



Bogotá D.C. 21 de octubre de 2022

Secretario

**RAUL FERNANDO RODRIGUEZ RINCON**

Comisión Sexta de la Cámara de Representantes

Congreso de la República

Ciudad

**Referencia:** Informe de ponencia positiva para primer debate al Proyecto de Ley No. 209 de 2022 Cámara “Por medio del cual se establece la canasta básica de cultura en el país”.

Presidente Jaime Raúl,

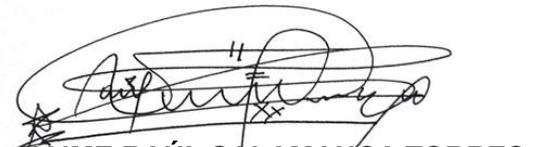
En cumplimiento de la designación realizada por la Mesa Directiva de la Comisión Sexta de la Cámara de Representantes, por medio del presente escrito nos permitimos presentar informe de ponencia positiva para primer debate al proyecto de ley de la referencia.

Adjuntamos la ponencia original en PDF con firmas, en PDF sin firmas y en Word sin firmas.

Cordialmente,



**DANIEL CARVALHO MEJÍA**  
Coordinador Ponente



**JAIME RAÚL SALAMANCA TORRES**  
Ponente



## **INFORME DE PONENCIA PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NO. 209 DE 2022 CÁMARA**

### **1. OBJETO DEL PROYECTO DE LEY**

Este proyecto de ley de conformidad con el texto radicado tiene por objeto “La presente Ley busca establecer la Canasta Básica de Cultura para garantizar el acceso efectivo a las ofertas culturales a través de acciones dirigidas y diferenciadas que fortalezcan la sostenibilidad de los actores culturales colombianos por medio del consumo local”.

### **2. TRÁMITE DE LA INICIATIVA**

El 26 de septiembre de 2022 fue radicado en la Secretaría General de la Cámara, el Proyecto de Ley No. 209 de 2022 Cámara. La iniciativa tiene como autores a los Honorables Congresistas Daniel Carvalho Mejía, Jennifer Pedraza Sandoval, Carolina Giraldo Botero, Duvalier Sánchez Arango, Olga Lucía Velásquez Nieto, Wilder Iberson Escobar Ortiz, Jaime Raúl Salamanca Torres, Elkin Rodolfo Ospina, Juan Sebastián Gómez González, Ana Carolina Espitia Jerez, Angélica Lozano Correa, Luis Carlos Ochoa Tobón, Juan Carlos Lozada Vargas, Alejandro García Ríos, Pedro Baracutao García Ospina, Agmeth José Escaf Tijerino, Diógenes Quintero Amaya, Pedro Hernando Flórez Porras, Julián Peinado Ramírez, Hernando González, y Guido Echeverri Piedrahita.

Por designación de la Mesa Directiva de la Honorable Comisión Sexta Constitucional de la Cámara se nombraron como ponentes para el estudio de esa iniciativa legislativa a los Honorables Representantes Daniel Carvalho y Jaime Raúl Salamanca.

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE LEY**

La propuesta bajo consideración encuentra justificación en los siguientes aspectos:

#### **3.1. INTRODUCCIÓN**

La relación entre la diversidad cultural y los derechos culturales es radical: estos últimos son promovidos para garantizar que las comunidades y las personas accedan a la cultura y participen de la vida cultural que elijan libremente. Por esta razón, el derecho al acceso y participación de la vida cultural debe ser asumido como un proceso que, de manera participativa e intersubjetiva, y a través de la comunicación y del diálogo, facilita la constante interacción entre identidades, culturas y comunidades diversas.

La relación que existe entre la cultura como derecho, los comportamientos humanos frente al consumo cultural y las políticas públicas son un asunto ya abordado extensamente en las políticas públicas colombianas:

*“La apropiación, posesión y uso de bienes, servicios y espacios culturales se ha convertido en un objeto de interés de las ciencias sociales, de la institucionalidad pública y de los organismos multilaterales, en tanto que se han convertido en prácticas específicas que permiten seguirles la pista a los procesos culturales”. ECC 2020.*

La Constitución de 1991 es el principal instrumento en el que se establecen los derechos culturales en el país. Como lo dice Alberto Sanabria en el texto *Los derechos culturales en Colombia*<sup>[1]</sup>, “en este ejercicio de participación, la cultura se convirtió en uno de los principales temas de debate, a tal punto que el artículo 70 del texto final la consagró como *fundamento de la nacionalidad*”<sup>[2]</sup>. Si dividimos la Constitución Política de Colombia en tres grupos generacionales que han identificado algunos teóricos, los derechos culturales se encontrarían en el segundo grupo: derechos civiles y políticos; derechos económicos, sociales y culturales; y derechos colectivos o del medio ambiente.

El último grupo, relativo a los derechos colectivos, es relevante para una perspectiva de derechos culturales, pues es en esta generación que emerge el concepto de sostenibilidad, que “no sólo tiene que ver con el cuidado de los recursos naturales, sino también de los recursos culturales, de cuyo destino depende la preservación de los pueblos en toda su diversidad. Por ello, la cultura, en tanto que patrimonio de la humanidad y de las naciones, podría ser vista también como un derecho humano colectivo o de tercera generación” (Sanabria, s.f.).

A pesar de que esta perspectiva existe en nuestra legislación hace más de 30 años, podría afirmarse que **la concepción de derechos culturales en la población colombiana es casi inexistente**. Esto, sumado al escenario posterior a la pandemia que afectó de manera especial a los sectores artísticos y culturales, plantea un múltiple reto para la garantía del ejercicio de los derechos culturales y el consumo cultural en Colombia. Muchos artistas y creadores están viendo sus profesiones en riesgo, y con ellos toda una serie de eslabones de varias cadenas de valor culturales.

Para comprender estas problemáticas culturales es necesario establecer una comparación a escala global; en este sentido, el sociólogo y escritor francés

Frederic Martel, director del Centro para las Economías Creativas de Zúrich, hizo un compendio de decenas de estudios en diferentes campos de la cultura que llamó “Políticas Culturales: mapeando un campo en reinención” (traducción propia), en el cual intenta responder qué es lo nuevo que debemos enfrentar:

*“Lo nuevo: la obsolescencia del enfoque exclusivamente nacional o público en la cultura, por un lado; la multiplicación de los vínculos entre las prácticas culturales y económicas con el mercado, por otro lado; y, finalmente, el fortalecimiento de estos dos fenómenos por cuenta de la transición digital. Este es el mundo en el que estamos entrando”* (Martel, 2020). Traducción propia.

