



GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CÁMARA

(Artículo 36, Ley 5ª de 1992)

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA

www.imprenta.gov.co

ISSN 0123 - 9066

AÑO XXXII - N° 1661

Bogotá, D. C., martes, 28 de noviembre de 2023

EDICIÓN DE 5 PÁGINAS

DIRECTORES:

GREGORIO ELJACH PACHECO

SECRETARIO GENERAL DEL SENADO

www.secretariasenado.gov.co

JAIME LUIS LACOUTURE PEÑALOZA

SECRETARIO GENERAL DE LA CÁMARA

www.camara.gov.co

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PÚBLICO

CÁMARA DE REPRESENTANTES

INFORMES DE CONCILIACIÓN

INFORME DE CONCILIACIÓN PROYECTO DE LEY NÚMERO 163 DE 2022 CÁMARA – 323 DE 2023 SENADO

por medio de la cual se implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal.

Bogotá D.C., 28 de noviembre de 2023

Señores Presidentes,

Senador
IVÁN LEONIDAS NAME VÁSQUEZ
Presidente Senado de la República

ANDRÉS DAVID CALLE AGUAS
Representante
Presidente Cámara de Representantes

Asunto: Informe de Conciliación Proyecto de Ley núm. 163 de 2022 Cámara – 323 de 2023 Senado.

Señores Presidentes,

En cumplimiento con la designación efectuada por las Presidencias del honorable Senado de la República y de la honorable Cámara de Representantes, nos permitimos someter a consideración de las Plenarias de Senado y de la Cámara de Representantes para continuar su trámite correspondiente, el texto conciliado del Proyecto de Ley núm. 163 de 2022 Cámara – 323 de 2023 Senado "Por medio de la cual se implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal".

Atentamente,

ANGÉLICA LOZANO CORREA
Senadora de la República
Partido Alianza Verde

OLGA LUCÍA VELÁSQUEZ NIETO
Representante a la cámara por bogotá
Partido Alianza Verde

INFORME DE CONCILIACIÓN DEL PROYECTO DE LEY NÚM. 163 DE 2022 DE LA CÁMARA DE REPRESENTANTES – 323 DE 2023 SENADO "POR MEDIO DE LA CUAL SE IMPLEMENTA EL MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE LAS ENTIDADES ESTATALES, SE PROHIBEN LAS MARCAS DE GOBIERNO Y SE ESTABLECEN MEDIDAS PARA LA AUSTERIDAD EN LA PUBLICIDAD ESTATAL."

Con el fin de cumplir con el encargo confiado y concluir en una propuesta unificada del texto, procedimos a realizar un estudio comparativo de los textos aprobados en las respectivas cámaras legislativas para establecer las diferencias en materia de conciliación.

El artículo 161 de la Constitución Política establece el mecanismo de subsanación de las posibles discrepancias que pudieran existir entre los textos aprobados en cada una de las Cámaras. En efecto, se dispone que cuando surgen discrepancias en las Cámaras respecto de un proyecto, ambas integrarán comisiones de conciliadores conformadas por un mismo número de Senadores y Representantes, quienes, reunidos conjuntamente, procurarán conciliar los textos. Esa competencia se encuentra reglada en los artículos 186 y siguientes de la Ley 5 de 1992 bajo cuyo tenor le corresponderá a los Presidentes de las Cámaras integrar las Comisiones accidentales que sean necesarias, con el fin de superar las discrepancias que surgieron respecto del articulado de un proyecto.

Sobre las Comisiones Accidentales de Conciliación la jurisprudencia constitucional ha reiterado sus competencias y atribuciones se justifican en la medida en que se busca conciliar o mediar "textos divergentes o disímiles, lo que la faculta para introducir modificaciones a los textos discordantes y crear, si es del caso, textos nuevos, si con ellos se logran superar las divergencias."

En este sentido en la Sentencia C-282 de 1995 la Corte señaló:

"... la función de la comisión accidental a que alude el artículo 161 constitucional es, entonces, la de preparar el texto del artículo o artículos que habrán de reemplazar a aquél o aquellos que presentaron disparidad o diferencia en las plenarios de Senado y Cámara, siempre y cuando se adecuen al querer mayoritario del Congreso Nacional."

En síntesis, para la Corte Constitucional existe un límite material a la función de la comisión de conciliadores el cual se circunscribe a los textos no coincidentes del proyecto aprobado en Cámara y el aprobado en el Senado y, por ende, sobre la materia de que éstos tratan.

Es pertinente resaltar lo explicado en la Sentencia C-500 de 2001 sobre este particular:

* sino no hay discrepancias entre los proyectos aprobados por una y otra Cámara no se genera el presupuesto necesario para que se integren y funcionen, en un caso determinado, las mencionadas comisiones

En consideración de lo anterior, se procede a realizar la conciliación de las discrepancias entre los textos aprobados en la Cámara de Representantes y el Senado de la República de conformidad con el artículo 161 de la Constitución y 186, 187, 188 y 198 de la Ley 5ª de 1992. Esta Comisión Accidental de Conciliación hace constar que debido a la evolución del presente proyecto de ley en el Congreso de la República no hay coincidencia numérica de la totalidad de los artículos, motivo por el cual en aras de mediar esta discrepancia se utilizará como base la numeración del último texto en el tiempo (el aprobado en el Senado de la República) y se conciliará con el artículo que temáticamente corresponda en el texto aprobado por la Cámara de Representantes.

