verificar el respeto de las prohibiciones establecidas en el artículo 122 de la Ley de Régimen Electoral.
- V. En el caso de las redes sociales y medios digitales, se controlará el contenido de las piezas comunicacionales en el marco de los artículos 119 de la Ley 026 y el artículo 50 del Reglamento de Propaganda y Campaña Electoral. No hay control de tiempos y espacios en este tipo de medios.

Para fines de monitoreo, las organizaciones políticas o alianzas que postulen candidaturas en las elecciones generales deberán presentar un plan de difusión de propaganda electoral en medios de comunicación que deberá contener:

- a) Los medios de comunicación en los que se difundirán las piezas comunicacionales de propaganda electoral.
- b) Las franjas, espacios, tiempos y horarios de difusión de sus piezas comunicacionales de propaganda electoral para cada medio de comunicación.

El plan de difusión deberá contemplar los espacios y tiempos contratados para la difusión de propaganda electoral pagada y propaganda electoral por fortalecimiento público.



El plan de difusión deberá ser presentado ante el Tribunal Electoral correspondiente, de acuerdo a la cobertura del medio, hasta setenta y dos (72) horas antes del inicio de periodo para la difusión de propaganda electoral.

En caso de que el partido político o alianza modifique su plan de difusión, deberá comunicarlo al Tribunal Electoral correspondiente, el día hábil anterior a su difusión.

**Artículo 28. (Responsable).**- El Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático del Tribunal Supremo Electoral (SIFDE) y de los respectivos Tribunales Electorales Departamentales ejecutarán el monitoreo de la propaganda electoral difundida en medios de comunicación, según corresponda al alcance nacional, o departamental, regional, municipal y en la jurisdicción de las autonomías indígena originario campesinas, respectivamente, de acuerdo a disponibilidad presupuestaria. Se conformará la Comisión de Análisis SIFDE de propaganda, campaña electoral y elaboración y difusión de estudios de opinión en materia electoral, integrada por funcionarios públicos designados por la Dirección Nacional del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático. En los Tribunales Electorales Departamentales esta comisión está conformada por el Coordinador SIFDE como responsable y el técnico de comunicación y monitoreo.

**Artículo 29. (Reportes de monitoreo).**- Los reportes diarios de monitoreo serán generados por la sección de comunicación e información y remitidos a la Dirección Nacional del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático para su envío a la Comisión de Análisis SIFDE. En los Tribunales Electorales Departamentales los reportes diarios de monitoreo serán remitidos por el responsable del monitoreo al Coordinador SIFDE.

La Comisión de Análisis SIFDE informará si existen o no vulneraciones al régimen de propaganda y campaña electoral, recomendando a la Sala Plena del Tribunal Electoral respectivo las acciones a seguir.

## **TÍTULO II FORTALECIMIENTO PÚBLICO PARA ORGANIZACIONES POLÍTICAS Y ALIANZAS**

### **CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 30. (Fortalecimiento público a organizaciones políticas y alianzas).** Consiste en subvenciones indirectas con recursos del Tesoro General de la Nación destinadas a facilitar su acceso a propaganda gratuita en medios de comunicación audiovisual y prensa de alcance nacional, para impulsar su participación electoral y su vida orgánica, además de garantizar el ejercicio del voto informado durante procesos electorales y el acceso a programas de formación y capacitación en años no electorales.



**Artículo 31. (Administración de recursos).** La gestión y administración de los recursos económicos destinados al fortalecimiento público a organizaciones políticas y alianzas corresponde al Tribunal Supremo Electoral, conforme a ley.

**Artículo 32. (Presupuesto).** El presupuesto requerido por el Tribunal Supremo Electoral para el fortalecimiento público en los comicios será el equivalente al veinte por ciento (20%) del total de recursos presupuestados en las últimas elecciones generales, y deben ser inscritos hasta antes de la emisión de la convocatoria a las elecciones generales.

## **CAPÍTULO II PROPAGANDA ELECTORAL CON RECURSOS DE FORTALECIMIENTO PÚBLICO**

**Artículo 33. (Acceso).** Las organizaciones políticas y alianzas que presenten candidaturas en elecciones generales accederán a la difusión de propaganda electoral en medios de comunicación, financiada con recursos del fortalecimiento público.

**Artículo 34. (Presupuesto para fortalecimiento público).** La Dirección Económica Financiera comunicará a Sala Plena del Tribunal Supremo Electoral para su aprobación mediante Resolución, el monto de presupuesto destinado para fortalecimiento público y la asignación que, bajo los criterios de igualdad y proporcionalidad, corresponden a cada organización política o alianza, la cual no podrá ser modificada.