Lo que plantea aquí Martel es el reflejo de que el decrecimiento de los recursos públicos para la cultura es un fenómeno global, así como la masificación de internet. Sin embargo, el panorama en los países de Iberoamérica nos permite ver que en esta región la tendencia puede ser revertida, como en los casos de México, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela, según datos que ofrece el Plan Nacional de Cultura 2022-2032:

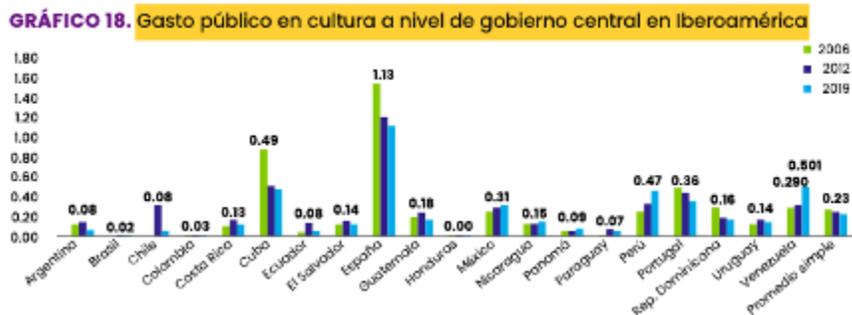


Gráfico: tomado del Plan Nacional de Cultura 2022 - 2032 (Mincultura, 2022).

Sin embargo, aunque se trata de asuntos que se interrelacionan, los gastos públicos en cultura no siempre van de la mano y en el mismo sentido que los consumos culturales. Se trata de un fenómeno complejo, en el que se involucran diversos factores entre los cuales también están la persistencia y consistencia de una narrativa cultural nacional, la formación de públicos, la divulgación de agendas y servicios culturales, el reconocimiento y valoración de las instituciones culturales, la visibilidad de las y los artistas en cada contexto, entre otros. Para partir de una problemática identificada por la Encuesta de Consumo Cultural, así la formula el Plan Nacional de Cultura:

*“Poca valoración, reconocimiento, divulgación y visibilización de las prácticas y manifestaciones artísticas, culturales y patrimoniales de la diversidad de comunidades y grupos sociales que habitan el territorio nacional, todo lo cual afecta la transmisión, apropiación, protección, salvaguardia y sostenibilidad de estas” (Plan Nacional de Cultura. MinCultura, 2022: p. 39).*

En adición a esta capa de problemas, las singularidades de las comunidades colombianas han sido atravesadas por la precariedad económica y la violencia, como el Plan explica aquí:

*“Estas personas dependen de lastima áreas protegidas para su sostenimiento y son aliada ok s estratégicas para la conservación de las áreas mismas y para la generación de oportunidades de desarrollo social participativo y la conservación de tradiciones culturales. Sin embargo, su situación es complicada, ya que el 63.7 % vive en la pobreza” (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 40).*

Aquí:

*“Incidencia de situaciones de violencia en contextos urbanos que afectan y ponen en riesgo la garantía básica de los derechos culturales en cuanto a su ejercicio libre, y que limitan el acceso y la participación de la ciudadanía en los procesos de la cultura. De igual manera, faltan datos y hay dificultades para la medición y caracterización de estas afectaciones” (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 40).*

Y aquí:

*“Escasez de oferta cultural en municipios afectados por el conflicto armado y falta de procesos de investigación para la reconstrucción de las memorias asociadas al conflicto que reconozcan y visibilicen las afectaciones al tejido social y a las expresiones culturales de sus poblaciones” (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 40).*

El rol que juegan las artes y la cultura de cara al disfrute de los derechos humanos universales se vio resaltado en tiempos de pandemia, cuando fueron el oxígeno y



el solaz que la humanidad encontró para mitigar los efectos negativos en su salud emocional. El confinamiento nos permitió comprender y vivir desde la experiencia subjetiva cómo las artes tienen también unos efectos en la salud; esto nos permitió evidenciar cómo las artes y la cultura son elementos esenciales y no instrumentales para políticas en otros campos como la infancia, juventud, inclusión social, salud, Derechos Humanos, reconciliación, turismo, urbanismo, desarrollo económico, ambiente, equidad de género, entre otros.

### **3.2. PROBLEMA POR RESOLVER**

*¿Cuánto tiempo estamos empleando los colombianos y colombianas en disfrutar de las artes? ¿En qué momentos de la vida aprendemos a contemplar la belleza amplia y diversa de las expresiones de la cultura? ¿Qué virtudes se reflejan en una creación construida de manera colectiva, y cómo es el proceso de su valoración y disfrute? ¿Qué tan cerca de la ciudadanía, física y emocionalmente, se encuentran las ofertas culturales? ¿Cuánto tiempo pasamos en internet consumiendo contenidos artísticos y qué tanto se retribuye a los autores por ello? ¿Por qué razones consumimos el arte que consumimos y cómo hacer para que cada vez sea más?*

Para responder algunas de estas preguntas, a lo largo de esta exposición de motivos se abordará, primero, un breve recorrido por los derechos culturales en Colombia, para luego explicar las principales barreras identificadas para el acceso efectivo a esos derechos.

La Declaración de Friburgo, documento fundacional de los derechos culturales firmado en 2007, propone los siguientes derechos culturales: 1. Identidad y patrimonio culturales; 2. Referencias a comunidades culturales; 3. Acceso y participación en la vida cultural; 4. Educación y formación; 5. Información y comunicación; y 6. Cooperación cultural. En este proyecto de ley se hace énfasis en los derechos de acceso y participación en la vida cultural.

Por medio de esta Ley se resuelve la necesidad de un marco normativo claro en torno a los derechos culturales, a través de la formación de públicos y el consumo cultural.

### 3.3. CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY

El proyecto de ley comienza estableciendo unas definiciones que permitirán comprender los ámbitos y alcances de las propuestas que se desarrollan en el articulado. Posteriormente, establece como sombrilla de todas estas acciones la Política Pública de Canasta Básica Cultural, que comprende estrategias como la formación de públicos, el Bono Juvenil Cultural, la divulgación cultural, y el fomento del consumo cultural local. Cada una de estas estrategias se especifica en el articulado.

Posteriormente, el proyecto identifica acciones para problemáticas específicas como el acceso a oferta cultural en las zonas más alejadas de los centros urbanos, y la incorporación de un índice de consumo cultural en la cuenta satélite de cultura.

### 3.4. JUSTIFICACIÓN

#### Fomento de la demanda cultural

**Porcentaje de personas de 12 años y más, según razones de no asistencia a eventos, presentaciones y espectáculos culturales, en los últimos 12 meses**  
Cabeceras municipales  
2020

Razones de no asistencia a eventos, presentaciones y espectáculos culturales	Teatro, ópera o danza		Conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo		Exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas		Ferias o exposiciones artesanales	
	Porcentaje	IC ±	Porcentaje	IC ±	Porcentaje	IC ±	Porcentaje	IC ±
Desinterés/no le gusta	53,5	1,5	46,5	1,4	49,8	1,5	47,7	1,5
Falta de tiempo	27,2	1,1	27,3	1,2	21,2	1,1	23,3	1,2
Falta de dinero	21,1	1,5	29,1	1,7	18,9	1,4	23,8	1,6
Medidas de aislamiento preventivo o distanciamiento social a causa de pandemia (COVID-19)	16,5	1,3	20,8	1,4	16,8	1,3	18,5	1,4
Desconocimiento de la realización de este tipo de presentaciones	10,7	0,8	4,3	0,5	18,3	1,0	14,0	1,0
Ausencia de este tipo de presentaciones	7,9	1,0	8,6	1,1	9,1	1,1	8,6	1,2

Fuente: DANE, ECC-2020

Nota: Datos expandidos con las proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda del 2018.