En ese sentido y después del análisis correspondiente, hemos decidido acoger el texto aprobado en el Senado de la República, toda vez que se incluyeron elementos importantes durante el trámite en esta cámara que permitieron llegar a un consenso entre las diferentes posiciones y darle cumplimiento a las recomendaciones presentadas por parte de las instituciones del ejecutivo correspondientes, dentro de sus conceptos, pero se mantienen los elementos fundamentales aprobados en la Cámara, como se muestra a continuación en el cuadro comparativo de los textos aprobados en las Plenarias de Senado y Cámara:



TEXTO APROBADO EN CÁMARA	TEXTO APROBADO EN SENADO	TEXTO CONCILIADO
Artículo 1º. Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer medidas que permitan unificar la imagen de las entidades estatales a través de la implementación del Manual de Identidad Visual, prohibiendo las marcas de gobierno con el fin de impedir que se pierda la identidad institucional, además de establecer medidas que permitan la austeridad en la publicidad estatal.	Artículo 1º. Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer medidas que permitan unificar la imagen de las entidades estatales a través de la implementación del Manual de Identidad Visual, prohibiendo las marcas de gobierno con el fin de impedir que se pierda la identidad institucional, además de establecer medidas que permitan la austeridad en la publicidad estatal.	No hay diferencias entre los textos aprobados por las cámaras.
Artículo 2º. Destinatarios de la ley. Se entenderán como entidades estatales para efectos de esta ley, las siguientes: a) La Nación, las regiones, los departamentos, el distrito capital y los distritos especiales, las áreas metropolitanas, las regiones administrativas y de planificación, las regiones administrativas de planificación especial, las asociaciones de municipios, los municipios; los establecimientos públicos, las Fuerzas Militares, la Policía Nacional, las sociedades de economía mixta en las que el Estado tenga participación superior al cincuenta por ciento (50%), así como las entidades descentralizadas indirectas, los fondos que manejen recursos del	Artículo 2º. Destinatarios de la ley. Se entenderán como entidades estatales para efectos de esta ley, las siguientes: A) La Nación, las regiones, los departamentos, el distrito capital y los distritos especiales, las áreas metropolitanas, las regiones administrativas y de planificación, las regiones administrativas de planificación especial, las asociaciones de municipios, los municipios; los establecimientos públicos, las Fuerzas Militares, la Policía Nacional, las sociedades de economía mixta en las que el Estado tenga participación superior al cincuenta por ciento (50%), así como las entidades descentralizadas indirectas, los fondos que manejen recursos del	Se acoge el texto de Senado que introduce el parágrafo con las salvedades a los destinatarios de la Ley.

erario público y las demás personas jurídicas en las que exista dicha participación pública mayoritaria, cualquiera sea la denominación que ellas adopten, en todos los órdenes y niveles;	erario público y las demás personas jurídicas en las que exista dicha participación pública mayoritaria, cualquiera sea la denominación que ellas adopten, en todos los órdenes y niveles;	
b) El Senado de la República, la Cámara de Representantes, las asambleas departamentales, los concejos municipales y distritales, la Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo de Estado, el Consejo Superior de la Judicatura, la Comisión Nacional de Disciplina Judicial, el Consejo Superior de la Judicatura, la Fiscalía General de la Nación, la Contraloría General de la República, las contralorías departamentales, distritales y municipales, la Procuraduría General de la Nación, las personerías distritales y municipales, la Registraduría Nacional del Estado Civil, los ministerios, los departamentos administrativos, las superintendencias, las unidades administrativas especiales, y, en general, los organismos o dependencias del Estado a los que la Constitución o la ley les encomiende el ejercicio de funciones públicas.	B) El Senado de la República, la Cámara de Representantes, las asambleas departamentales, los concejos municipales y distritales, la Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo de Estado, el Consejo Superior de la Judicatura, la Comisión Nacional de Disciplina Judicial, el Consejo Superior de la Judicatura, la Fiscalía General de la Nación, la Contraloría General de la República, las contralorías departamentales, distritales y municipales, la Procuraduría General de la Nación, las personerías distritales y municipales, la Registraduría Nacional del Estado Civil, los ministerios, los departamentos administrativos, las superintendencias, las unidades administrativas especiales, y, en general, los organismos o dependencias del Estado a los que la Constitución o la ley les encomiende el ejercicio de funciones públicas.	
	<u>Parágrafo. Se excluye de los efectos de este artículo a las sociedades públicas y las sociedades de economía mixta, las empresas industriales y comerciales del Estado, las sociedades oficiales de servicios públicos y las demás entidades descentralizadas creadas por la ley o con su autorización, cuyo objeto</u>	