**Artículo 35. (Asignación de montos).**

- I. El monto específico por concepto de fortalecimiento público que el Tribunal Supremo Electoral asigne a cada organización política o alianza que presente candidaturas en las elecciones generales, será definido mediante la distribución aritmética resultante del criterio de igualdad y, cuando corresponda, el criterio de proporcionalidad, conforme al parágrafo I del artículo 75 de la Ley N° 1096 de Organizaciones Políticas.
- II. El monto establecido será comunicado a cada organización política o alianza, con el detalle de medios de comunicación habilitados y tarifas registradas para difundir propaganda electoral, para la elaboración de su plan de difusión, hasta cubrir el monto total del presupuesto asignado.

**Artículo 36. (Plan de difusión).**

- I. Para el acceso de las organizaciones políticas a la propaganda con recursos de fortalecimiento público, el Tribunal Supremo Electoral asignará y dispondrá las franjas horarias en medios televisivos y radiales de alcance nacional y los espacios en periódicos y revistas de circulación nacional.
- II. Cada organización política y alianza debe entregar al Tribunal Supremo Electoral su plan de difusión



### **Artículo 37. (Criterios de igualdad y proporcionalidad).**

- I. Bajo el criterio de igualdad, el sesenta por ciento (60%) de los recursos para el fortalecimiento público en elecciones generales será dividido por igual entre el número total de organizaciones políticas y alianzas que presenten candidaturas en los comicios.
- II. Aplicando el criterio de proporcionalidad, el restante cuarenta por ciento (40%) será distribuido de acuerdo al porcentaje de votos obtenidos por las organizaciones políticas o alianzas que participaron en el proceso electoral previo.

### **Artículo 38. (Asignación de recursos a alianzas políticas).**

- I. Los recursos recibidos bajo el criterio de proporcionalidad por una organización política que participe en alianza, serán sumados al monto total que le corresponda a ésta.
- II. Si una o más organizaciones políticas hubieran participado en alianza en las elecciones generales previas, para calcular el monto que les corresponda para fortalecimiento público por proporcionalidad, se tomará como referente el cociente que resulte de la división del porcentaje de votos obtenidos por la alianza en la elección previa entre las organizaciones políticas que la conformaron.
- III. El porcentaje de fortalecimiento público asignado bajo el criterio de proporcionalidad a cada organización política o alianza se sumará al porcentaje asignado bajo el criterio de igualdad.

### **Artículo 39. (Recursos no utilizados).**

- I. Si existieran recursos de fortalecimiento público que por cualquier razón no hubieran sido utilizados por una organización política o una alianza, serán debidamente reportados en los estados financieros del Tribunal Supremo Electoral.
- II. En caso de que una organización política o alianza decida no utilizar la propaganda por fortalecimiento público, deberá informar por escrito al Tribunal Supremo Electoral, a través de su delegada o delegado.

**Artículo 40. (Contenido y distribución interna).** Las organizaciones políticas y alianzas que se beneficien con los recursos para el fortalecimiento público deberán:

- I. Respetar en el contenido de las piezas comunicacionales que difundan, las prohibiciones establecidas en la Ley y este reglamento para la propaganda electoral.
- II. Cumplir con los criterios de distribución interna del uso de tiempos y espacio para la propaganda electoral a través del fortalecimiento público.
- III. Garantizar que los tiempos y el espacio definido en los medios de comunicación, esté distribuido de la siguiente forma:



- a) Cincuenta por ciento (50%) para la propaganda del binomio presidencial y programa de gobierno.
- b) Cincuenta por ciento (50%) para las demás candidaturas, garantizando que el veinticinco por ciento (25%) de tiempo y espacio sea destinado a las candidaturas de mujeres, incluyendo a las indígenas originarias campesinas.

### **CAPÍTULO III PROCEDIMIENTO Y PLAZOS PARA LA DIFUSIÓN**

**Artículo 41. (Lista de medios).** El Tribunal Supremo Electoral elaborará una lista de los medios de comunicación registrados y habilitados para difundir propaganda electoral con recursos de fortalecimiento público, incluyendo en cada caso el detalle de sus tarifas según diferentes franjas horarias y espacios, organizados en tres grupos:

- a) Redes de televisión de alcance nacional,
- b) Radios o redes de radio de alcance nacional, y
- c) Periódicos y revistas de circulación nacional.