Nota: Los porcentajes del gráfico no suman 100%, porque son respuestas incluyentes y corresponden a las personas que no asistieron a eventos, presentaciones y espectáculos culturales, en el cuadro se incluyeron las razones de no asistencia comunes a eventos, presentaciones y espectáculos culturales.

DANE - IOT Capital Social

Gráfica: Tomada de Encuesta de Consumo Cultural (DANE, 2020).

La Encuesta de Consumo Cultural ha demostrado cómo de manera progresiva durante los últimos años se han ido transformando los consumos, teniendo como puntos más altos aquellos que se dan a través de internet y la televisión (ECC 2020<sup>[1]</sup>). En contraste, según la misma encuesta, las principales razones para que las personas no asistan a eventos o espacios culturales son “desinterés” y “no me gusta”. Esto indica que, para garantizar el ejercicio de los derechos culturales y transformar los consumos es necesario fomentar el disfrute y comprensión de una amplia y diversa baraja de expresiones culturales, en contraposición al consumo de contenidos culturales hegemónicos.

**Porcentaje de personas de 12 años y más, según razones de no asistencia a espacios culturales, en los últimos 12 meses**  
**Cabeceras municipales**  
**2020**

Razones de no Asistencia	Bibliotecas		Casas de la Cultura		Centros Culturales		Museos		Galerías de arte o salas de exposiciones		Monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales o centros históricos	
	Porcentaje	ICt	Porcentaje	ICt	Porcentaje	ICt	Porcentaje	ICt	Porcentaje	ICt	Porcentaje	ICt
Desinterés/no le gusta	61,0	1,3	64,5	1,4	55,3	1,5	48,5	1,5	60,1	1,4	46,9	1,5
Falta de tiempo	21,7	1,1	22,3	1,1	23,5	1,1	30,4	1,4	19,6	1,1	33,1	1,5
Medidas de aislamiento preventivo o distanciamiento social a causa de pandemia (COVID-19)	19,0	1,1	19,7	1,1	18,0	1,3	17,3	1,3	19,4	1,2	16,4	1,4
Estrés	8,2	0,9	8,6	0,5	8,8	0,9	14,4	1,4	7,7	1,0	16,4	1,4
Falta de dinero	6,4	0,7	9,8	1,0	13,6	1,2	13,1	1,0	14,5	1,2	17,7	1,3
Problemas de salud o discapacidad	3,4	0,3	3,5	0,3	4,2	0,4	3,8	0,4	3,3	0,3	4,2	0,4
Desconocimiento de la realización de este tipo de espacios	2,9	0,4	11,0	0,9	12,7	0,9	5,7	0,6	11,3	0,8	6,8	0,7
Otro	2,5	0,5	1,7	0,4	1,7	0,4	1,6	0,4	3,9	0,4	1,7	0,4
Ausencia de este tipo de espacios culturales	2,1	0,4	4,4	0,8	4,2	0,8	11,7	1,4	9,0	1,2	9,1	1,3

Fuente: DANE, ECC-2020

Nota: Datos expandidos con las proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda del 2018.

Nota: Los porcentajes del gráfico no suman 100%, porque son respuestas incluyentes y corresponden a las personas que no asistieron a Espacios Culturales, en el cuadro se incluyeron las razones de no asistencia comunes a espacios culturales.

1000000 - 001 Equival Social

Gráfica: Tomada de Encuesta de Consumo Cultural (DANE, 2020).

Para un segmento crucial en los derechos culturales como las personas menores de 5 años, los consumos han sido mayoritariamente televisivos y la lectura es minoritaria: “para las actividades culturales realizadas dentro del hogar con las personas menores de 5 años, el 81,9% vieron televisión, el 78,0% escuchó música, el 72,2% vio videos, el 37,1% leyó y el 14,2% jugó videojuegos” (DANE, 2020).

Según el Plan Nacional de Cultura:

*“El promedio de libros leídos por personas mayores de 12 años que saben leer y escribir y leyeron libros en los últimos 12 meses es de 3.9 libros. Los niños de 5 a 11 años que leyeron libros leen en promedio 3.1 libros al año” (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 45).*

En oposición, los consumos a través de internet han visto un crecimiento progresivo, acrecentado por las temporadas de confinamiento. La carencia de las regulaciones para las multinacionales de internet y el entretenimiento son una problemática que representa un reto para las políticas públicas culturales. De no asumir lo que esto implica en cuanto a apropiación y alfabetización digital, el flujo de contenidos que serán consumidos a través de internet irá en menoscabo de los teatros, cines, medios comunitarios y alternativos, salas de espectáculos, museos y bibliotecas.

En los estudios arrojados por parte de la cuenta satélite y otros indicadores, así como el continuo trasegar y las evidencias en el día día del sector cultural y sus observatorios, es evidente que se carece de una política pública clara que incentive el ejercicio efectivo de los derechos culturales a través de la formación de públicos y el consumo cultural.



Adicional a todo esto es necesario advertir las diferencias existentes entre las estrategias para garantizar el ejercicio de los derechos culturales en las ciudades capitales, los cascos urbanos y la ruralidad. La ausencia de infraestructura y programación cultural diversa se aúna a otras condiciones que se convierten en barreras de acceso a la cultura:

*“Oferta cultural concentrada en los centros urbanos y grandes ciudades. En los municipios apartados, de menor categoría y de carácter rural, los consumos culturales son bajos porque la circulación de bienes y servicios es limitada”* (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 52).

*“Se presenta falta de valoración y apropiación de los espacios de la cultura, de modo que estos no se consolidan como epicentros para el encuentro intercultural”* (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 46).

En definitiva, teniendo en cuenta lo pronunciadas que son las cifras que diagnostican los bajos consumos culturales en Colombia, podría afirmarse que el problema más importante a ser atendido es el fomento de la demanda cultural.

### **Formación y mediación de audiencias culturales**

Uno de los cimientos que posiblemente mejor pueda garantizar cierto nivel de sostenibilidad a los consumos culturales es la formación de públicos. Sin embargo, estos deben ser entendidos como una estrategia que va mucho más allá de la gratuidad en el acceso a oferta cultural: deben priorizarse poblaciones (primera infancia, infancia, adolescencia y poblaciones vulnerables), debe acompañarse el proceso de apreciación con mediadores, deben producirse contenidos educativos, en fin, deben concebirse las ciudadanas y ciudadanos como sujetos en medio de un ciclo de vida que necesitan herramientas diversificadas para ejercer sus derechos culturales.

Un aliado fundamental para la formación de públicos culturales es el sistema educativo. Estos dos sectores, que tienen unas raíces indivisibles, no dialogan correctamente para fomentar los derechos culturales:

*“Baja articulación del sector cultural con el sistema educativo formal, que se manifiesta principalmente en deficiencia de contenidos que promuevan la valoración de expresiones artísticas, culturales y patrimoniales diversas en los currículos desde una edad temprana. Así mismo, la oferta cultural y los procesos desarrollados desde la educación formal se limitan a unas pocas expresiones culturales -como la música o la danza- y no promueven las manifestaciones locales de los territorios y sus comunidades”* (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 44).