Artículo 3º. Definiciones. Para la adecuada interpretación, aplicación y, en general, para los efectos de la presente ley, se adoptan las siguientes definiciones: - Manual de Identidad Visual: Documento que contiene los elementos esenciales de la identidad estatal. Dentro del mismo aparecen la marca, el color institucional, las aplicaciones visuales y recomendaciones para el uso de la identidad. - Marca de Ciudad o Territorio: Elemento de comunicación que busca posicionar a una o varias ciudades, distritos o municipios como destinos de turismo, cultura, inversión o cualquier otro valor de apropiación. - Marca de Gobierno: Imagen o eslogan que promueve o hace alusión a un plan de gobierno, grupo político o plan de acción de una persona elegida por periodo fijo o para un cargo directivo. - Publicidad Estatal: Cualquier forma de comunicación y divulgación de información dirigida al público en general, la cual se genere, transmita o divulgue a través de diferentes medios de comunicación y que sean contratados, pagados y/o gestionados por las entidades estatales para dar a conocer sus productos, bienes, servicios, planes, programas, proyectos, campañas, convocatorias, y	<u>principal sea la realización de actividades industriales o comerciales.</u> Artículo 3º. Definiciones. Para la adecuada interpretación, aplicación y, en general, para los efectos de la presente ley, se adoptan las siguientes definiciones: - Manual de Identidad Visual: Documento que contiene los elementos esenciales de la identidad estatal. Dentro del mismo aparecen la marca, el color institucional, las aplicaciones visuales y recomendaciones para el uso de la identidad. - Marca de Ciudad o Territorio: <u>Estrategia</u> de comunicación que busca posicionar a una o varias ciudades, distritos o municipios como destinos de turismo, cultura, inversión o cualquier otro valor de apropiación, <u>a través de uso de signos o mensajes.</u> - <u>Marca de Gobierno: Estrategia de comunicación</u> que promueve o hace alusión a un plan de gobierno, grupo político o plan de acción de una persona elegida por periodo fijo o para un cargo directivo, <u>a través de uso de signos o mensajes.</u> - <u>Publicidad Estatal: Cualquier</u> forma de comunicación y divulgación de información dirigida al público en general, la cual se genere, transmita o divulgue a través de diferentes medios de comunicación y que sean contratados, pagados y/o gestionados por las entidades estatales para dar a conocer sus productos, bienes, servicios, planes, programas, proyectos, campañas, convocatorias, y	Se acoge el texto de Senado que incluyó algunas aclaraciones a las definiciones.
---	--	--

demás actividades relacionadas con sus funciones y competencias legales. - Vocería: Calidad oficial habilitada para comunicar el cumplimiento de las funciones públicas por parte de las entidades estatales. Generalmente la vocería de las entidades públicas reposa en sus representantes legales y/o directores administrativos. Las vocerías pueden ejercerse a través de cuentas habilitadas en redes sociales o a través de las oficinas de comunicaciones.	demás actividades relacionadas con sus funciones y competencias legales. - Vocería: Calidad oficial habilitada para comunicar el cumplimiento de las funciones públicas por parte de las entidades estatales. Generalmente la vocería de las entidades públicas reposa en sus representantes legales y/o directores administrativos. Las vocerías pueden ejercerse a través de cuentas habilitadas en redes sociales o a través de las oficinas de comunicaciones.	
Artículo 4º. Manual de Identidad Visual de las Entidades Estatales (MIV). Las entidades estatales a las que hace referencia el artículo 2º, ajustarán su identidad visual para lo cual deberán adoptar un Manual de Identidad Visual dentro de los seis (6) meses siguientes, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el cual observará los siguientes parámetros: a) El Manual de Identidad Visual deberá desarrollar como mínimo los siguientes elementos esenciales: la identidad institucional, el color institucional, las vocerías y cuentas institucionales y las aplicaciones visuales a utilizar en la publicidad, los bienes consumibles y no consumibles, así como los bienes inmuebles y muebles; b) Se prohíbe cualquier uso o implementación de marca de gobierno. Será incompatible cualquier reforma al Manual de Identidad Visual que contenga símbolos, imágenes o	Artículo 4º. Manual de Identidad Visual de las Entidades Estatales (MIV). Las entidades estatales a las que hace referencia el artículo 2º, ajustarán su identidad visual para lo cual deberán adoptar un Manual de Identidad Visual dentro de los seis (6) meses siguientes, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el cual observará los siguientes parámetros: a) El Manual de Identidad Visual deberá desarrollar como mínimo los siguientes elementos esenciales: la identidad institucional, el color institucional, las vocerías y las aplicaciones visuales a utilizar en la publicidad, los bienes consumibles y no consumibles, así como los bienes inmuebles y muebles; b) Se prohíbe cualquier uso o implementación de marca de gobierno. Será incompatible cualquier reforma al Manual de Identidad Visual que contenga	No hay diferencias entre los textos aprobados por las cámaras.