**Artículo 42. (Planes de difusión).**

- I. Cada una de las organizaciones políticas o alianzas que presenten candidaturas en las elecciones generales definirán su plan de difusión de acuerdo a su estrategia de campaña y propaganda electoral, y según la lista de medios, franjas horarias, espacios y disponibilidad de difusión de propaganda electoral establecidos.
- II. El Tribunal Supremo Electoral recibirá estos planes de difusión para la consolidación de las pautas correspondientes y la contratación de los medios, según la selección realizada.
- III. El plan de difusión y las pautas de las piezas comunicacionales, deberán ser presentados en los formatos y medios determinados por el Tribunal Supremo Electoral, y que en anexo son parte de este reglamento.

**Artículo 43. (Contenido).** Los planes de difusión de las organizaciones políticas y alianzas deben contener:

- a) Los medios de comunicación seleccionados para difundir la propaganda electoral.
- b) Para medios audiovisuales, las franjas horarias, tandas o programas en el que se difundirá la propaganda por fortalecimiento público, y los tiempos y periodos de difusión de las piezas comunicacionales.
- c) Para medios escritos, los espacios y periodos de difusión.

Para los incisos b) y c) se tomarán en cuenta las tarifas registradas por el medio.



**Artículo 44. (Pautas y contratación de medios).** Con arreglo a los planes de difusión de todas las organizaciones políticas y alianzas, el Tribunal Supremo Electoral consolidará las pautas para cada medio de comunicación y según el monto que corresponda a cada una, contratará a los medios de comunicación

**Artículo 45. (Comisión de coordinación).** El Tribunal Supremo Electoral designará una comisión de coordinación del fortalecimiento público, integrada por al menos dos vocales.

**Artículo 46.- (Responsabilidad de los medios).** Los medios de comunicación son responsables de:

- a) Verificar, antes de la difusión, que las piezas comunicacionales no transgredan las prohibiciones establecidas en el artículo 119 de la Ley N° 026 del Régimen Electoral,
- b) Cumplir los límites máximos de difusión establecidos en el presente reglamento, y
- c) Verificar que las piezas comunicacionales sean identificadas con el mensaje “Espacio de fortalecimiento público”, al principio de la difusión en medios audiovisuales, y en el diseño del arte en medios impresos. El incumplimiento de esta disposición será considerado como omisión del pase o publicación.

**Artículo 47. (Suspensión de difusión)**

- I. Mediante resolución expresa el Tribunal Supremo Electoral podrá decidir la suspensión de la difusión de una pieza comunicacional, y solicitar a la organización política o alianza su inmediato reemplazo para garantizar el cumplimiento de la pauta programada.
- II. Los pases no realizados entre la suspensión y el reemplazo de la pieza comunicacional no serán atribuidos al medio de comunicación como incumplimiento ni deberán imponerse multas o resolverse el contrato por esa causa.
- III. En las especificaciones técnicas y el contrato debe establecerse que no se cancelará al medio de comunicación por piezas comunicacionales cuya difusión hubiera sido suspendida.

**Artículo 48. (Responsabilidad de organizaciones políticas y alianzas).** Las organizaciones políticas y alianzas son responsables de:

- a) Diseñar y elaborar los materiales de difusión y piezas comunicacionales para propaganda electoral con recursos de fortalecimiento público.
- b) Respetar el formato establecido para el material de difusión que es:
  - i) Para televisión, spots de hasta 30 segundos.
  - ii) Para radio, cuñas de hasta 1 minuto.



- iii) Para periódicos y revistas, artes de prensa según el formato y tamaño establecido por el medio de comunicación.

Todos los materiales de difusión deben identificarse con un mensaje que diga “Espacio de Fortalecimiento Público”, al principio de su difusión en medios audiovisuales o en un espacio visible en el caso de impresos.

Esta identificación en medios audiovisuales debe tener como duración al menos un (1) segundo, como parte del formato de duración establecido para spots televisivos y cuñas radiales. Para televisión debe producirse en fondo negro con texto en letras blancas.

