



**INFORME DE PONENCIA PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY N°  
189/2021 CÁMARA “POR MEDIO DE LA CUAL SE EXPIDE UNA REGULACIÓN PARA  
LA ESTABILIDAD ECONÓMICA Y LA OPERACIÓN DE LOS MEDIOS DE  
INFORMACIÓN EN COLOMBIA”.**

**Referencia:** *Informe de ponencia para Primer debate al Proyecto de Ley N° 189 de 2021  
Cámara.*

**Doctor (a)**

**WILMER RAMIRO CARRILLO MENDOZA**

*Presidente Comisión Tercera H. Cámara de Representantes*

**ELIZABETH MARTÍNEZ BARRERA**

*Secretaria General Comisión Tercera Constitucional Permanente*

*Cámara de Representantes*

En atención a la designación hecha por la Mesa Directiva de la Comisión Tercera Constitucional Permanente de la Cámara de Representantes y según lo establecido en el artículo 150 de la Ley 5ª de 1992, sometemos a consideración de los Honorables Representantes el informe de ponencia para primer debate al Proyecto de Ley No. 189/2021 Cámara “*Por medio de la cual se expide una regulación para la estabilidad económica y la operación de los medios de información en Colombia*”.

**SALIM VILLAMIL QUESSEP**  
Representante Dto sucre.  
Coordinador Ponente.

**NIDIA MARCELA OSORIO SALGADO**  
Representante Dto Antioquia  
Ponente.

**JOHN JAIRO CÁRDENAS MORÁN**  
Representante Dto Cauca.  
Ponente.

Respetado Sr. Presidente:

En condición de ponentes del proyecto de la referencia, nos permitimos presentar ponencia para primer debate en los siguientes términos:

## 1. CONTENIDO

El presente informe está dividido en 8 secciones subsiguientes al contenido, que se detallan de manera enumerada a continuación:

2. Trámite del proyecto de ley.
3. Objeto y justificación.
4. contenido del proyecto.
5. Fundamento Jurídico.
6. Exposición de motivos.
7. conveniencia del proyecto de ley.
8. impacto fiscal.
9. Declaración de impedimentos.
10. proposición Final.
11. Texto que se propone para primer debate en la comisión tercera constitucional de la cámara de representantes para primer debate del proyecto de ley n°189/2021 cámara.

## 2. TRAMITE DEL PROYECTO DE LEY

El Proyecto de Ley número 189 de 2021 de Cámara titulado *“Por medio de la cual se expide una regulación para la estabilidad económica y la operación de los medios de información en Colombia”*. Anteriormente había quedado suscrito con el número 476/20 y fue archivado por transito legislativo.

Fue radicado nuevamente el día 4 de agosto de 2021, por los Honorables Representantes Carlos Fernando Mota Solarte, Fabián Gerardo Castillo Suarez, Temistocles Ortega Narváez Gustavo Hernán Puentes Díaz , Modesto Enrique Aguilera Vides , Atilano Alonso Giraldo Arboleda , Jairo Humberto Cristo Correa , César Augusto Lorduy Maldonado , Jorge Enrique Benedetti Martelo , Ciro Fernández Núñez , José Luis Pinedo Campo , David Ernesto Pulido Novoa , Julio César Triana Quintero , Gloria Betty Zorro Africano , Karina Estefanía Rojano Palacio , Héctor Javier Vergara Sierra , Oscar Camilo Arango Cárdenas , Salim Villamil Quessep.

Fue remitido a la Comisión Tercera de la Cámara de Representantes, la cual, mediante oficio del día 9 de septiembre de 2021, hace la designación como coordinador para primer debate al representante Salim Villamil Quessep y a Nidia marcela Osorio salgado y John Jairo cárdenas morán., como ponentes para primer debate del proyecto de Ley.

A petición del coordinador y ponente, fue solicitada la prórroga para presentar informe de

ponencia debido a la necesidad de pedir conceptos a las entidades relacionadas con esta iniciativa; prórroga concedida por la Mesa Directiva de la Comisión Tercera, el día 14 de octubre de 2021.