<p>mensajes alusivos a las marcas de gobierno;</p> <p>c) En las entidades del orden nacional, se deberá utilizar el Escudo de Armas de la República de Colombia como logotipo acompañado del nombre de la entidad correspondiente. Solo podrá complementarse con el nombre de la unidad, oficina, secretaría u despacho adscrito;</p> <p>d) En las entidades del orden territorial, deberá emplearse como logotipo el escudo o la bandera que corresponda por su valor histórico y cultural a cada ente territorial, acompañado del nombre de la entidad;</p> <p>e) Las entidades estatales podrán emplear excepcionalmente un uso de logotipo distinto al del escudo o la bandera del orden nacional o territorial según corresponda, siempre que se acredite la apropiación cultural e histórica de otro logo, circunstancia que deberá motivarse dentro del respectivo manual;</p> <p>f) El Manual de Identidad Visual deberá mantener la neutralidad política y religiosa. Los símbolos, imágenes, mensajes o elementos identitarios no podrán hacer alusión a partidos o movimientos políticos;</p> <p>g) El Manual de Identidad Visual no podrá contener elementos alusivos al Plan de Gobierno, Plan de Desarrollo o Plan de Acción del gobierno o dirección administrativa que lo apruebe;</p>	<p>símbolos, imágenes o mensajes alusivos a las marcas de gobierno;</p> <p>c) En las entidades del orden nacional, se deberá utilizar el Escudo de Armas de la República de Colombia como logotipo acompañado del nombre de la entidad correspondiente. Solo podrá complementarse con el nombre de la unidad, oficina, secretaría u despacho adscrito;</p> <p>d) En las entidades del orden territorial, deberá emplearse como logotipo el escudo o la bandera que corresponda por su valor histórico y cultural a cada ente territorial, acompañado del nombre de la entidad;</p> <p>e) Las entidades estatales podrán emplear excepcionalmente un uso de logotipo distinto al del escudo o la bandera del orden nacional o territorial según corresponda, siempre que se acredite la apropiación cultural e histórica de otro logo, circunstancia que deberá motivarse dentro del respectivo manual;</p> <p>f) El Manual de Identidad Visual deberá mantener la neutralidad política y religiosa. Los símbolos, imágenes, mensajes o elementos identitarios no podrán hacer alusión a partidos o movimientos políticos;</p> <p>g) El Manual de Identidad Visual no podrá contener elementos alusivos al Plan de Gobierno, Plan de Desarrollo o</p>		<p>h) El manual no podrá contener alusiones a ningún movimiento ciudadano, partido político y/o personalidades políticas.</p> <p>Parágrafo 1º. Las entidades u organismos adscritos cumplirán las disposiciones del Manual de Identidad Visual de la entidad estatal de manera obligatoria.</p> <p>Parágrafo 2º. El Manual de Identidad Visual deberá ser ampliamente socializado con el fin de que la ciudadanía realice comentarios, sugerencias u observaciones sobre el mismo, las cuales serán relacionadas en un anexo del Manual de Identidad Visual.</p> <p>Parágrafo 3º. La verificación sobre el cumplimiento del Manual de Identidad Visual de cada entidad, será realizada por el Departamento Administrativo de la Función Pública, quien a su vez emitirá un informe anual evidenciando el grado de avance y formulando recomendaciones a cada entidad específica, para la adecuada implementación del manual.</p> <p>El mencionado departamento administrativo, también revisará las modificaciones al Manual de Identidad Visual que realicen las entidades y aquellas podrán solicitarle concepto previamente a adoptarias, mediante escrito motivado.</p> <p>Parágrafo 4º. La presente disposición no aplicará para la implementación de la Marca Ciudad o Territorio.</p>	<p>Plan de Acción del gobierno o dirección administrativa que lo apruebe;</p> <p>h) El manual no podrá contener alusiones a ningún movimiento ciudadano, partido político y/o personalidades políticas.</p> <p>Parágrafo 1º. Las entidades u organismos adscritos cumplirán las disposiciones del Manual de Identidad Visual de la entidad estatal de manera obligatoria.</p> <p>Parágrafo 2º. El Manual de Identidad Visual deberá ser ampliamente socializado con el fin de que la ciudadanía realice comentarios, sugerencias u observaciones sobre el mismo, las cuales serán relacionadas en un anexo del Manual de Identidad Visual.</p> <p>Parágrafo 3º. La verificación sobre el cumplimiento del Manual de Identidad Visual de cada entidad, será realizada por el Departamento Administrativo de la Función Pública, quien a su vez emitirá un informe anual evidenciando el grado de avance y formulando recomendaciones a cada entidad específica, para la adecuada implementación del manual.</p> <p>El mencionado departamento administrativo, también revisará las modificaciones al Manual de Identidad Visual que realicen las entidades y aquellas podrán solicitarle concepto previamente a adoptarias, mediante escrito motivado.</p> <p>Parágrafo 4º. La presente disposición no aplicará para la</p>	