- c) Garantizar que los contenidos de los materiales de difusión promuevan las candidaturas e informen sobre su programa de gobierno, evitando incurrir en las prohibiciones establecidas en el artículo 119 de la Ley N° 026 del Régimen Electoral. Asimismo, las piezas audiovisuales emitidas deben consignar el lenguaje de señas, sin excepción. Debe estar ubicado en la parte inferior derecha con un tamaño mínimo de 350 por 350 pixeles en fondo gris o blanco y el intérprete con vestimenta de color negro.
- d) Cumplir los criterios de distribución interna de tiempos y espacios asignados por concepto de fortalecimiento público.
- e) Asegurar que las piezas comunicacionales de difusión tengan la calidad técnica necesaria y respeten los formatos establecidos por los medios de comunicación para su difusión.
- f) Entregar oportunamente los materiales de difusión al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático.

En caso de no cumplir con la entrega oportuna del material de difusión (piezas de televisión/radio y artes de prensa) al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático, el partido político o alianza perderá sin reposición la pauta afectada por el incumplimiento.

Los partidos políticos y alianzas podrán reemplazar sus spots, cuñas o artes de prensa, siempre que las piezas nuevas cumplan con las características técnicas y el mismo contenido de las piezas reemplazadas. Bajo ninguna circunstancia podrá cambiarse la pauta de difusión.

La presentación de la nueva pieza para el reemplazo, deberá hacerse al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático con 72 horas de anticipación a la fecha de difusión.

**Artículo 49. (Plazos).** Las actividades establecidas para la implementación del fortalecimiento público, deben regirse por los siguientes plazos:



- a) El registro de medios de comunicación para la difusión de propaganda electoral por fortalecimiento público se realizará desde la publicación de la convocatoria a elecciones generales hasta el 19 de marzo de 2020.
- b) Comunicación oficial a las organizaciones políticas y alianzas del monto asignado por concepto de fortalecimiento público, hasta el 16 de marzo de 2020.
- c) Entrega del material de difusión (spots, cuñas, artes de prensa) de las organizaciones políticas y alianzas al SIFDE, hasta el 20 de marzo de 2020.
- d) Publicación de los medios de comunicación audiovisuales e impresos habilitados para la difusión de propaganda del fortalecimiento público, en el portal web del Órgano Electoral Plurinacional, el 24 de marzo de 2020.
- e) Entrega a las organizaciones políticas y alianzas de la lista de medios de comunicación habilitados para la difusión de propaganda del fortalecimiento público y sus tarifas según franjas horarias y espacios, por el Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático del Tribunal Supremo Electoral para la elaboración de sus planes de difusión y pautas, el 25 de marzo de 2020.
- f) Entrega al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático del Tribunal Supremo Electoral, de los planes de difusión, debidamente firmados y sellados en cada página por los delegados de las organizaciones políticas y alianzas acreditados ante el Tribunal Supremo Electoral, el 27 de marzo de 2020.
- g) Verificación por parte del SIFDE de requisitos técnicos del material de difusión entregado por las organizaciones políticas y alianzas para su posterior remisión y entrega oficial a los medios de comunicación habilitados, hasta el 30 de marzo.

### **TÍTULO III FALTAS Y SANCIONES ELECTORALES DURANTE LA CAMPAÑA ELECTORAL**

#### **CAPÍTULO I APLICACIÓN DE FALTAS ELECTORALES**

**Artículo 50. (Prohibiciones para propaganda electoral).** Además de las prohibiciones para la propaganda electoral establecidas en el artículo 119 de la Ley N° del Régimen Electoral, está prohibida la propaganda electoral que:

- a) Utilice símbolos, lemas, materiales electorales u otros identificativos del Órgano Electoral Plurinacional o de cualquier otro órgano o entidad del Estado.
- b) Utilice la imagen no autorizada de personas individuales, de niñas o niños.



- c) Sea contratada por personas distintas a las organizaciones políticas y alianzas que presentan candidaturas en las elecciones generales.
- d) Sea difundida por medios de comunicación no habilitados.

**Artículo 51. (Prohibiciones durante la campaña electoral).** Además de las prohibiciones establecidas en los artículos 119 y 125 de la Ley del Régimen Electoral, durante la campaña electoral está prohibido utilizar personal, bienes, recursos y servicios de instituciones públicas. De oficio o por denuncia, el Órgano Electoral dispondrá la remoción y destrucción de todo material de campaña electoral que contravenga estas prohibiciones.

**Artículo 52. (Prohibiciones para servidores públicos).** Además de las prohibiciones contenidas en el artículo 126 de la Ley de Régimen Electoral, ninguna persona que ejerza un cargo de la función pública, cualquiera sea su nivel o forma de designación, podrá realizar campaña electoral en horarios laborales, ni podrá utilizar el cargo para hacer propaganda electoral o promover candidaturas. El Órgano Electoral Plurinacional resolverá posibles vulneraciones a las prohibiciones para servidores públicos a partir de denuncia, conforme a los artículos 57, 58, 59 y 60 del Reglamento de propaganda y campaña electoral. El Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático monitorea actividades de campaña en general y de las candidaturas.