### 3. OBJETO Y JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de ley tiene como objeto principal establecer medidas para estabilizar económica y operativamente la actividad de los medios de información durante los años dos mil veintitrés (2023) a dos mil veintiséis (2026), con el fin de tomar las medidas tendientes a mantener la estabilidad económica y operativa de los medios de información en el país para garantizar el acceso a la información.

### 4. CONTENIDO DEL PROYECTO

La iniciativa en mención se compone de 6 capítulos que constan de 18 artículos, y referencian las siguientes consideraciones:

**Capítulo I:** Establece el ámbito de aplicación y principios.

**Capítulo II:** declaratoria del derecho a la información como un bien esencial de interés público.

**Capítulo III:** Medidas de estímulo a la labor de comunicadores y periodistas y de suscripciones a medios de información impresos y digitales.

**Capítulo IV:** Transformación digital y fortalecimiento de los medios de información para la reactivación económica

**Capítulo V:** Otras medidas para la estabilidad económica y operativa de los medios de información.

**Capítulo VI:** Incentivos tributarios y vigencia.

### 5. FUNDAMENTO JURIDICO

En nuestro ordenamiento jurídico, se ha legislado en dos oportunidades sobre los medios de información en nuestro país, con las siguientes normas:

**La Constitución Política** estableció como garantía fundamental el derecho a recibir información veraz e imparcial. En tiempos de crisis este precepto no se debe limitar sino robustecer. Es por esto que, ni los medios de información ni los periodistas, pueden ser clasificados como aliados o amenazados. Su intimidad y la reserva de la fuente deben ser protegidas en todo momento.

En desarrollo de los artículos 16, 20 y 67 de la Constitución Política el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes

derechos: La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, el libre desarrollo de la personalidad, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

• **Ley 1978 de 2019**, Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones.

tuvo por objeto alinear los incentivos de los agentes y autoridades del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), aumentar su certidumbre jurídica, simplificar y modernizar el marco institucional del sector, focalizar las inversiones para el cierre efectivo de la brecha digital y potenciar la vinculación del sector privado en el desarrollo de los proyectos asociados, así como aumentar la eficiencia en el pago de las contraprestaciones y cargas económicas de los agentes del sector.

El Estado asegurará que los recursos del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se destinen de manera específica para garantizar el acceso y servicio universal y el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el desarrollo de la radiodifusión sonora pública, la televisión pública, la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público que promuevan la preservación de la cultura y la identidad nacional y regional.

## 6. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El presente proyecto de ley se fundamenta en que el derecho a recibir información veraz e imparcial y el derecho a fundar medios masivos de comunicación son derechos fundamentales consagrados en el artículo 20 de la Constitución Nacional, y que, asimismo, los medios de información tienen una responsabilidad social de informar, por lo cual el Estado debe fijar dentro de sus prioridades la de garantizar estos derechos, entre otros, a través de la protección y estímulo a los medios de información para garantizar su operación.

Que el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos dispone que «Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.»

Que el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos (Pacto de San José), suscrita por Colombia, establece que «toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión y que este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección», que «este derecho no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores», y que «no se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel



para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones».

Que para los efectos de la presente ley se entiende como medio de información, toda persona jurídica de derecho privado legalmente constituida en Colombia, cuyo objeto social principal y actividad económica sea la producción y generación de contenidos informativos, noticiosos y editoriales, en versiones textual, gráfica, sonora o audiovisual, los cuales se distribuyan pública, masiva y regularmente, y para cuya elaboración cuenten con la organización, recursos e infraestructura periodística, profesional y técnica del caso, así como los espacios informativos de los medios de comunicación concesionarios de espectro electromagnético del estado.

Que, con ocasión de la interrupción en el negocio de la publicidad a nivel mundial durante la última década, como principal fuente de sostenimiento de los medios de información, y en particular a lo largo del año 2020 con ocasión de las situaciones económicas y sanitarias derivadas de la COVID-19, su sostenibilidad financiera se encuentra en entredicho.

Que, como consecuencia de lo anterior, en procura de la democracia, la pluralidad, la libertad y la independencia que representa para la sociedad colombiana y con el fin de brindar a la población información confiable y profesional, resulta necesario reconocer que la información, además de ser un derecho fundamental, es un bien esencial indispensable, según se detalla más adelante. Por lo tanto, se deben tomar las medidas tendientes a mantener la estabilidad económica y operativa de los medios de información en el país para garantizar el acceso a la información.