La educación artística en los primeros momentos de la vida es uno de los principales motivadores para una relación estable y duradera con la cultura. Sin embargo, es necesario comprender el rol activo de las audiencias en sus dimensiones reflexiva, propositiva y narrativa para ofrecerles un acompañamiento sensible y dirigido a lo largo del proceso de contemplación de las expresiones artísticas.



*Gráfico: tomado del Plan Decenal de Cultura 2022-2032, pág. 44.*

Las escuelas públicas de música son un ejemplo de cómo llevar la formación artística a diferentes momentos de la vida y territorios de la geografía nacional. Yendo un poco más allá, podría decirse que una adecuada formación de públicos en las artes debería incluir elementos similares a los que en nuestra sociedad tiene el fútbol: escuelas a escala barrial, torneos de todas las edades, géneros y categorías, un periodismo atento y crítico, una alta atención colectiva, procesos comunitarios que le den apoyo y sustento, empresas que construyen valor común a partir de un patrimonio.

La mediación de audiencias, que ve entre sus ejemplos más evidentes en los museos, el turismo cultural y el patrimonio, tiene el potencial de darnos las herramientas para construir ciudadanías más críticas y conscientes. Adicionalmente, una gestión correcta de estas audiencias, de acuerdo con sus condiciones de vida, permitirá que quienes puedan pagar por sus consumos culturales lo hagan impactando idealmente a los y las creadores locales. Un ecosistema cultural saludable debería permitir y promover el acceso universal a quienes más lo necesitan, mientras genera una armonía económica para quienes crean empresas y organizaciones culturales que se insertan en la economía de mercado.

Una educación cultural integral, que se adecúe a las condiciones de la contemporaneidad, debe poner en el centro la alfabetización digital, entendida como una necesidad que va mucho más allá del conocimiento operativo de las herramientas digitales:

*“La alfabetización y la educación digital se han convertido en prioridades para la enseñanza de las nuevas generaciones (e incluso de la sociedad en general) para*

*pensar de manera crítica sobre los usos de las redes sociales, las noticias falsas, el narcisismo, la notoriedad y la ‘avalancha’ de información. (...). La alfabetización digital puede convertirse en una verdadera política educativa y artística si entendemos su amplia gama de significados: entre otros, aprender a ‘leer’ la web, herramientas de entrenamiento, enseñanza de la protección de la privacidad, promoción de los derechos de autor, convertirse digitalmente capacitado para aprender a crear en internet en forma de mash-ups o ‘hackatones’” (Martel, 2020).*

La formación de públicos tiene la capacidad de fortalecer y ampliar el consumo y disfrute de los bienes y servicios culturales, lo cual tiene como impacto positivo adicional la dinamización y sostenibilidad del sector cultural. Aunque el acceso sin límites económicos a la oferta cultural (es decir: la gratuidad) es una necesidad inevitable para las poblaciones más vulnerables, debe cuidarse que este mecanismo no vaya en detrimento de los ciudadanos que tienen la capacidad y la voluntad de pagar por los bienes y servicios culturales. Una perspectiva apropiada de formación de públicos trata de diseñar y ejecutar políticas y programas culturales focalizados en las poblaciones que, por sus condiciones de marginación, vulnerabilidad y/o exclusión, deben ser prioritarias. El consumo cultural es una consecuencia del ejercicio efectivo de los derechos culturales.

### **Descentralización de la oferta cultural**

La información ofrecida por la Encuesta de Consumo Cultural es suficientemente alarmante en cuanto a las brechas que existen para el acceso efectivo de los derechos culturales. Aún así, la perspectiva se puede agravar teniendo en cuenta que la información que en ella se encuentra no incluye de manera comprensiva lo que sucede en la ruralidad: en el mejor de los casos, al incluir las cabeceras municipales podrán contemplarse algunos corregimientos. Sin embargo, al buscar la palabra “rural” en el último informe no se arroja ningún resultado. Podríamos afirmar que la información sobre consumo cultural en las zonas más alejadas de la geografía nacional es prácticamente nula.

Por otro lado, la cultura (o las culturas) que consumimos son en su mayoría hegemónicas, una barrera de circulación para los patrimonios culturales nacionales. El Plan Nacional de Cultura identifica esto como un problema:

*“Poca participación y representación de grupos étnicos y poblacionales históricamente vulnerados en los espacios y procesos de la cultura debido a persistencia de patrones de exclusión” (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 41).*



Adicionalmente, las brechas entre las capacidades instaladas en las ciudades y las de los municipios más pequeños es importante y tiende a crecer, así es identificada en el Plan:

*“Procesos de formación artística y cultural débil es en municipios de menor categoría y en zonas rurales en los cuales no hay continuidad debido a falta de recursos y limitada gestión de los entes territoriales (...) Déficit de infraestructura cultural como Casas de Cultura, bibliotecas, archivos y museos, entre otros, que estén debidamente dotadas y adecuadas en las zonas rurales y en los municipios de menor categoría, lo cual imposibilita la participación de estas comunidades en los procesos y la oferta cultural (...) Equipamientos culturales que no se adecúan a los contextos y necesidades particulares de los territorios y las prácticas culturales de sus habitantes, así mismo no son polivalentes y no se encuentran acondicionados para población con discapacidad” (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 46).*

Para comprender la distancia existente entre los derechos culturales y su ejercicio efectivo es necesario considerar dos tipos de brecha: la brecha de accesibilidad y la brecha de participación. Es decir, la diferencia entre tener la posibilidad de acceder a un contenido y la acción de hacer parte de él. Otra premisa de la que se puede partir plantea que, para ejercer los derechos culturales de manera efectiva, no basta con una sola fórmula, sino que deben conjugarse el acceso a la información, la financiación, la sensibilización, la comprensión, la creación y la interacción, entre otras. Por último, es fundamental reconocer las complejidades y amplitud del territorio colombiano, y preguntarse por aquellas comunidades que se encuentran desprovistas de cualquier infraestructura cultural y artística, y que por lo tanto queda excluida del aprovechamiento de los servicios culturales.

