interior de aquél el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, el que dispone de los elementos técnicos necesarios para valorar correctamente ese impacto, y a partir de ello, llegado el caso, demostrar a los miembros del órgano legislativo la inviabilidad financiera de la propuesta que se estudia.

Por lo anteriormente señalado, se concluye que el Gobierno conserva la potestad para decidir si incluye o no dentro de sus prioridades, y de acuerdo con la disponibilidad presupuestal, los recursos requeridos para lograr el objetivo del presente Proyecto de Ley, sin que ello implique que la justificación de este y la planeación de tipo presupuestal y económica, se convierta en una traba dentro del trámite legislativo para la aprobación de la presente ley.

Así las cosas, el impacto fiscal que se genere con esta normatividad deberá ser cubierto por el gobierno nacional, que además del presupuesto general de la nación podrá acudir a cooperación internacional y diferentes fuentes de financiación para garantizar la Canasta Básica Cultural.

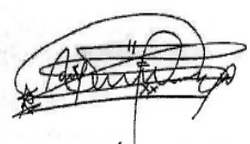
PROPOSICIÓN

Con base en las anteriores consideraciones, presentamos ponencia positiva y solicitamos a la honorable plenaria de la Cámara de Representantes, dar segundo debate al Proyecto de ley "Ley número 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
Ponente

TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO 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. La creación de la estrategia estará a cargo del Ministerio de Cultura con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

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 esta 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 Sexta 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

JAIME RAÚL SALAMANCA TORRES
Ponente

CÁMARA DE REPRESENTANTES

COMISIÓN SEXTA CONSTITUCIONAL PERMANENTE

SUSTANCIACIÓN

INFORME DE PONENCIA PARA SEGUNDO DEBATE

Bogotá, D.C., 05 de diciembre de 2022

Autorizo la publicación del presente informe de ponencia para segundo debate, el texto aprobado en primer debate y el texto que se propone para segundo debate del **Proyecto de Ley No. 209 de 2022 Cámara "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE LA CANASTA BÁSICA DE CULTURA EN EL PAÍS".**

La ponencia para segundo debate fue firmada por los ***Honorables Representantes*** **DANIEL CARVALHO (COORDINADOR PONENTE), JAIME RAÚL SALAMANCA TORRES.**

Mediante Nota Interna No. C.S.C.P. 3.6 – 750 / 05 de diciembre de 2022, se solicita la publicación en la Gaceta del Congreso de la República.

RAUL FERNANDO RODRÍGUEZ RINCÓN
Secretario

TEXTO APROBADO EN PRIMER DEBATE POR LA COMISIÓN SEXTA CONSTITUCIONAL PERMANENTE DE LA CÁMARA DE REPRESENTANTES EN SESIÓN DEL DÍA DOS (2) DE NOVIEMBRE DE 2022, AL PROYECTO DE LEY NÚMERO 209 DE 2022CÁMARA

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.