Que, del buen funcionamiento de los medios de información, en un marco democrático y de pluralidad, depende la posibilidad de la ciudadanía de estar informada sobre el devenir económico, social, político y cultural de la Nación.

En este orden de ideas, resulta indispensable conservar la actuación y operación de los medios de información del país, con el fin de garantizar la seriedad, veracidad e imparcialidad de la información y de este modo combatir las noticias falsas que frecuentemente circulan por los diferentes medios informales de difusión de información o por las redes sociales y las cuales generan desinformación entre los ciudadanos.

Que, para todos estos fines, se deben asignar fondos e implementar planes, programas y proyectos para fortalecer los medios de información y para priorizar su transformación digital.

Que, como consecuencia de lo anterior, para el impulso de la actividad económica de los medios de información que garantice su subsistencia, se requiere también que las entidades administrativas del orden nacional y territorial destinen una porción de su presupuesto para la asignación equitativa a los medios de información, para el pago de servicios de comunicación y/o publicidad.

Que en el contexto de priorización de medidas y políticas tendientes a la reactivación de la economía colombiana con ocasión de las situaciones económicas y sanitarias derivadas de

la COVID-19, así como a la necesidad de atraer ingresos para los medios de información como consecuencia de lo establecido en los considerandos precedentes, y a que los servicios de comunicación y publicidad que estos prestan son indispensables para la reactivación de la economía, resulta necesario fomentar la inversión en servicios, comunicación comercial y publicidad en los medios de información, a través de la implementación de incentivos tributarios.

Que acorde con lo expuesto en los anteriores considerandos, y con el fin de fomentar la inversión en publicidad a través de los medios de información, se requiere eximir del impuesto sobre las ventas - IVA a los servicios de publicidad en estos medios y regular un descuento al impuesto sobre la renta por las inversiones en pauta publicitaria en medios de información.

## **7. CONVENIENCIA DEL PROYECTO DE LEY.**

Las medidas de confinamiento consecuencia de la expansión de la pandemia de Covid-19, han conllevado una crisis económica que está afectando gravemente a la industria periodística y de los medios de información; la caída de la publicidad y de la circulación han obligado a varios medios a disminuir sus páginas, reducir sus nóminas, limitar su circulación y, en algunos casos, cerrar temporal o, incluso, permanentemente, sus publicaciones.

Nuestros periodistas se ponen en riesgo a diario con el fin de brindar a sus comunidades información confiable, veraz y relevante, de manera que puedan tomar las mejores decisiones en este contexto, especialmente complejo para toda la sociedad. Este trabajo es vital en la actual coyuntura, donde la difusión de desinformación en redes sociales es una amenaza creciente, y la salud de la democracia se pone en peligro, tenemos que ser conscientes de la importancia de nuestros medios de información, esenciales en el presente y futuro de la democracia. Y pedimos a los gobiernos responsabilidad, para facilitar un entorno que garantice que el periodismo de calidad seguirá siendo posible después de esta pandemia.

Explicar, entender y promover el papel de los medios de información y del ejercicio periodístico, es fundamental para la vida en sociedad. Los medios de información han sido, son y deben seguir siendo un elemento estructural en el sistema político, social y deliberativo, como fuentes creíbles y autorizadas para que los ciudadanos adquieran la información necesaria para ilustrarse, tomar decisiones y cimentar sus juicios de valor.

A diferencia de muchas industrias y negocios, el posible cierre de la actividad periodística es un lujo que la sociedad no se puede dar, Un ejercicio periodístico responsable supone un permanente impulso hacia nuevos lenguajes; explorar nuevas formas de hacer las cosas; una constante identificación de oportunidades; una apuesta permanente por la modernidad y las tendencias; y los recursos proporcionados al tipo de cubrimiento, investigación, análisis y difusión que se pretenda; y por tanto, la consolidación de fuentes que conduzcan a la sostenibilidad, ojalá rentabilidad, y ciertamente a la competitividad de la actividad en el corto, mediano y largo plazo.

