

 		<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>			
		<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>			
Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 1 de 10	

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

PROYECTO DE ACUERDO N° **010** DE 2020    13 FEB 2020

**“POR MEDIO DEL CUAL SE INSTITUCIONALIZA EL ESCUDO DE ARMAS COMO IMAGEN DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.**

Honorables CONCEJALES,

Presentamos a consideración de la Corporación el presente Acuerdo Municipal “*Por medio del cual se institucionaliza el escudo de armas como imagen del municipio de Bucaramanga y se dictan otras disposiciones*” con el propósito de contribuir a la unificación de la imagen del municipio y se promueven medidas para su fomento.

### 1. Fundamentos

#### 1.1. Contexto

El escudo de armas de la ciudad fue ideado por el escritor Enrique Otero D’Costa y dibujado por el ingeniero Alberto Torres Carrizoza. Se protocolizó mediante escritura pública número 1376 de la notaría segunda de la ciudad, mediante presentación del entonces personero, Dr. Alfonso Reyes Ruiz, quien además, adjuntó copia del decreto 171 expedido por el alcalde municipal del 10 de octubre de 1951, Dr. Saul Trillos Vega.

El escudo de armas de la ciudad ha tenido modificaciones en cuanto a la intensidad de color y algunas variaciones manteniéndose su estructura y escrito. No obstante, se ha manejado una gama de color similar en el transcurso del tiempo, razón que nos permite afirmar que nuestro escudo de armas se erige como un elemento común a los bumanguenses y actualmente se usa en la publicidad del municipio, por lo que se busca, darle protagonismo y unificar la imagen que proyecta la ciudad tomando un elemento orgánico e histórico para ello.

Nuestros símbolos hacen parte de la memoria histórica de la ciudad, por eso debemos conocer su significado y contexto. En ese orden de ideas, procederemos a exponer la definición del blasón del escudo de Bucaramanga, así:

**El cuartel superior derecho:** Encontramos una rosa blanca sobre un fondo verde en honor a las flores y árboles que decoran la ciudad y que representan su hospitalidad y la hermosura de su gente.

**El cuartel superior izquierdo:** Se haya una espada de plata desnuda sobre un fondo rojo que representa el valor, honor y temple de los ciudadanos al luchar por sus ideales.



**El cuartel inferior derecho:** Encontramos dos llaves de color negro cruzadas sobre un fondo color oro que representa el poderío de esta capital que gobierna sabiamente su departamento.

**El cuartel inferior izquierdo:** Se encuentra un árbol de roble sobre un fondo color plata que representa el trabajo y esfuerzo por procurarse una riqueza y estabilidad de una manera honesta y transparente. En la capa superpuesta de color azul sobre la que reposa el escudo se haya la frase Siempre Libres entre Nuestras Montañas escrita en latín “Montani semper liberi”,

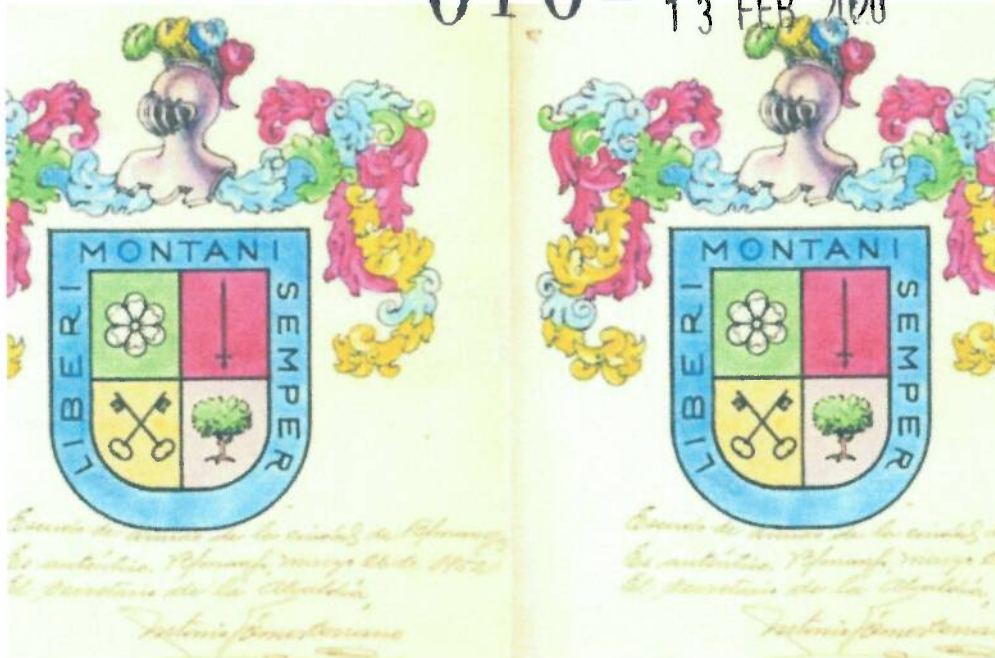
**En la parte superior:** se encuentra un yelmo acerado mirando hacia la derecha con el burelete de color oro y azul. Todo esto decorado con follajes de color azul y oro que reflejan la alegría, el triunfo y el orgullo de ser de Bucaramanga.