### **Divulgación cultural, datos y el impacto de internet**

La asimetría de la información es una problemática adicional para el acceso y ejercicio efectivo de los derechos culturales. Es decir, los canales y contactos con los que contamos para conocer la oferta cultural no son los mismos para cada persona, y esto varía dependiendo de una miríada de factores. En particular, sobre el acceso y la generación de información, el aparataje institucional público colombiano tiene todavía serios retos por resolver:

*“En distintas latitudes, desde diferentes perspectivas y magnitudes, algunos estudios han intentado abordar el tema del consumo cultural de acuerdo con las características nacionales o poblacionales, las preferencias ciudadanas o los gastos realizados por las personas. En Colombia, a pesar de que existen mediciones alrededor de la oferta y del dinero gastado por las personas en bienes*



*y servicios promovidos por el sector cultural, así como en actividades de entretenimiento, diversión y ocio, dichas mediciones no tienen la amplitud y periodicidad requeridas” - Encuesta de Consumo Cultural. Dane, 2020.*

Este derecho a la información va más allá del seguimiento de indicadores y metas de desarrollo: también es necesario que el gobierno comunique a la ciudadanía la importancia que tiene la cultura para el ejercicio de una vida plena en sociedad. La democratización de la cultura está atravesada por la inversión en la oferta y demanda de los bienes y servicios culturales, pero los criterios cualitativos de estas inversiones son fundamentales: deben generar transformaciones no solo en la cantidad y destino de estas ofertas, sino sobre todo en la calidad, el modo de producción y en las formas de apropiación por parte de la ciudadanía. Adicionalmente, debemos preguntarnos por la validez de muchos de los indicadores culturales, que actualmente dejan por fuera un sinnúmero de expresiones artísticas y culturales comunitarias, emergentes y cotidianas que también le dan forma al ecosistema cultural y la identidad cultural.

En este punto podemos reconocer que el control de la información es fundamental para que los derechos culturales sean ejercidos y se transformen en consumo cultural. Actualmente, nuestra sociedad cada vez incorpora con más facilidad las plataformas tecnológicas que nos permiten consumir contenidos; sin embargo, no se generan con tanta celeridad los mecanismos para visibilizar los activos culturales locales:

*“Se evidencia escasez de contenidos culturales que difundan, promocionen y pongan en circulación las expresiones artísticas y culturales locales, que las reconozcan y pongan en diálogo” (Plan Nacional de Cultura. Mincultura, 2022: p. 41).*

Es decir, las multinacionales de los contenidos han logrado permear a niveles que las expresiones culturales autóctonas se soñarían, y la capacidad de incidencia para que estas plataformas incorporen a las culturas locales es prácticamente nula.

En el primer capítulo fue mencionada la alerta frente al papel que la digitalidad ha jugado en los consumos culturales, que no debe ser tomada como una posición apocalíptica (esa que Umberto Eco opone a la posición integrada), sino como una oportunidad para considerarse como fuente de recursos y no solo como fuga de contenidos.

**Porcentaje de personas de 12 años y más, por sexo, que utilizaron internet, según las diferentes actividades culturales**  
**Cabeceras municipales**  
**2020**

Actividades en las que las personas utilizaron internet	Total		Hombres		Mujeres	
	Porcentaje	IC 95%	Porcentaje	IC 95%	Porcentaje	IC 95%
Buscar, descargar o escuchar música	70,3	1,4	72,0	1,7	68,7	1,6
Buscar, descargar o ver películas o videos	70,0	1,7	71,5	1,8	68,6	1,5
Ver televisión o escuchar señal de radio	29,6	1,8	30,5	2,0	29,8	1,8
Buscar, descargar o leer revistas o periódicos	24,5	1,4	24,9	1,6	24,1	1,5
Buscar, descargar o leer libros	24,2	1,1	23,8	1,4	24,5	1,3
Buscar, descargar o jugar videojuegos	21,7	1,0	30,8	1,5	11,5	1,0
Acceder a los servicios de bibliotecas	13,7	1,0	13,2	1,2	14,2	1,1
Acceder a conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en transmisión simultánea	6,2	0,7	6,5	0,8	6,0	0,8
Acceder a ferias del libro o publicaciones, o eventos desarrollados en ellas	3,3	0,4	3,1	0,6	3,4	0,5
Acceder a teatro, ópera o danza en transmisión simultánea	2,5	0,4	2,3	0,4	2,6	0,4
Acceder a museos	2,1	0,3	2,1	0,4	2,0	0,4
Acceder a galerías de arte o salas de exposiciones	1,9	0,3	1,8	0,4	2,0	0,4

Fuente: DANE, ECC-2020

Nota: Datos separados con las proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda del 2018.

Nota: Población de referencia: total de personas de 12 años y más que usaron internet 24.659 (en miles). Los porcentajes de la tabla corresponden a las personas que utilizaron internet en las diferentes prácticas culturales.

Gráfica: Tomada de Encuesta de Consumo Cultural (DANE, 2020).

Según la ECC un alto porcentaje de colombianas y colombianos usan internet para consumir productos y servicios culturales que antes encontraban sólo a través de los canales tradicionales. En los casos de la música y los audiovisuales, los más consumidos en internet por encima del 70 %, debe resaltarse que son las industrias en las que se cuenta con plataformas más posicionadas para su consumo, y en las que cada vez se amplían las opciones de exhibición con retribución económica y respeto por los derechos de autor (Spotify, Netflix, HBO, Apple Music, YouTube, entre otros).

Todas estas plataformas y las venideras deben considerarse como aliadas para la divulgación y la crítica de las culturas locales colombianas. Sin embargo, no se pueden dejar de lado los medios de comunicación que tienen su base en todo el territorio nacional: son a la vez una expresión de la cultura y un mecanismo para promoverla. Todos los medios de comunicación comunitarios, locales y regionales, públicos y privados, podrían jugar un papel crucial en la transformación de los consumos culturales del país y, con ellos, del fortalecimiento de la identidad nacional misma.

Más allá de la publicación de unas agendas y unas ofertas que, por supuesto, son fundamentales, la divulgación cultural tiene que llegar a públicos especializados o de nicho, para los cuales es necesario producir contenidos con un nivel de sofisticación mayor. La crítica cultural es necesaria para que una audiencia se acerque a cierta expresión creativa y que lo haga con más elementos de juicio, para establecer conexiones con más referentes, para comprender una obra creativa de manera más profunda. Sin embargo, este mismo mecanismo se ha visto afectado por internet:



*“Mientras el debilitamiento o incluso ‘muerte’ de la crítica cultural tradicional han sido bien documentados, las nuevas prescripciones todavía deben descifrarse. Los sistemas de ‘calificar’ o ‘dar me gusta’ están tomando el control, si bien de manera imperfecta” (Martel, 2020).*

Sin desconocer los logros y avances que ha permitido el llamado “conocimiento social”, es necesario ofrecerles a las ciudadanas y ciudadanos más herramientas que el imperio del “me gusta” para decidir qué oferta cultural pueden incorporar a sus vidas, y visibilizar las expresiones locales con mayor carga identitaria y que mejor capacidad de transmisión de sentido tienen.

### **Experiencias internacionales**

#### *Bono cultural joven (España):*

Creado en el año 2022, entrega 400 euros a todos los y las jóvenes que cumplan 18 años a lo largo de todo el año. Estos recursos pueden gastarse en: 200 euros para artes en vivo, patrimonio cultural y artes audiovisuales; 100 euros para productos culturales en soporte físico; 100 euros para consumo digital o en línea. España “ha seguido la experiencia de otros países como Francia o Italia, que también fijan la edad de sus beneficiarios en los 18 años, al considerar que la mayoría de edad implica, además de la asunción de unos deberes y derechos, la posibilidad de inaugurar una autonomía en lo que respecta a sus decisiones en muchos ámbitos, también en el ámbito cultural”<sup>[1]</sup>.