**Artículo 53. (Suspensión de difusión).** La suspensión de difusión de propaganda electoral de fortalecimiento público por incumplimiento de las prohibiciones para la difusión de propaganda electoral, se determinará conforme al procedimiento establecido en este reglamento y la Ley del Régimen Electoral.

**Artículo 54. (Sanciones por difusión de propaganda electoral).** Las sanciones y faltas establecidas para la difusión de propaganda son aplicables a la difusión de propaganda por fortalecimiento público, en lo que corresponda.

**Artículo 55. (Faltas electorales).**- Las faltas electorales y sanciones derivadas de la propaganda electoral establecidas en la Ley de Régimen Electoral son las siguientes:

FALTA	SANCIÓN
<b>FALTAS COMETIDAS POR ORGANIZACIONES POLÍTICAS</b>	
1. Contratar la difusión de propaganda electoral fuera del periodo establecido	Multa equivalente al doble de la tarifa promedio inscrita por el medio
2. Difundir propaganda electoral en medios no habilitados	Multa equivalente al doble de la tarifa promedio inscrita por el medio, por el tiempo y espacio utilizados.
3. Contravenir las disposiciones que regulan la difusión de propaganda electoral	Multa equivalente a diez (10) salarios mínimos.
<b>FALTAS COMETIDAS POR CANDIDATAS O CANDIDATOS</b>	

4. Contravenir las disposiciones que regulan la difusión de propaganda electoral	Multa equivalente a cinco (5) salarios mínimos.
5. Dirigir programas o difundir columnas de opinión en medios de comunicación	Inhabilitación
<b>FALTAS COMETIDAS POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	
6. Difundir propaganda electoral fuera del periodo establecido	- Multa equivalente al doble de la tarifa promedio inscrita por el medio; - inhabilitación para su registro en el siguiente proceso electoral - Suspensión de la propaganda
7. Difundir propaganda electoral sin estar habilitado	Multa equivalente al doble de la tarifa más alta registrada por los medios habilitados; inhabilitación para su registro en el siguiente proceso electoral Suspensión de la propaganda
8. Transgredir la prohibición contenida en el 122 incisos a), b) y c) de la Ley de Régimen Electoral, 48 horas antes de la votación y hasta las 18:00 horas de la jornada de votación.	- Multa equivalente al doble del monto de la tarifa más alta inscrita en el OEP, por el tiempo o espacio utilizado; - inhabilitación del medio para difundir propaganda electoral en el siguiente proceso electoral; - Suspensión de la propaganda.
9. Contravenir las disposiciones que regulan la difusión de propaganda electoral	Multa equivalente a diez (10) salarios mínimos.
10. No suspender de inmediato la propaganda que vulnere las prohibiciones establecidas en la regulación electoral	Multa equivalente al doble monto de la tarifa más alta registrada.
<b>FALTAS COMETIDAS POR PERSONAS PARTICULARES</b>	
11. Contravenir las disposiciones que regulan la difusión de propaganda electoral	Multa equivalente a dos (2) salarios mínimos.

**Artículo 56. (Legitimación).** Las denuncias por el incumplimiento de las prohibiciones determinadas en la Ley de Régimen Electoral y reglamentos respecto a la propaganda electoral, podrán ser presentadas por cualquier organización política o alianza que participe en el proceso electoral o por cualquier persona individual o jurídica.

**Artículo 57. (Competencia).** Las faltas electorales se sancionarán de conformidad al procedimiento establecido en la Ley de Régimen Electoral; en el caso de faltas detectadas a través del monitoreo realizado por el SIFDE, serán sancionadas por el Tribunal Electoral que corresponda. Son competentes para conocer las denuncias:

- a) El Tribunal Supremo Electoral en caso de propaganda de alcance nacional.
- b) Los Tribunales Electorales Departamentales cuando la falta sea cometida en el ámbito de su jurisdicción (departamental, regional, municipal y autonomía indígena originario campesina).