Como dijimos, ha tenido diferentes interpretaciones y diseños su arte siendo los más destacados los siguientes:

Carrera 11 No. 34-52 Fase II Alcaldía de Bucaramanga (Sótano)  
Teléfonos: 6338469 - 6339032 - Telefax: 6420460  
[www.concejodebucaramanga.gov.co](http://www.concejodebucaramanga.gov.co)

 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>			
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>			
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:

010 - 13 FEB 2020



## 1.2. Importancia del Proyecto

El uso de la imagen institucional es una prioridad para nuestra ciudad, sin embargo, se han venido sobreponiendo imágenes de gobierno sobre la del municipio, haciendo imperante su unificación.

Las marcas que hoy dominan el mercado, mantienen su imagen independientemente del cambio de gerencia o administración. Por ello consideramos trascendental la unificación de la imagen de Bucaramanga y su mantenimiento en el tiempo como estrategia de posicionamiento de la ciudad e identidad de los bumangueses.

Dicha necesidad encuentra su razón de ser en que el establecimiento de imágenes institucionales que responden a gobernantes y movimientos políticos generan gastos de erario que, con el cambio de gobierno o movimiento político, deben ser desechados, rediseñados y contratados nuevamente en ejercicios que desgastan las cuentas de la ciudad en costos que consideramos pueden ser reducidos y mejor aprovechados con la institucionalización de la imagen de la ciudad.

Por otra parte, según estudio de la Revista Dinero, la ciudad de Bucaramanga gastó en publicidad, publicaciones y material de apoyo entre los años 2012 y 2016 aproximadamente mil millones de pesos.


Según el portal [pautavisible.org](http://pautavisible.org), una plataforma que vigila la publicidad oficial, su aplicación y la contratación en el orden nacional y en los diferentes entes territoriales del país, la alcaldía de

Carrera 11 No. 34-52 Fase II Alcaldía de Bucaramanga (Sótano)

Teléfonos: 6338469 - 6339032 - Telefax: 6420460

[www.concejodebucaramanga.gov.co](http://www.concejodebucaramanga.gov.co)



 		<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>			
		<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>			
Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 3 de 10	

010-13 FEB 2020

Bucaramanga entre el 2016-2018 celebró 32 en actividades relacionadas con publicidad por un valor aproximado a los \$4.583.750.076 en los siguientes contratos:

1. Ejecución de las acciones de promoción de la salud y calidad de vida.
2. Ejecutar estrategias culturales lúdico recreativas para la promoción de hábitos y estilos de vida libres de violencia.
3. Asesoría en la concepción, formulación e implementación de estrategias y contenidos de comunicación para la difusión de la oferta institucional.
4. Asesoría en la concepción, formulación e implementación de estrategias y contenidos de comunicación que permitan difundir la oferta institucional.
5. Apoyo, asesoría, acompañamiento y orientación en los contenidos, campañas y/o actividades de difusión para la ejecución de las estrategias de comunicación.
6. Apoyar, asesorar, acompañar y orientar los contenidos, campañas y/o actividades de difusión para la ejecución de las estrategias de comunicación.
7. Adquisición de material preimpreso para apoyar las estrategias y campañas institucionales.
8. Preproducción, producción, posproducción emisión y difusión de una miniserie web.
9. Publicación en medio de prensa escrito.
10. Prestar los servicios para la difusión en periódico impreso de amplia circulación.
11. Suministro de material impreso.
12. Suministro de elementos de publicidad exterior.
13. Implementación de una estrategia digital en internet.
14. Entrega a la comunidad del informe de gestión y oferta institucional durante el primer año de gobierno en el municipio.
15. Prestación de servicios como operador de medios que apoye a la alcaldía de Bucaramanga.
16. Suministro de material impreso.
17. Implementación de una estrategia digital.
18. Ejecutar una estrategia de comunicación masiva que promueva la participación ciudadana.
19. Emisión de cápsulas institucionales de vídeo denominadas Bucaramanga en acción.
20. Difusión los proyectos de BGA en el FUN ONU\_HABITAT.
21. Divulgación institucional del 5° FUN ONU-HABITAT.
22. Divulgación de avances en el marco del 5° FUN ONU-HABITAT.
23. Impresión del acuerdo municipal No. 003 del 30/2017.
24. Divulgación de descuentos a deudores de Bucaramanga del 2014.
25. Divulgación de descuentos a morosos anteriores a 2014 en Bucaramanga.
26. Difusión los proyectos de BGA en el FUN ONU\_HABITAT.
27. Piezas de apoyo a las campañas de la Alcaldía de Bucaramanga.
28. Difusión de fortalecimiento de imagen de la Alcaldía de Bucaramanga.
29. Divulgación de programas de la Alcaldía de Bucaramanga.
30. Difusión de estrategias de participación ciudadana en Bucaramanga.
31. Difusión del Plan de desarrollo de la Alcaldía de Bucaramanga.
32. Prestación de servicios como operador de medios de comunicación masiva.

Ahora, revisando casos puntuales, las últimas seis alcaldías de la ciudad han manejado imagen de gobierno diferente según la administración:

**Luis Fernando Cote Peña** (01/01/98- 01/01/2000)

 <b>CONCEJO DE BUCARAMANGA</b> 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>				
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>				
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 4 de 10



010-13 FEB 2020



Iván Moreno Rojas (01/01/01 – 31/12/03)

En **Bucaramanga**  
Mañana es **Hoy**



Honorio Galvis Aguilar (01/01/04 – 31/12/07)



*Todos Por*  
**Bucaramanga**

Fernando Vargas Mendoza: (01/01/08 – 31/12/11)




Luis Francisco Bohórquez 01/01/12 31/12/15



Carrera 11 No. 34-52 Fase II Alcaldía de Bucaramanga (Sótano)  
Teléfonos: 6338469 - 6339032 - Telefax: 6420460  
[www.concejodebucaramanga.gov.co](http://www.concejodebucaramanga.gov.co)



 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>				
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>				
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 5 de 10

Rodolfo Hernández (01/01/16 – 17/09/19).

010-13 FER 2017



Comparación entre las distintas entidades de Bogotá D.C. y Bucaramanga<sup>1</sup>:

	Bogotá DC	Bucaramanga
Alcaldía	 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.	
Concejo	 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	
Personería	 Personería de Bogotá, D. C.	
Tránsito	 Alcaldía Mayor Bogotá, D.C. Secretaría de Tránsito y Transporte	
Instituto de Cultura	 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D. C. Instituto Distrital CULTURA Y TURISMO	

En la anterior relación se puede ver como el manejo de imagen del municipio en los últimos periodos ha variado de tal modo que no permite un acercamiento en términos de identidad del municipio.

Por todo lo anterior, la utilización del escudo de armas se proyecta como un ejercicio de memoria, historia e identidad alrededor de un elemento común, que unifica la imagen de la ciudad y proscriba las marcas de gobierno, la autopromoción de funcionarios o partidos y movimientos políticos. Además, preserva las finanzas públicas del municipio, y contribuye con su uso responsable en materia de publicidad.

En conclusión, es imperativo que el Municipio de Bucaramanga junto a las entidades que lo componen institucionalicen el uso del escudo de armas como su identidad elaborando manuales de manejo de imagen, determinando los lineamientos que lo rijan.

## 2. Objeto



El presente acuerdo establece medidas para institucionalizar el escudo de armas como imagen institucional y permanente de las entidades del municipio Bucaramanga que componen el sector central y descentralizado por servicios, así como en la Personería Municipal, Contraloría Municipal y Concejo Municipal de Bucaramanga.