Texto ley: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-4586>

#### *Vale - Cultura (Brasil)*

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/secretaria-especial-da-cultura/assuntos/vale-cultura>

“Otorga una tarjeta con valor de 50 reales (10 dólares aproximadamente) al mes a trabajadores que se encuentren trabajando en empresas adscritas al programa y que reciban máximo cinco salarios mínimos, con el objetivo de estimular y garantizar el consumo de oferta cultural”. (*Atlas De Política Cultural Para El Desarrollo Sostenible*, 2022)

#### *Pase Cultural (Argentina)*

<https://pasecultural.buenosaires.gob.ar/>

Otorga a estudiantes una tarjeta con un monto de \$2,000 (17 dólares) semestrales para ser utilizados en actividades y objetos relacionados con la vida cultural. Ofrece a los docentes una tarjeta para tener accesos gratuitos y descuentos especiales en recintos culturales. (*Atlas De Política Cultural Para El Desarrollo Sostenible*, 2022)

#### *Programa de formación de públicos (Perú)*



<https://www.infoartes.pe/primerallamada/>

Es un plan que se implementa a través de un conjunto de actividades gratuitas programadas durante todo el año, segmentadas por edades y géneros artísticos. Cada actividad viene acompañada de material didáctico para docentes, educadores en casa y estudiantes para poder trabajar mejor los contenidos previos y posteriores con las y los estudiantes en el aula de clases. (*Atlas De Política Cultural Para El Desarrollo Sostenible*, 2022).

### 3.4.1. Justificación normativa

La Constitución Política de Colombia plantea de manera amplia una serie de consideraciones en torno a la promoción de las expresiones culturales y del consumo cultural, lo que se ve reflejado en el Artículo 70 donde se plantea que “el Estado tiene el deber de promover y **fomentar el acceso de la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades**, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional...”. En la misma línea el Artículo 71 exhorta a que los planes de desarrollo económico y social deben incluir el fomento de las ciencias y la cultura, poniendo de manifiesto la responsabilidad del Estado frente a estas expresiones.

Estos dos artículos justifican de manera clara los planteamientos de este Proyecto de Ley en torno a la creación del programa de formación de públicos y las audiencias de consumo, que por un lado permitirá un mayor acceso de esas audiencias a las diferentes expresiones artísticas y culturales, y por otro el fortalecimiento de los contenidos y ofertas de las diferentes organizaciones y personas en la interacción directa con las mismas, a partir de la retribución o compra de sus servicios.

En el proyecto también se plantea un enfoque poblacional de la formación de públicos para la infancia, la primera infancia y la juventud, justificados en los artículos 44 y 45 de la Constitución donde se eleva a protección especial los derechos de estas poblaciones. En ambos artículos se responsabiliza al Estado de la formación integral de niños y adolescentes, así como a garantizar el acceso a la educación y la cultura, y en el caso de los niños se plantea prevalencia de sus derechos por encima de los de los demás.

A continuación, se listan las principales leyes, políticas públicas y otros marcos normativos relevantes para este Proyecto de Ley:

#### Constitución Política de Colombia:

Artículo 61. El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.



Artículo 63. Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables.

**Artículo 70: El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.**

Artículo 71. La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades.

Artículo 72. El patrimonio cultural de la Nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para readquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica.

Artículo 73. La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

**Artículo 75. El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.**

Artículo 76. La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio.



Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia el inciso anterior.

Leyes:

**Ley 2184 de 2022**, “por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones”.

**Ley 1834 de 2017**, “por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja”.

**Ley 1556 de 2012**. “por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas”.

**Ley 1507 de 2012**. Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.

De esta ley se destacan en particular:

Una de las funciones de la ANTV: “Diseñar e implementar estrategias pedagógicas para que la teleaudiencia familiar e infantil puedan desarrollar el espíritu crítico respecto de la información recibida a través de la televisión”.

Objeto del Fondo para el desarrollo de la Televisión y los Contenidos: “Fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión, la financiación de programación educativa y cultural a cargo del Estado y el apoyo a los contenidos de televisión de interés público desarrollado por operadores sin ánimo de lucro además de financiar el funcionamiento de la ANTV”.

**Ley 1493 de 2011**. Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones.

**Ley 1379 de 2010**. Por la cual se organiza la Red Nacional de Bibliotecas Públicas y se dictan otras disposiciones.

**Ley 1185 de 2008**. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 -Ley General de Cultura- y se dictan otras disposiciones.



**Ley 814 de 2003.** Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia.

**Ley 666 de 2001.** “por medio de la cual se modifica el artículo 38 de la ley 397 de 1997 y se dictan otras disposiciones”, Estampilla procultura.

**Ley 397 de 1997.** “Ley General de Cultura”. Normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura.

**Ley 182 de 1995.** Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión (hoy ANTV), se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones.

De esta ley se destacan en particular:

Una de las funciones de la Comisión Nacional de Televisión: “Diseñar estrategias educativas con el fin de que los operadores, concesionarios de espacios de televisión y contratistas de televisión regional las divulguen y promuevan en el servicio, a efecto de que la teleaudiencia familiar e infantil pueda desarrollar la creatividad, la imaginación y el espíritu crítico respecto de los mensajes transmitidos a través de la televisión”

La promoción de contenidos de origen regional: “Los canales regionales de televisión harán énfasis en una programación con temas y contenidos de origen regional, orientada al desarrollo social y cultural de la respectiva comunidad”. Art. 37

**Ley 98 de 1993.** Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano.

Decretos/Conpes:

CONPES 3659 de 2010. Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia.

CONPES 3658 de 2010. Lineamientos de Política para la recuperación de los centros históricos en Colombia.



Decreto 763 de 2009. Por medio del cual se reglamentan parcialmente las leyes 814 de 2003 y 397 de 1997, modificada por medio de la Ley 1185 de 2008, en lo correspondiente al Patrimonio Cultural de la Nación de naturaleza material.

Decreto 2941 de 2009. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 397 de 1997, modificada por la Ley 1185 de 2008, en lo correspondiente al Patrimonio Cultural de la Nación de naturaleza inmaterial.

CONPES 3462 de 2007. Lineamientos para el fortalecimiento de la cinematografía en Colombia.

CONPES 3409 de 2006. Lineamientos para el fortalecimiento del Plan Nacional de Música para la Convivencia.

Decreto 352 de 2004, reglamentaria de la Ley 814 de 2003. Por el cual se reglamenta los artículos 7°, 9°, 12°, 14° y 16° de la Ley 814 de 2003 (fomento de la actividad cinematográfica).

Decreto 826 de 2003. “por el cual se modifica el Decreto 267 de 2002”, Consejo Nacional Libro y Lectura.

Decreto 1746 de 2003. Por el cual se determinan los objetivos y estructura orgánica del Ministerio de Cultura y se dictan otras disposiciones.

CONPES 3162 de 2002. Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 “Hacia una ciudadanía democrática cultural”.

Decreto 1589 de 1998. Por el cual se reglamenta el Sistema Nacional de Cultura.