<p>Artículo 5º. De la obligación de conservar la imagen institucional. Será función de la dirección administrativa o quien haga sus veces de cada entidad estatal según corresponda, la conservación de la imagen institucional en los bienes inmuebles y muebles estatales y de la imposición en la señalética en la infraestructura de los edificios y demás bienes estatales.</p> <p>Las entidades estatales que trata el artículo 2º de la presente ley, solo podrán erogar recursos para cambiar la señalética existente en los bienes inmuebles en coherencia con la austeridad del gasto estatal, y en concordancia con el Manual de Identidad Visual de la entidad.</p> <p>Artículo 6º. Prohibiciones. Se prohíbe todo gasto en la publicidad de naturaleza estatal, que tenga el objeto de autopromocionar, enaltecer o denigrar la imagen de funcionarios del gobierno nacional o territorial a través de la promoción de sus cuentas personales en redes sociales, y/o de partido o movimiento político y marcas de gobierno.</p> <p>La publicidad que se realice en los procesos de rendición de cuentas y presentación de informes de gestión no podrá contener marcas de gobierno.</p>	<p>implementación de la Marca Ciudad o Territorio.</p> <p>Artículo 5º. De la obligación de conservar la imagen institucional. Será función de la dirección administrativa o quien haga sus veces de cada entidad estatal según corresponda, la conservación de la imagen institucional en los bienes inmuebles y muebles estatales y de la imposición en la señalética en la infraestructura de los edificios y demás bienes estatales.</p> <p>Las entidades estatales que trata el artículo 2º de la presente ley, solo podrán erogar recursos para cambiar la señalética existente en los bienes inmuebles en coherencia con la austeridad del gasto estatal, y en concordancia con el Manual de Identidad Visual de la entidad.</p> <p>Lo dispuesto en el presente artículo deberá sujetarse a las disponibilidades presupuestales, al Marco de Gasto de Mediano Plazo y al Marco Fiscal de Mediano Plazo.</p> <p>Artículo 6º. Prohibiciones. Se prohíbe todo gasto en la publicidad de naturaleza estatal, que tenga el objeto de autopromocionar, enaltecer o denigrar la imagen de funcionarios del gobierno nacional o territorial a través de la promoción de sus cuentas personales en redes sociales, y/o de partido o movimiento político y marcas de gobierno.</p> <p>La publicidad que se realice en los procesos de rendición de cuentas y presentación de informes de gestión no podrá contener marcas de gobierno.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado que incorpora las recomendaciones dadas por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.</p> <p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<p>También se prohíbe la imposición de mensajes, imágenes y marcas de gobierno en los bienes inmuebles y muebles donde funcionen instituciones y entidades públicas.</p> <p>Parágrafo 1º. Sin perjuicio de la participación mediática originada en la invitación, entrevista, reportaje y/u otra actividad del curso ordinario de la libertad de prensa, la prohibición de la que trata este artículo será extensiva a toda destinación de fondos provenientes del Presupuesto Público que tenga por objeto autopromocionar o enaltecer la imagen de funcionarios del gobierno nacional o territorial, y/o de partido o movimiento político y marcas de gobierno en los medios de comunicación.</p> <p>Parágrafo 2º. Esta disposición se aplicará sin perjuicio de la utilización por parte de las entidades estatales de otros medios para garantizar el derecho de información de los ciudadanos, aplicando las normas y principios de la transparencia y acceso a la información pública.</p> <p>Parágrafo 3º. Esta disposición no afecta lo dispuesto por la normativa en materia de financiación estatal de campañas políticas.</p> <p>Artículo 7º. De las vocerías de las entidades estatales. Las entidades estatales adoptarán dentro del Manual de Identidad Visual las cuentas autorizadas para el ejercicio de la vocería</p>	<p>También se prohíbe la imposición de mensajes, imágenes y marcas de gobierno en los bienes inmuebles y muebles donde funcionen instituciones y entidades públicas.</p> <p>Parágrafo 1º. Esta disposición se aplicará sin perjuicio de la utilización por parte de las entidades estatales de otros medios para garantizar el derecho de información de los ciudadanos, aplicando las normas y principios de la transparencia y acceso a la información pública.</p> <p>Parágrafo 2º. Esta disposición no afecta lo dispuesto por la normativa en materia de financiación estatal de campañas políticas.</p> <p>Artículo 7º. De las vocerías de las entidades estatales. Las entidades estatales adoptarán dentro del Manual de Identidad Visual las cuentas autorizadas para el ejercicio de la vocería</p>	<p>No hay diferencias entre los textos aprobados por las cámaras.</p>