A causa de la transición global por la que atraviesan hoy todas las industrias, la mayoría de ellas han tenido que adaptar sus negocios para que respondan a las nuevas necesidades, a audiencias, públicos y clientes distintos y a variadísimas tendencias y hábitos de consumo, a preferencias y criterios de elección y selección de toda índole, en infinidad de mercados diferenciados e hiper segmentados, y en constante estado de evolución. Esta realidad compleja, ha hecho que los medios de información también deban repensar constantemente sus modelos de actividad y operación, lo cual exige un costoso y desgastante proceso de experimentación continua.

Por ello, la generación de información instantánea, multiformato y multiplataforma de calidad, completa, confiable y creíble, requiere no solo de un equipo periodístico, sino de un capital suficientemente potente para sostener esta forma de hacer periodismo, y siempre con la condición de no distorsionar la independencia de la información en el proceso de consecución de los recursos económicos.

Por años, los medios de información han financiado principalmente su operación con los ingresos que provienen de la publicidad, procurando mantener su imparcialidad, justo criterio y profesionalismo, con las dificultades y líneas grises que esto conlleva, en aras, precisamente, de la credibilidad como máximo valor del oficio periodístico.

Pero esos dineros de la publicidad se han desviado y dispersado entre nuevos jugadores con tarifas muy bajas y mayor efectividad masiva y más fácilmente medible como las plataformas tecnológicas y las redes sociales. Esa dramática disminución en los ingresos y las mayores condiciones que exigen los anunciantes que aún pautan en los medios de información, compromete sus campos de acción y de maniobra.

El periodismo también ha requerido, y desde siempre, que los consumidores tengan la voluntad de pagar una suscripción por un contenido relevante, diferencial, de calidad, verídico y suficiente que le permita al oficio seguir cumpliendo con su objetivo social. Y esa voluntad y capacidad de las audiencias, así como ese diferencial a cargo de los medios, son hoy por hoy exigencias cada vez más patentes, y también más complejas, dada la infinidad de ofertas disponibles, lo que determina un mercado altamente competido tanto de medios de información como de entretenimiento y cultura.

Los medios de información están buscando monetizar su trabajo, retribuyendo a sus consumidores ofreciéndoles contenidos de valor, nuevos formatos y en algunos casos opciones de suscripción al producto que se ajusten a sus preferencias en términos de contenido y tipos de plataformas. Por eso experimentan, revisan y ajustan permanentemente sus modelos, productos, costos, nóminas, lo que acarrea la toma de decisiones difíciles, sobre todo en materia de recursos humanos.

El estado de transición que viven así las casas periodísticas no es distinto al de los retos y desafíos que, en el pasado, como hoy, han representado para todos los jugadores de los mercados, las grandes revoluciones que han cambiado y siguen cambiando el mundo. Y

estos procesos de experimentación, de prueba y error, también demandan sólidas estructuras de capital y liquidez. Pero a diferencia de muchas industrias y negocios, el posible cierre de la actividad periodística es un lujo que la sociedad no se puede dar.

Como consecuencia de todo esto, en el entorno cambiante e incierto que nos rodea, es pertinente afrontar con la mayor seriedad y profundidad la discusión sobre el futuro de los medios de información y el papel que cada quien, dueños, directores, periodistas, audiencias, anunciantes y el estado, tiene en su supervivencia y prevalencia.

Para garantizar y defender el derecho a la información y el legado de los medios de información, todos deben poner de su parte. El cambio en los paradigmas evidencia que para el futuro de los medios de información es necesario que todos los actores se reconozcan como un todo, responsable de garantizar y defender el derecho a la información y la libertad de prensa.

Los medios de información tendrán que hacer esfuerzos monumentales y patentes, con ayuda del gobierno, para lograr sobrevivir demostrando su independencia, y adaptándose a dinámicas y tendencias de consumo pero sin perder su orientación correcta: el ejercicio periodístico que contribuya a la construcción de país y de una mejor vida en sociedad, en función de la gente y sus necesidades. Ese es su origen, esa es su misión y ese deber ser su compromiso incondicional, y por el cual deberá rendir cuentas.