CONPES 3255 de 2003. Lineamientos de política para la distribución del 25% de los recursos territoriales provenientes del incremento del 4% del IVA a la telefonía móvil.

#### **4. CONSIDERACIONES DE LOS PONENTES**

La presente ley busca dar un paso para que el Estado colombiano fortalezca las capacidades de los ciudadanos y las organizaciones culturales de dinamizar el ejercicio efectivo de los derechos culturales, especialmente el derecho de acceso.

Consideramos que esta iniciativa legislativa es muy pertinente para el fortalecimiento de la identidad cultural y la sostenibilidad de las organizaciones culturales y creativas, toda vez que conjuga diferentes aspectos que se interrelacionan y complementan como el consumo cultural y el derecho de acceso a la cultura.



El reconocimiento por parte del Estado de los derechos sociales y culturales es una lucha más vigente que nunca. Por esta razón y en reconocimiento de la importancia de la cultura para el desarrollo del ser humano y el fortalecimiento de su interacción en sociedad, apoyamos este proyecto que constituye un primer avance en la reivindicación de los gestores y gestoras culturales, quienes han sido históricamente rezagados.

## **5. PLIEGO DE MODIFICACIONES**

No se presentaron modificaciones entre la radicación y la ponencia para primer debate.

## **6. POSIBLES CONFLICTOS DE INTERÉS**

El artículo 291 de la ley 5 de 1992, modificada por la ley 2003 de 2019, establece a los autores de proyectos de ley la obligación de presentar en la exposición de motivos un acápite que describa las circunstancias o eventos que podrían generar un conflicto de interés para la discusión y votación del proyecto con el fin de ser criterios guías para que los otros congresistas tomen una decisión en torno a si se encuentran en una causal de impedimento, no obstante, otras causales que se puedan encontrar.

Así las cosas, es preciso afirmar que no se configuran los beneficios particular, actual y directo de los que trata el artículo 286 de la ley 5 de 1992, modificado por el artículo 1 de la ley 2003, según los cuales se debe confirmar que i) la decisión pueda afectar de manera positiva mediante la asignación de un beneficio económico, privilegio, ganancia económica, ii) de manera directa al congresista de la República, su cónyuge o compañera/o permanente o sus parientes hasta segundo grado de consanguinidad y afinidad o primero civil, iii) de manera actual y concreta al momento de la discusión y votación del proyecto, es decir, que no se trate de una ganancia futura o hipotética.

De acuerdo con el panorama esbozado atrás, un proyecto cuyo objeto es garantizar el ejercicio de los derechos culturales y dinamizar el consumo cultural, que se fundamenta en la concepción de la ciudadanía activa y diversa, que enfoca sus esfuerzos en las brechas existentes, que plantea una perspectiva territorial, y que fortalece las capacidades de las y los artistas, genera un beneficio que redundará en un interés general y sobre el cual tiene acceso el grueso de la sociedad sin discriminación alguna. Así las cosas, y tal como lo establece el artículo 286 del reglamento del Congreso, no habrá conflicto de interés *cuando el congresista participe, discuta, vote un proyecto de ley o de acto legislativo que otorgue beneficios o cargos de carácter general, es decir cuando el interés del congresista coincide o se fusione con los intereses de los electores*. De manera que para ningún caso considero que se generen conflictos de interés.

## PROPOSICIÓN

Con base en las anteriores consideraciones, presentamos ponencia positiva y solicitamos a la Comisión Sexta Constitucional Permanente de la Cámara de Representantes, dar primer debate al Proyecto de Ley “Ley No. 209 de 2022 Cámara *“Por medio del cual se establece la canasta básica de cultura en el país”*”.

De los Honorables Representantes,



**DANIEL CARVALHO MEJÍA**  
Coordinador Ponente



**JAIME RAÚL SALAMANCA TORRES**  
Ponente



**TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE AL PROYECTO DE LEY  
NÚMERO 209 DE 2022 CÁMARA**

*Por medio del cual se establece la Canasta Básica de Cultura en el país.*

\* \* \*

**El Congreso de Colombia**

**DECRETA**

**Artículo 1. Objeto.** La presente Ley busca establecer la Canasta Básica de Cultura para garantizar el acceso efectivo a las ofertas culturales a través de acciones dirigidas y diferenciadas que fortalezcan la sostenibilidad de los actores culturales colombianos por medio del consumo local.

**Artículo 2. Ámbito de aplicación.** La presente Ley será aplicada a las personas con nacionalidad colombiana.

**Artículo 3. Definiciones.** La presente Ley se interpretará a la luz de las siguientes definiciones.

1. *Derechos culturales.* Son aquellos que hacen referencia a la identidad y diversidad cultural, al derecho a participar de la cultura, a la educación cultural, la información y la cooperación cultural.
2. *Canasta Básica de Cultura.* Es el derecho al ejercicio efectivo de la vida cultural por parte de toda la población, en particular, pero no exclusivamente, a través de la asistencia a eventos, presentaciones, espectáculos y espacios culturales; la asistencia a cine; la lectura de productos editoriales impresos y digitales; la formación, y la práctica cultural.
3. *Consumo cultural.* Conjunto de prácticas realizadas por los individuos para el acceso, disfrute, apropiación y uso de bienes, servicios y espacios culturales.
4. *Espacios culturales.* Construcciones físicas que tienen como principal objetivo servir de escenario para el desarrollo de múltiples actividades y prácticas culturales, que facilitan el acceso a diversos bienes y servicios culturales por parte de la población en general. Es el caso, entre otros, de las bibliotecas, las casas de cultura,



los museos, las galerías de arte y salas de exposición, los centros históricos o de memoria histórica, archivos, instituciones educativas y bienes de interés cultural.

5. *Formación y gestión de audiencias.* Son las iniciativas educativas dirigidas a la formación que se da desde la primera infancia para la comprensión, el disfrute y la apropiación de las diferentes expresiones artísticas y culturales. La formación de públicos se extiende a lo largo de la vida del individuo, pero es prioritaria, con obligación a cargo del Estado, en la infancia y la adolescencia.
6. *Divulgación cultural.* Son todas las acciones de promoción de la oferta artística y cultural a través de cualquier medio, canal o plataforma de comunicación existente o por existir.

**Artículo 4. Política de Canasta Básica de Cultura.** La Política de Canasta Básica de Cultura, a cargo del Ministerio de Cultura, tendrá como objetivo principal el desarrollo de los proyectos que se detallan en la presente Ley.

La Política de Canasta Básica de Cultura está orientada a:

- a. Mejorar las condiciones de toda la población, de manera diferenciada, para su acceso a bienes, servicios y espacios culturales.
- b. Educar y sensibilizar a la población para la comprensión y disfrute de las expresiones artísticas y culturales.
- c. Dinamizar los consumos culturales locales a través de la gestión de audiencias.
- d. Promover las expresiones artísticas y culturales locales.
- e. Divulgar y comunicar de manera asertiva las ofertas artísticas y culturales a nivel local, regional y nacional.

