

DEPENDENCIA: SECRETARIA JURIDICA	No. Consecutivo 2-S-SJ-202602-00006797
OFICINA PRODUCTORA: SECRETARÍA JURÍDICA Código TRD:9400	SERIE/Subserie:DERECHOS DE PETICIÓN / Código Serie/Subserie (TRD) 9100.27 /

Bucaramanga, nueve (09) de febrero de dos mil veintiséis (2.026)

Señor
ANDRÉS DÍAZ HERNÁNDEZ
Jefe de Comunicaciones
ALCALDÍA DE BUCARAMANGA

Ref. Responde 2-S-OdPyC-202602-00006447 / Viabilidad uso "Bucaramanga, avanza segura"

En atención al interrogante planteado en la petición de consulta de la referencia, relacionado a si *¿es posible para "el gobierno local de Bucaramanga, en el marco de sus estrategias de comunicación institucional, utilice la expresión 'Bucaramanga, bonita otra vez' dentro de una campaña comunicativa de carácter institucional?, o ¿si dicho uso podría suponer el desconocimiento de la Ley 2345 de 2023, también conocida como la ley "chao marcas"?*

Para dar una respuesta es necesario precisar varios puntos:

1. Los alcances de la Ley 2345 de 2023 o ley "chao marcas"

Esta norma persigue dos finalidades: (i) asegurar la identidad institucional de las entidades públicas para lo cual prohíbe las marcas de gobierno y (ii) establecer medidas que permitan la austeridad en la publicidad estatal. Son varias prohibiciones que tiene esta norma:

a) Prohíbe las marcas de gobierno

Las administraciones locales no pueden en sus comunicaciones transmitir información o signos o mensajes que hagan alusión: i) al programa de gobierno ganador en las elecciones, ii) a algún partido político, como al que pertenece el Alcalde o a la coalición que lo respaldó electoralmente, o iii) a planes de acción propuestos por Alcalde Municipal.

b) Prohíbe la publicidad en sedes de las entidades públicas (art. 6.3)

La ley es clara en que "en los bienes inmuebles y muebles donde funcionen instituciones y entidades públicas" no es posible imponer mensajes, imágenes y marcas relacionadas con el gobierno municipal.

c) Prohíbe la publicidad que promocióne a los servidores públicos (art. 6.1)

No es posible contratar publicidad para promover o denigrar la imagen o el nombre de cualquier servidor público. La publicidad no puede hacer referencia alguna a las redes sociales personales de cualquiera de los servidores públicos municipales.

Finalmente, la Ley 2345 de 2023 ordena la adopción de un Manual de Identidad Visual como documento técnico que compile los elementos esenciales de la identidad estatal, así como (artículo 4): i) la marca institucional, ii) el color institucional, iii) las

DEPENDENCIA: SECRETARIA JURIDICA	No. Consecutivo 2-S-SJ-202602-00006797
OFICINA PRODUCTORA: SECRETARÍA JURÍDICA Código TRD:9400	SERIE/Subserie:DERECHOS DE PETICIÓN / Código Serie/Subserie (TRD) 9100.27 /

vocerías y cuentas institucionales, iv) las aplicaciones visuales a utilizar en publicidad y v) los bienes consumibles y no consumibles (lit. a).

Es importante tener en claro que la imagen institucional definida en el Manual de Identidad Visual del Municipio de Bucaramanga es la que debe utilizarse en los bienes inmuebles y muebles del ente territorial.

2. Las apreciaciones hechas por la Oficina de Control Interno de Gestión

Los documentos recibidos por esta Secretaría Jurídica como anexos a la consulta son los siguientes: (i) Informe de auditoría del 21 de abril de 2025 a los Centros de Atención Municipal Especializada – CAME de la Alcaldía de Bucaramanga realizado por la Oficina de Control Interno de Gestión, (ii) Informe del 31 de octubre de 2025 en el que la Oficina de Prensa y Comunicaciones sobre plan de mejora y (iii) Acta del 10 de noviembre de 2025 sobre Verificación de Cumplimiento de Plan de mejoramiento suscrita por la Oficina de Control Interno de Gestión.

En el primer documento se registra por parte de la Oficina Control Interno de Gestión como hallazgo administrativo que una pared del CAME Norte se observa escrito “Bucaramanga, bonita otra vez”. Hay una fotografía en que se observa esa pared pintada de verde y la aludida frase dibujada en blanco. El mismo diseño fue registrado en el hallazgo en imágenes puestas en los televisores del CAME.