<table border="1"> <tr> <td data-bbox="253 448 423 793"> <p>institucional con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación.</p> <p>Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarse las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.</p> <p>No se podrá erogar presupuesto público sobre cuentas personales de quienes ocupen los cargos públicos distintas a las cuentas designadas para el ejercicio de la vocería.</p> </td> <td data-bbox="423 448 594 793"> <p>institucional con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación.</p> <p>Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarse las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.</p> <p>No se podrá erogar presupuesto público sobre cuentas personales de quienes ocupen los cargos públicos distintas a las cuentas designadas para el ejercicio de la vocería.</p> </td> <td data-bbox="594 448 773 793"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="253 793 423 1117"> <p>Artículo 8º. De la austeridad del gasto en la publicidad estatal. Se prohíbe el gasto estatal de imagen o identidad que promueva las marcas de gobierno. Las entidades estatales no podrán realizar la contratación de nuevos elementos distintivos hasta tanto se haya adoptado el Manual de Identidad Visual que trata la presente ley.</p> <p>No obstante, las entidades estatales podrán continuar utilizando los elementos distintivos, papelería y material impreso o contratado hasta su agotamiento. En todo caso, la transición entre entidades institucionales se hará con criterios de conservación del ambiente con el fin de generar la menor afectación posible.</p> </td> <td data-bbox="423 793 594 1117"> <p>Artículo 8º. De la austeridad del gasto en la publicidad estatal. Se prohíbe el gasto estatal de imagen o identidad que promueva las marcas de gobierno. Las entidades estatales no podrán realizar la contratación de nuevos elementos distintivos hasta tanto se haya adoptado el Manual de Identidad Visual que trata la presente ley.</p> <p>No obstante, las entidades estatales podrán continuar utilizando los elementos distintivos, papelería y material impreso o contratado hasta su agotamiento. En todo caso, la transición entre entidades institucionales se hará con criterios de conservación del ambiente con el fin de generar la menor afectación posible.</p> </td> <td data-bbox="594 793 773 1117"> <p>Se acoge el texto de Senado.</p> </td> </tr> </table>	<p>institucional con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación.</p> <p>Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarse las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.</p> <p>No se podrá erogar presupuesto público sobre cuentas personales de quienes ocupen los cargos públicos distintas a las cuentas designadas para el ejercicio de la vocería.</p>	<p>institucional con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación.</p> <p>Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarse las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.</p> <p>No se podrá erogar presupuesto público sobre cuentas personales de quienes ocupen los cargos públicos distintas a las cuentas designadas para el ejercicio de la vocería.</p>		<p>Artículo 8º. De la austeridad del gasto en la publicidad estatal. Se prohíbe el gasto estatal de imagen o identidad que promueva las marcas de gobierno. Las entidades estatales no podrán realizar la contratación de nuevos elementos distintivos hasta tanto se haya adoptado el Manual de Identidad Visual que trata la presente ley.</p> <p>No obstante, las entidades estatales podrán continuar utilizando los elementos distintivos, papelería y material impreso o contratado hasta su agotamiento. En todo caso, la transición entre entidades institucionales se hará con criterios de conservación del ambiente con el fin de generar la menor afectación posible.</p>	<p>Artículo 8º. De la austeridad del gasto en la publicidad estatal. Se prohíbe el gasto estatal de imagen o identidad que promueva las marcas de gobierno. Las entidades estatales no podrán realizar la contratación de nuevos elementos distintivos hasta tanto se haya adoptado el Manual de Identidad Visual que trata la presente ley.</p> <p>No obstante, las entidades estatales podrán continuar utilizando los elementos distintivos, papelería y material impreso o contratado hasta su agotamiento. En todo caso, la transición entre entidades institucionales se hará con criterios de conservación del ambiente con el fin de generar la menor afectación posible.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="911 461 1081 638"> <p>Parágrafo. Las entidades estatales destinatarias de la presente ley privilegiarán el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en sus estrategias comunicativas internas y externas, prefiriendo el uso de comunicaciones digitales para la reducción de papelería y material impreso.</p> </td> <td data-bbox="1081 461 1252 638"></td> <td data-bbox="1252 461 1430 638"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="911 638 1081 731"> <p>Artículo 9º. Vigencia y derogatorio. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p> </td> <td data-bbox="1081 638 1252 731"> <p>Artículo 9º. Vigencia y derogatoria. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p> </td> <td data-bbox="1252 638 1430 731"> <p>No hay diferencias entre los textos aprobados por las cámaras.</p> </td> </tr> </table>	<p>Parágrafo. Las entidades estatales destinatarias de la presente ley privilegiarán el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en sus estrategias comunicativas internas y externas, prefiriendo el uso de comunicaciones digitales para la reducción de papelería y material impreso.</p>			<p>Artículo 9º. Vigencia y derogatorio. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>Artículo 9º. Vigencia y derogatoria. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>No hay diferencias entre los textos aprobados por las cámaras.</p>
<p>institucional con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación.</p> <p>Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarse las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.</p> <p>No se podrá erogar presupuesto público sobre cuentas personales de quienes ocupen los cargos públicos distintas a las cuentas designadas para el ejercicio de la vocería.</p>	<p>institucional con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación.</p> <p>Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarse las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.</p> <p>No se podrá erogar presupuesto público sobre cuentas personales de quienes ocupen los cargos públicos distintas a las cuentas designadas para el ejercicio de la vocería.</p>												
<p>Artículo 8º. De la austeridad del gasto en la publicidad estatal. Se prohíbe el gasto estatal de imagen o identidad que promueva las marcas de gobierno. Las entidades estatales no podrán realizar la contratación de nuevos elementos distintivos hasta tanto se haya adoptado el Manual de Identidad Visual que trata la presente ley.</p> <p>No obstante, las entidades estatales podrán continuar utilizando los elementos distintivos, papelería y material impreso o contratado hasta su agotamiento. En todo caso, la transición entre entidades institucionales se hará con criterios de conservación del ambiente con el fin de generar la menor afectación posible.</p>	<p>Artículo 8º. De la austeridad del gasto en la publicidad estatal. Se prohíbe el gasto estatal de imagen o identidad que promueva las marcas de gobierno. Las entidades estatales no podrán realizar la contratación de nuevos elementos distintivos hasta tanto se haya adoptado el Manual de Identidad Visual que trata la presente ley.</p> <p>No obstante, las entidades estatales podrán continuar utilizando los elementos distintivos, papelería y material impreso o contratado hasta su agotamiento. En todo caso, la transición entre entidades institucionales se hará con criterios de conservación del ambiente con el fin de generar la menor afectación posible.</p>	<p>Se acoge el texto de Senado.</p>											
