



Bogotá D.C., 02 de marzo de 2023

Honorables Representantes

MODESTO AGUILERA VIDES

OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO

Coordinadores Ponentes

MARÍA DEL MAR PIZARRO GARCÍA

HUGO DANILO LOZANO PIMIENTO

Ponentes

CÁMARA DE REPRESENTANTES

Ciudad

Asunto: Comentarios al proyecto de ley No. 163 de 2022 C. "Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal".

Apreciados Representantes,

En la Asociación Nacional de Medios de Comunicación - Asomedios estudiamos el informe de ponencia para segundo debate del proyecto de ley de la referencia, frente al cual presentamos los siguientes comentarios.

Comprendemos y compartimos la política de eficiencia y efectividad en el uso de los recursos públicos. Sin embargo, consideramos que las medidas de austeridad en la publicidad estatal deben ser comprensiva del derecho fundamental que les asiste a los ciudadanos de conocer las actuaciones del Estado en general y en especial de los gobernantes escogidos por ellos democráticamente, en el marco de un estado social de derecho como el nuestro. Esa información, que requiere el ciudadano y que además necesita entregar el Estado, debe darse de forma transparente, oportuna y completa para que los ciudadanos puedan actuar de conformidad con la ley y formarse una opinión de dichas actuaciones.



En muchas ocasiones la entrega de esta información se enmarca en el concepto de publicidad, por lo que se debe ser muy cauteloso al limitar, desincentivar o estigmatizar la publicidad estatal de forma generalizada, puesto que puede llevar a una falla de comunicación entre el Estado y los ciudadanos; y más grave aún la falta de acceso a la información para los colombianos.

Cuando nos referimos a publicidad estatal estamos hablando de la entrega de mensajes que comunican decisiones o gestiones de las autoridades, mensajes pedagógicos y en general los necesarios para garantizar el derecho a la información, bien sea de forma gratuita o pagada. No estamos haciendo referencia a la exaltación de personas puntuales o actividades de mercadeo, como la compra y entrega de bienes materiales.

Por otro lado, el párrafo del artículo 8 del proyecto de ley, establece:

“Parágrafo. Las entidades estatales destinatarias de la presente ley privilegiarán el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en sus estrategias comunicativas internas y externas, prefiriendo el uso de comunicaciones digitales para la reducción de papelería y material impreso.”

En nuestra opinión la ley debería ser neutra y no preferir una forma de comunicación sobre otra, sobre todo cuando no existen elementos técnicos ni estudios que permitan dar cuenta de la efectividad y eficiencia de las comunicaciones a través de medios digitales en comparación con otros medios.

Así mismo consideramos que este párrafo resultaría atentatorio del derecho a la igualdad entre medios, pues crea ventajas competitivas para los digitales frente a los tradicionales, y además puede llegar a vulnerar el derecho a la información de los ciudadanos que no tenga acceso a internet o dispositivos a través de los cuales accedan a la información publicada por el Estado.

La elección de los medios o canales de comunicación a través de los cuales el Estado publicite o informe debe darse tras la aplicación de criterios objetivos como la eficiencia y efectividad para el mensaje que se quiere transmitir.



En ese sentido, solicitamos tener en cuenta los comentarios generales sobre la publicidad estatal y puntualmente solicitamos la eliminación del párrafo del artículo 8 del proyecto de ley por las razones mencionadas.

Agradecemos de antemano la atención que le puedan dar a esta comunicación, y nos ponemos a su disposición para ampliar cualquier información que requiera al respecto.

Atentamente,

TULIO ÁNGEL ARBELÁEZ
Presidente