**Artículo 5. Bono Juvenil Cultural.** Créese el Bono Juvenil Cultural dirigido a todas las personas con nacionalidad colombiana que cumplan la mayoría de edad en el año de solicitud del bono, con el cual podrán adquirir los productos y servicios creativos de las personas naturales y jurídicas que se adhieran como oferentes. Este bono tendrá un carácter progresivo, buscando incrementar la suma otorgada y adaptándose a la disponibilidad presupuestal y fiscal de la Nación.

**Parágrafo 1.** Cuantías. El valor máximo de este bono será definido cada año por el Ministerio de Cultura, se concederá por una sola vez a cada beneficiario, y será individual, personal e intransferible.



**Parágrafo 2.** Oferentes. El Ministerio de Cultura dispondrá de una plataforma tecnológica para que las personas naturales y jurídicas se inscriban como oferentes del Bono Juvenil Cultural, y establecerá los requisitos que deberán cumplir para acreditarse como tales. Estas entidades deberán prestar sus servicios en el territorio colombiano y su objeto social debe estar relacionado con la venta o puesta a disposición de productos, servicios y espacios culturales. Serán oferentes el Ministerio de Cultura y sus entidades adscritas.

**Parágrafo 3.** Productos, servicios y espacios. El Bono Juvenil Cultural cubrirá los productos, servicios y espacios que sean ofrecidos por los oferentes y que desarrollen su objeto social en las artes en vivo, el patrimonio cultural, las artes audiovisuales, productos culturales en soporte físico, y consumo digital o en línea. Quedan excluidos del bono los productos de papelería, equipos, software, hardware, material artístico, instrumentos musicales, espectáculos deportivos y taurinos, moda y gastronomía, y contenidos pornográficos.

**Artículo 6. *Formación y mediación de públicos.*** La formación y mediación de públicos busca promover la valoración, el disfrute y el aprovechamiento de los actos y expresiones creativas y culturales como partes de la identidad y la manifestación de la diversidad cultural local, regional y nacional, a través de un enfoque poblacional diferenciado, con especial énfasis en primera infancia, infancia, adolescencia, estudiantes de todos los niveles educativos y formativos, y poblaciones vulnerables. Esta formación y mediación de públicos buscará impactar a públicos nuevos y existentes.

Para la formación de nuevos públicos se podrán implementar contenidos educativos en entornos digitales; campañas presenciales y digitales dirigidas a primera infancia, infancia, adolescencia, estudiantes de todos los niveles educativos y formativos, y poblaciones vulnerables; y oferta formativa para la apreciación amplia de las artes. Para llegar a públicos existentes se fortalecerá el acceso libre y gratuito a eventos y oferta formativa cultural en territorios priorizados.

**Artículo 7. *Consumo Cultural Local.*** Créese una estrategia para fomentar el consumo cultural local, donde a través del Ministerio de Cultura, se busquen recursos públicos de los niveles local, regional y nacional, junto con recursos privados y de cooperación internacional, para promover portafolios, subsidios y alianzas públicas y privadas, entre otros, que generen incentivos a los públicos existentes y nuevos para acceder a productos, servicios y espacios artísticos, culturales y creativos locales, regionales y nacionales de Colombia.

**Artículo 8. *Estrategia de Divulgación Cultural.*** Créese una estrategia para fomentar las capacidades de difusión de las redes y espacios culturales locales, regionales y nacionales como bibliotecas, casas culturales, museos, galerías de arte y salas de exposición, centros históricos o de memoria histórica, archivos, instituciones educativas, bienes de interés cultural, entre otros, facilitando el ejercicio y acceso a las ofertas culturales desde un enfoque territorial. Esta estrategia digital estará a cargo del Ministerio de Cultura y tendrá el apoyo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para su diseño, soporte y actualización. Para esta divulgación serán prioritarias las personas discapacitadas, de la tercera edad, la primera infancia, la infancia, la juventud y los sectores sociales más vulnerables.

Adicionalmente, esta estrategia incluirá una línea para fortalecer la capacidad de las organizaciones culturales para hacer divulgación de sus ofertas.

**Parágrafo 1.** Desde los estímulos para el arte y la cultura que se ofrezcan en el nivel nacional se deben crear categorías que fomenten el periodismo cultural y la crítica cultural para el fortalecimiento del consumo cultural.

**Parágrafo 2.** Los medios de comunicación públicos deben implementar mecanismos para incluir en su programación las producciones artísticas y culturales locales, ya sean ganadoras de estímulos de arte y cultura o producciones autogestionadas.

**Artículo 9. *Estrategia móvil Cultura Profunda.*** Créese una estrategia móvil que facilite el acceso a los elementos de la Canasta Básica de Cultura a las poblaciones de los municipios que no cuenten con oferta cultural o que ésta sea carente. Para esto, el Ministerio de Cultura se apoyará en el Ministerio de Defensa Nacional, de manera que se generen las condiciones para que esta estrategia sea multimodal, accediendo a las comunidades más apartadas a través de las carreteras, ríos, playas y demás singularidades de la geografía colombiana.

**Parágrafo.** Equipamientos culturales. A partir de la Encuesta de Consumo Cultural (ECC) del DANE el Ministerio de Cultura identificará los territorios con menor cantidad de equipamientos culturales, que serán priorizados para la implementación de la estrategia móvil. Uno de los criterios para esta identificación serán los que se tuvieron en cuenta para los municipios PDET y ZOMAC.

**Artículo 10. *Creación del índice de consumo cultural.*** Créese dentro de la Cuenta Satélite de Cultura y Economías Creativas del DANE un índice de consumo cultural que permita la

comparación teniendo en cuenta las variables de oferta cultural, demanda cultural e infraestructura cultural.

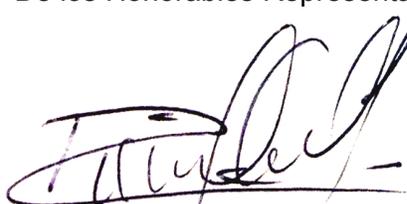
**Artículo 11. Seguimiento.** El Gobierno Nacional hará un seguimiento anual a la política de Canasta Básica de Cultura con el fin de evaluar su impacto. Dicha evaluación debe ser publicada a través de un documento de acceso público que será remitido a la Comisión VI Constitucional de la Cámara de Representantes y del Senado.

**Artículo 12. Campaña de difusión masiva.** El Gobierno Nacional deberá implementar una campaña de difusión masiva de la política de Canasta Básica de Cultura en la que se debe especificar como mínimo las estrategias contempladas en esta Ley. Además, las Instituciones de Educación Superior, en el marco de su autonomía, podrán participar de la campaña de difusión masiva implementada por el Gobierno Nacional.

**Artículo 13. Reglamentación de la Canasta Básica de Cultura.** El Gobierno Nacional contará con hasta un año, a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, para reglamentar la política de Canasta Básica de Cultura y sus estrategias, conforme a lo dispuesto en esta Ley.

**Artículo 14. Vigencia y derogatorias.** La presente Ley rige a partir de la fecha de su publicación, y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

De los Honorables Representantes,



**DANIEL CARVALHO MEJÍA**  
Coordinador Ponente



**JAÍME RAÚL SALAMANCA TORRES**  
Ponente