La reactivación económica de los medios de comunicación, tras también haber sido uno de los sectores afectados por la pandemia del Covid-19. Buscan que los medios de comunicación consigan estabilidad económica que les permita garantizar el acceso a la información en el país, Este proyecto viene a reactivar la economía de los medios de comunicación y sigan funcionando porque ellos son un sector que dinamizan, no solo la democracia participativa sino también la economía.

## **8. IMPACTO FISCAL**

La pandemia de Covid-19 y las respuestas de los gobiernos a la crisis han tenido un impacto fiscal en los medios de información y por tanto se requiere del concepto del gobierno nacional para su aprobación.

## **9. DECLARACIÓN DE IMPEDIMENTOS**

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 291 de la Ley 5 de 1992, se advierte que no existen circunstancias o eventos que puedan generar un conflicto de interés para la discusión y votación del proyecto según artículo 286 de la misma Ley. Lo anterior, de cualquier forma, no es óbice para que quien así lo tenga a bien lo declare habiéndolo encontrado.



## 10. PROPOSICIÓN.

En mérito de lo expuesto, rendimos **PONENCIA POSITIVA** y solicitamos a los Honorables Representantes de la Comisión Tercera Constitucional Permanente dar Primer Debate al proyecto de ley 189 de 2021 *“Por medio de la cual se expide una regulación para la estabilidad económica y la operación de los medios de información en Colombia”*.

De los honorables congresistas,

**SALIM VILLAMIL QUESSEP**  
Representante Dto sucre.  
Coordinador Ponente.

**NIDIA MARCELA OSORIO SALGADO**  
H Representante Dto Antioquia  
Ponente.

**JOHN JAIRO CÁRDENAS MORÁN**  
H Representante Dto Cauca.  
Ponente.



## 11. TEXTO QUE SE PROPONE PARA PRIMER DEBATE EN LA COMISIÓN TERCERA CONSTITUCIONAL DE LA CÁMARA DE REPRESENTANTES PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY N°189/2021 CÁMARA.

### PROYECTO DE LEY 189/2021 CÁMARA DE REPRESENTANTES

“Por medio de la cual se expide una regulación para la estabilidad económica y la operación de los medios de información en Colombia”.

El Congreso de Colombia,

DECRETA:

#### CAPÍTULO I

##### ÁMBITO DE APLICACIÓN Y PRINCIPIOS

**Artículo 1. Finalidad y ámbito de aplicación de mecanismos de asistencia a medios de información.** La presente ley tiene como objetivo establecer medidas para estabilizar económica y operativamente la actividad de los medios de información durante los años dos mil veintitrés (2023) a dos mil veintiséis (2026).

**Artículo 2. Principios.** La aplicación de las normas consagradas en esta ley se orientará con base en los siguientes principios:

- a. Veracidad. la actividad desempeñada por los medios de información es el principal mecanismo de difusión de información y su ejercicio responsable impide la proliferación de noticias falsas que dificultan la toma de decisiones más acertadas por parte de la ciudadanía.
- b. Libertad de prensa. La expresión de ideas, opiniones e información es libre y no puede ser censurada. Cualquier persona tiene derecho a fundar medios de comunicación masiva. El Estado podrá participar en esta actividad, mientras su actuación se guíe por criterios de interés público respaldados por la Constitución Nacional o la Ley.
- c. Transparencia. Toda la información relativa a la destinación de recursos públicos para el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley deberá estar a disposición de la ciudadanía en todo momento.
- d. Objetividad. La nación y las entidades territoriales al contratar servicios de comunicación y/o pauta publicitaria con los medios de información, encargarán la difusión de mensajes e información estrictamente relacionada con los servicios públicos que ponen a disposición de la ciudadanía, las políticas públicas que impulsan e información ajustada a la realidad.
- e. Igualdad. En la aplicación de las normas de la presente ley, especialmente en los aspectos



tratados por los artículos 8 y 9, el Estado actuará sin aplicar tratamientos diferenciados injustificados a los medios de información destinatarios de los recursos públicos, y atendiendo criterios de equidad y de efectividad de la comunicación y/o pauta contratada.

- f. Autonomía de los medios de información. En ningún caso, la contratación de los medios de información podrá condicionarse a la adopción por parte de estos, de posiciones que interfieran con su libertad de conciencia, expresión y de prensa, y de sus políticas editoriales.