<p>Parágrafo. Las entidades estatales destinatarias de la presente ley privilegiarán el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en sus estrategias comunicativas internas y externas, prefiriendo el uso de comunicaciones digitales para la reducción de papelería y material impreso.</p>													
<p>Artículo 9º. Vigencia y derogatorio. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>Artículo 9º. Vigencia y derogatoria. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>No hay diferencias entre los textos aprobados por las cámaras.</p>											
<p>TEXTO CONCILIADO PROYECTO DE LEY NÚM. 163 DE 2022 DE LA CÁMARA DE REPRESENTANTES - 323 DE 2023 SENADO</p> <p>"POR MEDIO DE LA CUAL SE IMPLEMENTA EL MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE LAS ENTIDADES ESTATALES, SE PROHÍBEN LAS MARCAS DE GOBIERNO Y SE ESTABLECEN MEDIDAS PARA LA AUSTERIDAD EN LA PUBLICIDAD ESTATAL."</p> <p>El congreso de Colombia</p> <p>DECRETA:</p> <p>Artículo 1º. Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer medidas que permitan unificar la imagen de las entidades estatales a través de la implementación del Manual de Identidad Visual, prohibiendo las marcas de gobierno con el fin de impedir que se pierda la identidad institucional, además de establecer medidas que permitan la austeridad en la publicidad estatal.</p> <p>Artículo 2º. Destinatarios de la ley. Se entenderán como entidades estatales para efectos de esta ley, las siguientes:</p> <p>A) La Nación, las regiones, los departamentos, el distrito capital y los distritos especiales, las áreas metropolitanas, las regiones administrativas y de planificación, las regiones administrativas de planificación especial, las asociaciones de municipios, los municipios; los establecimientos públicos, las Fuerzas Militares, la Policía Nacional, las sociedades de economía mixta en las que el Estado tenga participación superior al cincuenta por ciento (50%), así como las entidades descentralizadas indirectas, los fondos que manejen recursos del erario público y las demás personas jurídicas en las que exista dicha participación pública mayoritaria, cualquiera sea la denominación que ellas adopten, en todos los órdenes y niveles;</p> <p>B) El Senado de la República, la Cámara de Representantes, las asambleas departamentales, los concejos municipales y distritales, la Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo de Estado, el Consejo Superior de la Judicatura, la Comisión Nacional de Disciplina Judicial, el Consejo Superior de la Judicatura, la Fiscalía General de la Nación, la Contraloría General de la República, las contralorías departamentales, distritales y municipales, la Procuraduría General de la Nación, las personerías distritales y municipales, la Registraduría Nacional del Estado Civil, los ministerios, los departamentos administrativos, las superintendencias, las unidades administrativas especiales, y, en general, los organismos o dependencias del Estado a los que la Constitución o la ley les encomiende el ejercicio de funciones públicas.</p> <p>Parágrafo. Se excluye de los efectos de este artículo a las sociedades públicas y las sociedades de economía mixta, las empresas industriales y comerciales del Estado societarias y no societarias, las empresas sociales del Estado, las empresas oficiales de</p>	<p>En atención con las consideraciones descritas, los suscritores conciliadores, solicitamos a las plenarios del Senado de la República y de la Cámara de Representantes aprobar el texto de conciliación del Proyecto de Ley núm. 163 de 2022 Cámara - 323 de 2023 Senado "Por medio de la cual se implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal".</p> <p>Atentamente,</p> <p> ANGÉLICA LOZANO CORREA Senadora de la República Partido Alianza Verde</p> <p> OLGA LUCÍA VELÁSQUEZ NIETO Representante a la cámara por Bogotá Partido Alianza Verde</p> <p>servicios públicos y las demás entidades descentralizadas creadas por la ley o con su autorización, cuyo objeto principal sea la realización de actividades industriales o comerciales.</p> <p>Artículo 3º. Definiciones. Para la adecuada interpretación, aplicación y, en general, para los efectos de la presente ley, se adoptan las siguientes definiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manual de Identidad Visual: Documento que contiene los elementos esenciales de la identidad estatal. Dentro del mismo aparecen la marca, el color institucional, las aplicaciones visuales y recomendaciones para el uso de la identidad. - Marca de Ciudad o Territorio: Estrategia de comunicación que busca posicionar a una o varias ciudades, distritos o municipios como destinos de turismo, cultura, inversión o cualquier otro valor de apropiación, a través del uso de signos o mensajes. - Marca de Gobierno: Estrategia de comunicación que promueve o hace alusión a un plan de gobierno, grupo político o plan de acción de una persona elegida por periodo fijo o para un cargo directivo, a través del uso de signos o mensajes. - Publicidad Estatal: Cualquier forma de comunicación y divulgación de información dirigida al público en general, la cual se genere, transmita o divulgue a través de diferentes medios de comunicación y que sean contratados, pagados y/o gestionados por las entidades estatales para dar a conocer sus productos, bienes, servicios, planes, programas, proyectos, campañas, convocatorias, y demás actividades relacionadas con sus funciones y competencias legales. - Vocería: Calidad oficial habilitada para comunicar el cumplimiento de las funciones públicas por parte de las entidades estatales. Generalmente la vocería de las entidades públicas reposa en sus representantes legales y/o directores administrativos. Las vocerías pueden ejercerse a través de cuentas habilitadas en redes sociales o a través de las oficinas de comunicaciones. <p>Artículo 4º. Manual de Identidad Visual de las Entidades Estatales (MIV). Las entidades estatales a las que hace referencia el artículo 2º, ajustarán su identidad visual para lo cual deberán adoptar un Manual de Identidad Visual dentro de los seis (6) meses siguientes, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, el cual observará los siguientes parámetros:</p> <p>a) El Manual de Identidad Visual deberá desarrollar como mínimo los siguientes elementos esenciales: la identidad institucional, el color institucional, las vocerías y cuentas institucionales y las aplicaciones visuales a utilizar en la publicidad, los bienes consumibles y no consumibles, así como los bienes inmuebles y muebles;</p> <p>b) Se prohíbe cualquier uso o implementación de marca de gobierno. Será incompatible cualquier reforma al Manual de Identidad Visual que contenga símbolos, imágenes o mensajes alusivos a las marcas de gobierno;</p> <p>c) En las entidades del orden nacional, se deberá utilizar el Escudo de Armas de la</p>												