Control Interno señala que en 2024 explicó que las campañas pedagógicas bajo la leyenda “Bucaramanga, bonita otra vez” debían ser temporales, por lo que su uso en 2025 mostraba una “falta de revisión y actualización de contenidos” de los mensajes constitucionales. Hacerlo es necesario por el riesgo de que aquella frase “se interprete como marca de gobierno”, lo que es contrario a la Ley 2345 de 2023, y podría generar responsabilidad disciplinaria.

La Oficina de Prensa y Comunicaciones en octubre de 2025 informó que se habían retirados los contenidos con el slogan “Bucaramanga, bonita otra vez” de las pantallas del CAME y ordenado utilizar otros sobre la oferta municipal, y adjuntó fotografías de soporte.

En el último documento, Control Interno de Gestión estableció un cumplimiento del 100% de la medida solicitada.

3. Valoración de la Secretaría Jurídica

Analizados los criterios señalados en la Ley 2345 de 2023 para identificar a una marca de gobierno, se encuentra que ninguno de ellos se cumple para el slogan “Bucaramanga, bonita otra vez”.

En efecto, el actual Alcalde Cristian Fernando Portilla Pérez se eligió por una coalición de partidos políticos denominada “Con paso firme, Bucaramanga avanza”. Es decir, no hay ninguna relación entre su plataforma electoral y la aludida frase. Igualmente, el plan de gobierno presentado ante las autoridades electorales para la elección atípica del Alcalde de Bucaramanga tuvo el mismo nombre de la coalición. No es posible

DEPENDENCIA: SECRETARIA JURIDICA	No. Consecutivo 2-S-SJ-202602-00006797
OFICINA PRODUCTORA: SECRETARÍA JURÍDICA Código TRD:9400	SERIE/Subserie:DERECHOS DE PETICIÓN / Código Serie/Subserie (TRD) 9100.27 /

entonces relacionar el slogan con las propuestas del candidato ganador en la votación del pasado diciembre de 2025.

De otra parte, aunque aún no se ha presentado el proyecto de plan de desarrollo 2026-2027 al H. Concejo Municipal los documentos de trabajo previos tampoco incluyen la referencia a “Bucaramanga, bonita otra vez”.

De la petición de consulta recibida, comparto la preocupación respecto a la necesidad de la administración de contar con un vehículo comunicativo transversal a sus actividades, que fortalezca los mensajes institucionales relacionados con la cultura vial, la cultura ambiental, ciudadana, cívica y el respeto por el espacio público y ciertamente el slogan “Bucaramanga, bonita otra vez”, que se relaciona con una idea que no pertenece a nadie en particular sino a todos nosotros: que Bucaramanga es la ciudad bonita.

En conclusión, es posible utilizar el referido eslogan pues normativamente no tiene las características que identifican a una marca de gobierno. Sin embargo, la referencia “Bucaramanga, bonita otra vez” no debe reemplazar o soslayar los lineamientos del Manual de Identidad Visual de la Alcaldía de Bucaramanga¹. Se recomienda que si el slogan es usado en elementos que impliquen erogaciones presupuestales se acompañe de la justificación técnica que sea soportada en proyectos ligados a un impacto en la cultura de la ciudadanía.



Asimismo en aras de guardar coherencia con las recomendaciones impartidas por la Oficina de Control Interno de Gestión, se recomienda que la estrategia que soporte la campaña “Bucaramanga, Bonita Otra Vez” sea delimitada en el tiempo, en pro de que esta no esté por encima de lo previsto en el ya mencionado Manual de Identidad Visual.

Se recuerda que los alcances de este concepto son los señalados en el artículo 28 de la Ley 1437 de 2011².

Atentamente,



PAOLA ANDREA MATEUS PACHÓN
Secretaria Jurídica
MUNICIPIO DE BUCARAMANGA

Proyectó: Carlos A. Duarte Martínez – Contratista 
Revisó: Andrés Alfonso Mariño Mesa – Subsecretario Jurídico 

¹ <https://www.bucaramanga.gov.co/wp-content/uploads/2024/06/MANUAL-DE-IDENTIDAD-VISUAL-ALCALDIA-BUCARAMANGA.pdf>

² ARTÍCULO 28. Alcance de los conceptos. Salvo disposición legal en contrario, los conceptos emitidos por las autoridades como respuestas a peticiones realizadas en ejercicio del derecho a formular consultas no serán de obligatorio cumplimiento o ejecución.