**Artículo 58. (Contenido de la denuncia).** La denuncia deberá contener:

- a) Nombre, domicilio y generales del denunciante, correo electrónico para efectos de notificación y copia simple de su cédula de identidad. La denuncia debe estar firmada por la persona denunciante o por el delegado o delegada de la organización política o alianza acreditada ante el Tribunal Electoral correspondiente.
- b) La identificación y domicilio (si es de su conocimiento) de la o el denunciado, sea persona natural o jurídica y la transgresión o falta que se acusa.
- c) La prueba que sustenta la denuncia, que deberá ser idónea, obtenida legalmente y estar relacionada con el hecho denunciado.

**Artículo 59. (Procedimiento).**

- I. Toda denuncia será presentada ante Secretaría de Cámara del Tribunal Electoral correspondiente, que la remitirá en el día a Presidencia del Tribunal Electoral competente, para su tratamiento en Sala Plena.
- II. Si la denuncia no cumple los requisitos, será rechazada “*in limine*” por Secretaría de Cámara.
- III. En caso de cumplimiento de las formalidades exigidas, se correrá en traslado la denuncia a la persona o entidad acusada, que deberá responder en el plazo de tres (3) días hábiles, adjuntando la prueba de descargo pertinente y se solicitarán informes en el mismo plazo a la Dirección Jurídica y/o el Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), según corresponda.
- IV. Con o sin respuesta de la persona o entidad denunciada, el Tribunal Electoral emitirá resolución declarando probada o improbadamente la denuncia.
- V. La resolución que disponiendo la acción y sanción que corresponda será notificada a las partes vía fax, correo electrónico, mensajería o en Secretaría de Cámara.

**Artículo 60. (Apelación).** La resolución del Tribunal Electoral Departamental podrá ser apelada ante el Tribunal Supremo Electoral en efecto devolutivo, en el plazo de dos (2) días, computados a partir de su notificación. Las resoluciones del Tribunal Supremo Electoral son inapelables, irrevisables y de cumplimiento inmediato y obligatorio, conforme determinan los artículos 225 a 227 de la Ley de Régimen Electoral.

**Artículo 61. (Suspensión de propaganda electoral).**

- I. La resolución de suspensión de difusión de una pieza comunicacional, se hará efectiva en un plazo máximo de dos (2) horas en medios audiovisuales y en el caso de medios impresos, a partir de la siguiente edición.



- II. El plazo para suspender la publicidad se computará desde el momento de la notificación, En caso de incumplimiento de la suspensión, se aplicarán las sanciones que la ley y el reglamento que corresponda determinan.

**Artículo 62. (Compensación).** Los medios de comunicación sancionados con una multa económica podrán hacer efectivo el pago a través de tiempos o espacios de difusión de campañas de educación ciudadana, información electoral y desarrollo institucional del Órgano Electoral Plurinacional.

- a) Para hacer efectivo este mecanismo, el medio de comunicación deberá solicitar la compensación al Tribunal Electoral correspondiente, en un plazo de hasta veinte (20) días calendario después de ejecutoriada la resolución que imponga la multa.
- b) Previo informe técnico del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático, la solicitud será considerada en Sala Plena, en caso de ser aceptada, en un plazo no mayor a (30) días calendario será suscrito un acuerdo con el detalle de las condiciones para tal compensación.
- c) El Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático será responsable de verificar el cumplimiento de la compensación acordada, a cuya conclusión presentará a Sala Plena el informe de conformidad correspondiente.

**Artículo 63. (Sanciones contra servidoras o servidores públicos).**- En el caso de que la denuncia contra un servidor o servidora pública sea probada, además de las sanciones aplicadas por el Tribunal Electoral se remitirán antecedentes a la Contraloría General del Estado y al Ministerio Público para la determinación de responsabilidades que correspondan. En caso de servidoras y servidores públicos designados, se remitirán antecedentes al órgano jerárquico competente para que disponga además su destitución.

**Artículo 64. (Remoción y destrucción de materiales de campaña electoral).** En caso de disponerse la destrucción del material electoral denunciado, el Tribunal Electoral Departamental respectivo podrá requerir el auxilio de la fuerza pública si fuera necesario y remitirá antecedentes ante el Ministerio Público, cuando corresponda.

## DISPOSICIONES FINALES

**PRIMERA.** En función a la disposición transitoria segunda de la Ley N° 1096 de Organizaciones Políticas, las agrupaciones ciudadanas de alcance nacional que participen en las Elecciones Generales de 2020 accederán al fortalecimiento público como si fueran un partido político.

**SEGUNDA.** Para todo lo que no se encuentre regulado en la Ley ni en el presente Reglamento, el Tribunal Supremo Electoral emitirá resoluciones, circulares e instructivos, según corresponda.