## CAPÍTULO II DECLARATORIA DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN COMO UN BIEN ESENCIAL DE INTERÉS PÚBLICO

**Artículo 3. Declaratoria.** La información es un bien esencial de interés público que debe ser garantizado a los ciudadanos de manera permanente. Por lo tanto, para garantizar el acceso a la información sin censura, en condiciones democráticas, de pluralidad, libertad e independencia, es indispensable posibilitar la continuidad de las actividades de los medios de información. El Estado deberá atender de forma prioritaria las necesidades de los medios de información regionales y locales impresos y digitales en términos de su vulnerabilidad dentro del sector, dado que son los que cubren sus plazas y suministran los servicios de información local en sus áreas de influencia.

## CAPÍTULO III MEDIDAS DE ESTÍMULO A LA LABOR DE COMUNICADORES Y PERIODISTAS Y DE SUSCRIPCIONES A MEDIOS DE INFORMACIÓN IMPRESOS Y DIGITALES

**Artículo 4. Estímulos para el empleo de comunicadores y periodistas.** Los medios de información que contraten laboralmente mediante contratos de trabajo a término indefinido, a comunicadores y periodistas entre el primero (1) de enero de dos mil veintitrés (2023) y el treinta y uno (31) de diciembre de dos mil veintiséis (2026), y a partir de la promulgación de la presente ley, realizarán sus aportes al Sena, ICBF y Cajas de Compensación Familiar siguiendo los parámetros mencionados a continuación, si estuvieren obligados a ello:

Veinticinco por ciento (25%) del total de los aportes mencionados, en el primer año gravable 2023.

Cincuenta por ciento (50%) del total de los aportes mencionados, en el segundo año gravable 2024.

Setenta y cinco por ciento (75%) del total de los aportes mencionados, en el tercer año gravable 2025.

Ciento por ciento (100%) del total de los aportes mencionados del cuarto año gravable 2026 en adelante.

**Parágrafo Primero:** Los trabajadores gozarán de todos los beneficios y servicios derivados de los aportes mencionados en el presente artículo, desde el inicio de su relación laboral.

**Parágrafo Segundo:** Para los efectos del presente artículo, se reconocen como periodistas y/o comunicadores quienes hayan cursado y aprobado un programa de periodismo y/o comunicación social- periodismo en Colombia o en el exterior, en instituciones de educación superior reconocidas por



la entidad estatal competente y reglamentada con las normas del país en donde se origina el título expedido.

El título profesional obtenido en el extranjero debe ser reconocido por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, conforme a las normas de convalidación vigentes. En caso de ser instituciones del exterior, de países con los cuales Colombia haya celebrado tratados o convenios internacionales sobre reciprocidad de títulos universitarios, estos se convalidarán en los términos de los respectivos tratados o convenios.

También serán reconocidos como periodistas aquellas personas contratadas por los medios para ejercer funciones periodísticas.

**Artículo 5. Estímulos para las suscripciones a medios de información impresos y digitales.**

Las personas que a partir del primero (1) de enero de dos mil veintitrés (2023) y hasta el treinta y uno (31) de diciembre de dos mil veintiséis (2026) se suscriban a algún medio de información impreso y/o digital, podrán descontar el valor de hasta una (1) suscripción anual de su impuesto a la renta y complementarios correspondiente al mismo año de la suscripción respectiva, la deducción aquí establecida, no computa para el límite de costos y deducciones establecidas en el capítulo V, del Título I, del Estatuto Tributario.

**CAPÍTULO IV  
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN  
PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA**

**Artículo 6. Planes, programas y proyectos.** El Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones financiará la implementación de planes, programas y proyectos para apoyar y fortalecer la operación de los medios de información así como su transformación digital durante los años dos mil veintitrés (2023) a dos mil veintiséis (2026), para lo cual se apropiarán anualmente los recursos del caso, teniendo como base los montos a que se refiere la Sección 2306 y subsiguientes de la Ley 2063 del 28 de noviembre de 2020, los cuales se incrementarán anualmente.