<p>República de Colombia como logotipo acompañado del nombre de la entidad correspondiente. Solo podrá complementarse con el nombre de la unidad, oficina, secretaría u despacho adscrito;</p> <p>En las entidades del orden territorial, deberá emplearse como logotipo el escudo o la bandera que corresponda por su valor histórico y cultural a cada ente territorial, acompañado del nombre de la entidad;</p> <p>d) Las entidades estatales podrán emplear excepcionalmente un uso de logotipo distinto al del escudo o la bandera del orden nacional o territorial según corresponda, siempre que se acredite la apropiación cultural e histórica de otro logo, circunstancia que deberá motivarse dentro del respectivo manual;</p> <p>e) El Manual de Identidad Visual deberá mantener la neutralidad política y religiosa. Los símbolos, imágenes, mensajes o elementos identitarios no podrán hacer alusión a partidos o movimientos políticos;</p> <p>f) El Manual de Identidad Visual no podrá contener elementos alusivos al Plan de Gobierno, Plan de Desarrollo o Plan de Acción del gobierno o dirección administrativa que lo apruebe;</p> <p>g) El manual no podrá contener alusiones a ningún movimiento ciudadano, partido político y/o personalidades políticas.</p> <p>Parágrafo 1º. Las entidades u organismos adscritos cumplirán las disposiciones del Manual de Identidad Visual de la entidad estatal de manera obligatoria.</p> <p>Parágrafo 2º. El Manual de Identidad Visual deberá ser ampliamente socializado con el fin de que la ciudadanía realice comentarios, sugerencias u observaciones sobre el mismo, las cuales serán relacionadas en un anexo del Manual de Identidad Visual.</p> <p>Parágrafo 3º. La verificación sobre el cumplimiento del Manual de Identidad Visual de cada entidad, será realizada por el Departamento Administrativo de la Función Pública, quien a su vez emitirá un informe anual evidenciando el grado de avance y formulando recomendaciones a cada entidad específica, para la adecuada implementación del manual.</p> <p>El mencionado departamento administrativo, también revisará las modificaciones al Manual de Identidad Visual que realicen las entidades y aquellas podrán solicitarle concepto previamente a adoptarlas, mediante escrito motivado.</p> <p>Parágrafo 4º. La presente disposición no aplicará para la implementación de la Marca Ciudad o Territorio.</p> <p>Artículo 5º. De la obligación de conservar la imagen institucional. Será función de la dirección administrativa o quien haga sus veces de cada entidad estatal según corresponda,</p>	<p>la conservación de la imagen institucional en los bienes inmuebles y muebles estatales y de la imposición en la señalética en la infraestructura de los edificios y demás bienes estatales.</p> <p>Las entidades estatales que trata el artículo 2º de la presente ley, solo podrán erogar recursos para cambiar la señalética existente en los bienes inmuebles en coherencia con la austeridad del gasto estatal, y en concordancia con el Manual de Identidad Visual de la entidad.</p> <p>Lo dispuesto en el presente artículo deberá sujetarse a las disponibilidades presupuestales, al Marco de Gasto de Mediano Plazo y al Marco Fiscal de Mediano Plazo.</p> <p>Artículo 6º. Prohibiciones. Se prohíbe todo gasto en la publicidad de naturaleza estatal, que tenga el objeto de autopromocionar, enaltecer o denigrar la imagen de funcionarios del gobierno nacional o territorial a través de la promoción de sus cuentas personales en redes sociales, y/o de partido o movimiento político y marcas de gobierno.</p> <p>La publicidad que se realice en los procesos de rendición de cuentas y presentación de informes de gestión no podrá contener marcas de gobierno.</p> <p>También se prohíbe la imposición de mensajes, imágenes y marcas de gobierno en los bienes inmuebles y muebles donde funcionen instituciones y entidades públicas.</p> <p>Parágrafo 1º. Esta disposición se aplicará sin perjuicio de la utilización por parte de las entidades estatales de otros medios para garantizar el derecho de información de los ciudadanos, aplicando las normas y principios de la transparencia y acceso a la información pública.</p> <p>Parágrafo 2º. Esta disposición no afecta lo dispuesto por la normativa en materia de financiación estatal de campañas políticas.</p> <p>Artículo 7º. De las vocerías de las entidades estatales. Las entidades estatales adoptarán dentro del Manual de Identidad Visual las cuentas autorizadas para el ejercicio de la vocería institucional con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación.</p> <p>Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarlas las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.</p>
---	---

No se podrá erogar presupuesto público sobre cuentas personales de quienes ocupen los cargos públicos distintas a las cuentas designadas para el ejercicio de la vocería.


Artículo 8º. De la austeridad del gasto en la publicidad estatal. Se prohíbe el gasto estatal de imagen o identidad que promueva las marcas de gobierno. Las entidades estatales no podrán realizar la contratación de nuevos elementos distintivos hasta tanto se haya adoptado el Manual de Identidad Visual que trata la presente ley.

No obstante, las entidades estatales podrán continuar utilizando los elementos distintivos, papelería y material impreso o contratado hasta su agotamiento. En todo caso, la transición entre entidades institucionales se hará con criterios de conservación del ambiente con el fin de generar la menor afectación posible.

Artículo 9º. Vigencia y derogatoria. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.



ANGÉLICA LOZANO CORREA
Senadora de la República
Partido Alianza Verde



OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO
Representante a la cámara por Bogotá
Partido Alianza Verde