**Artículo 7. Plan temporal de subvenciones.** Con cargo a los recursos y programas del mismo Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, los medios de información que durante el año dos mil veinte (2020) hayan registrado una disminución en sus ingresos, en el caso de los medios nacionales en promedio superiores a un cuarenta por ciento (40%) de sus ingresos por publicidad en el año inmediatamente anterior, en el caso de los medios regionales y locales en promedio superiores a un veinte por ciento (20%) de sus ingresos por publicidad en el año inmediatamente anterior, estos podrán aplicar a una subvención hasta del veinte por ciento (20%) de dicho monto. Para acceder a esta subvención, el respectivo medio de información deberá acreditar estar afiliado a un gremio de la industria debidamente reconocido, que pueda dar fe de la disminución en los ingresos aludida. Los medios no agremiados podrán acceder a la subvención demostrando la disminución de sus ingresos a través de sus estados contables.



## CAPÍTULO V OTRAS MEDIDAS PARA LA ESTABILIDAD ECONÓMICA Y OPERATIVA DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

**Artículo 8. Comunicación pública de entidades estatales en medios de información.** La Nación y las entidades territoriales contratarán prioritariamente con medios de información, según las circunstancias lo ameriten y justifiquen, los servicios de comunicación y/o publicidades relevantes y que fueren necesarios para el ejercicio de la función pública. La pauta correspondiente a esta información será asignada de manera equitativa entre los medios de información, atendiendo a criterios de efectividad en la comunicación, y estos serán elegidos de manera objetiva, indistintamente de su línea editorial, naturaleza jurídica o tamaño. Deberá tenerse como criterio de calificación que los medios seleccionados tengan un impacto real y verificable en los distintos públicos y sectores a los que se dirijan los contenidos. Todo contenido contratado con base en la presente ley deberá ser debidamente rotulado como contenido de origen oficial.

**Artículo 9. Asignación presupuestal de entidades estatales dirigida a la contratación de servicios de difusión de publicidad con medios de información.** De los recursos disponibles para funcionamiento, la nación y las entidades territoriales podrán destinar hasta el 20% de su presupuesto para comunicación y/o pauta oficial para los años dos mil veintitrés (2023) a dos mil veintisiete (2027) para la contratación de los servicios de comunicación y/o publicidad prioritariamente en medios de información con la finalidad establecida en el artículo ocho (8) de la presente Ley. Cuando en el territorio de la respectiva entidad territorial se encuentre domiciliado más de un medio de información regional, la distribución de los recursos a los que hace referencia el presente artículo deberá hacerse atendiendo los criterios mencionados en el mismo artículo ocho (8).

**Parágrafo.** En ningún caso y bajo ninguna circunstancia, las disposiciones del presente artículo podrán interpretarse para efectos de que las autoridades estatales de cualquier orden asignen información como pauta para resaltar la imagen de funcionarios públicos de cualquier orden, incluyendo, pero sin limitarse a alcaldes, gobernadores, congresistas, concejales, ediles y partidos políticos.

**Artículo 10. Contratos cuyo objeto sea la difusión de información misional.** Los contratos suscritos por las entidades territoriales cuyo objeto sean la difusión de información misional estarán exentos de estampillas y tasas.

**Artículo 11. Mecanismos para facilitar el acceso a insumos para los medios de información.** La nación y las entidades territoriales destinarán de su presupuesto una suma para la adquisición de materia prima e insumos para los medios de información impresos, para serles suministrados anualmente en cuantías equivalentes hasta el treinta por ciento (30%) de su consumo correspondiente al año inmediatamente anterior. Para estos efectos, la nación y cada entidad expedirán las reglamentaciones correspondientes.

**Artículo 12. Facilitación de canales de distribución de los medios de información impresos.** El Estado garantizará y priorizará la distribución física de medios de información impresos bajo los mismos lineamientos aplicados sobre alimentos, medicinas, centros de abasto y despachos a domicilio.



## CAPÍTULO VI INCENTIVOS TRIBUTARIOS

**Artículo 13. Exclusión transitoria del impuesto sobre las ventas - IVA para la pauta publicitaria en los medios de información.** Entre el primero (1) de enero de dos mil veintitrés (2023) y el treinta y uno (31) de diciembre de dos mil veintisiete (2027), se excluye del impuesto sobre las ventas – IVA la venta de servicios de comunicación y/o publicidad en los medios de información legalmente constituidos en Colombia.

**Artículo 14.** Adiciónese un párrafo transitorio al artículo 107-1 del Estatuto Tributario, el cual quedará así:

“**Parágrafo transitorio.** Sumas pagadas por servicios de difusión publicitaria. Serán deducibles del impuesto sobre la renta y complementarios hasta el setenta y cinco por ciento (75%) de las sumas pagadas por concepto de servicios de comunicación y/o publicidad impresos en medios de información legalmente constituidos en Colombia, a partir del primero (1) de enero de dos mil veintitrés (2023) y el treinta y uno (31) de diciembre de dos mil veintisiete (2027). La anterior deducción será aceptada fiscalmente siempre y cuando los pagos realizados sean necesarios y proporcionados, tengan relación de causalidad con la actividad productora de renta y se encuentren debidamente soportados.”

**Artículo 15. Descuento de sumas transferidas a medios de información a título de donación.** Entre el primero (1) de enero de dos mil Veintitrés (2023) y el treinta y uno (31) de diciembre de dos mil veintisiete (2027), las donaciones que realicen los contribuyentes del impuesto sobre la renta a los medios de información legalmente constituidos en Colombia sean estas entidades con o sin ánimo de lucro, podrán deducir hasta el ciento cincuenta por ciento (150%) del valor de las donaciones realizadas del impuesto sobre la renta.

**Parágrafo.** Al presente artículo se aplica lo dispuesto por el Decreto 545 del 13 de abril de 2020 en virtud del cual se suspenden las disposiciones del inciso primero del artículo 1458 del Código Civil relativas a la autorización notarial para su validez.

**Artículo 16. Exención del impuesto de renta y complementarios.** Por un término de 20 años, a partir del año gravable 2026, las entidades beneficiarias de la presente Ley no serán contribuyentes del Impuesto Sobre la Renta, siempre y cuando sus excedentes, determinados de conformidad con los marcos normativos vigentes en Colombia, sean reinvertidos o no distribuidos entre sus accionistas.

En el caso de distribución de tales utilidades con anterioridad al vencimiento de tal término, en el año o años en que se lleve a cabo tal distribución total o parcial, la empresa de medios de información tendrá una renta líquida gravable por el valor de la distribución.

**Artículo 17. Dividendos y participaciones.** Los dividendos y participaciones percibidos por los socios o accionistas de las empresas de medios de información, no constituyen renta ni ganancia ocasional, si corresponden a utilidades con más de cuatro años de realizadas.

Tales dividendos y participaciones deben corresponder a utilidades que hayan sido declaradas por las empresas de medios de información.



Si los dividendos y participaciones corresponden a utilidades con menos de cuatro años de realizadas, su tratamiento tributario se determinará en la forma establecida en los artículos 48 y 49 del Estatuto Tributario.

Los dividendos y participaciones que correspondan a utilidades realizadas hasta el 31 de diciembre de 2025, son gravados en cabeza de los accionistas y socios en la forma establecida en los artículos 48 y 49 del Estatuto Tributario.

**Artículo 18. Vigencia.** La presente ley comenzará a regir a partir del primero (1) de enero de dos mil veintitrés (2023).

Firman los Honorables Congresistas,

**SALIM VILLAMIL QUESSEP**  
H Representante Dto sucre.  
Coordinador Ponente.

**NIDIA MARCELA OSORIO SALGADO**  
H Representante Dto Antioquia  
Ponente.

**JOHN JAIRO CÁRDENAS MORÁN**  
H Representante Dto Cauca.  
Ponente.



CONGRESO  
DE LA REPÚBLICA  
DE COLOMBIA  
CÁMARA DE REPRESENTANTES



CONGRESO  
DE LA REPÚBLICA  
DE COLOMBIA  
CÁMARA DE REPRESENTANTES



CONGRESO  
DE LA REPÚBLICA  
DE COLOMBIA  
CÁMARA DE REPRESENTANTES



CONGRESO  
DE LA REPÚBLICA  
DE COLOMBIA  
CÁMARA DE REPRESENTANTES



CONGRESO  
DE LA REPÚBLICA  
DE COLOMBIA  
CÁMARA DE REPRESENTANTES