<sup>1</sup> Imagen tomada del señor Alfonso Becerra – Gestor Cultural de la ciudad.

Carrera 11 No. 34-52 Fase II Alcaldía de Bucaramanga (Sótano)

Teléfonos: 6338469 - 6339032 - Telefax: 6420460

www.concejodebucaramanga.gov.co

 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>				
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>				
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 6 de 10

### 3. Marco Jurídico

010 - 13 FEB 2020

#### 3.1. Derecho Internacional

Las relatorías especiales de la OCDE y la ONU en su declaración conjunta del año 2012 afirmaron que: *“los gobiernos y los órganos públicos nunca deben abusar de su custodia de las finanzas públicas para tratar de influir en el contenido de la información de los medios de prensa, el anuncio de publicidad debe basarse en razones de mercado”*, de tal manera que el asunto de la publicidad oficial y la forma como se presenta la información a las personas es una preocupación de la comunidad internacional en cuanto a los recursos que gastamos en ella como en su contenido.

En otra orilla, la Relatoría Especial de la CIDH ha definido como criterios necesarios para garantizar la libertad de expresión y regular el gasto oficial de publicidad, en aras de no incurrir en la censura indirecta. Para ello el organismo regional ha señalado:

1. La necesidad de establecer leyes especiales, claras y precisas.
2. Definir objetivos legítimos de la publicidad oficial.
3. Establecer unos criterios de distribución de la pauta estatal.
4. Una adecuada planeación.
5. Establecer mecanismos claros de contratación.
6. Garantizar la transparencia y acceso a la información.
7. Definir un control externo para la asignación publicitaria.
8. Garantizar un pluralismo informativo y publicidad oficial.


#### 3.2. Constitucionales

- El artículo 8 dispone que es una obligación del Estado proteger las riquezas culturales y de la nación.
- El Artículo 209 constitucional establece que: La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones. Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. La administración pública, en todos sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley.
- Artículo 313 de la Constitución Política numeral 9 del artículo señala que le corresponde al concejo dictar las normas necesarias para la preservación y defensa del patrimonio cultural de la ciudad.

#### 3.3. Leyes

- La Ley 1474 de 2011 dispone que: *“[...] ARTÍCULO 10. PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD. Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos.”*
- El Decreto Ley 1333 de 1986 en su artículo 94 señaló que la administración de los intereses del municipio estará a cargo del Concejo.
- La Ley 136 de 1994, señala en el párrafo 2 del artículo 32 que aquellas funciones normativas que no hayan sido asignadas, se entenderán que le corresponden al Concejo Municipal.



 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>				
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>				
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 7 de 10

01013 FEB 2020

- La sentencia C – 1153 de 2005, expediente PE-024, M.P. Marco Gerardo Monroy Cabra se refirió a la utilización de dineros del Estado sobre publicidad. En esta se dijo que:

*“Deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos. Los contratos que se celebren para la realización de las actividades descritas en el inciso anterior, deben obedecer a criterios preestablecidos de efectividad, transparencia y objetividad. Se prohíbe el uso de publicidad oficial, o de cualquier otro mecanismo de divulgación de programas y políticas oficiales, para la promoción de servidores públicos, partidos políticos o candidatos, o que hagan uso de su voz, imagen, nombre, símbolo, logo o cualquier otro elemento identificable que pudiese inducir a confusión. En ningún caso las entidades objeto de esta reglamentación podrán patrocinar, contratar o realizar directamente publicidad oficial que no esté relacionada con las funciones que legalmente debe cumplir, ni contratar o patrocinar la impresión de ediciones de lujo. [...]”*

### 3.4. Casos comparados

- El Concejo de Medellín promulgó el Acuerdo No. 107 de 2019 por medio del cual se dictan medidas para la protección y el uso de los emblemas del Municipio de Medellín. En este proyecto de acuerdo se resolvió el problema de las imágenes de gobierno a partir de la visualización del escudo de armas del municipio su himno y su bandera en un ejercicio de memoria y reconocimiento de identidad también con el objeto de posicionar el escudo como imagen de la ciudad.
- El distrito capital ha adoptado un nutrido manual de manejo de imagen institucional en el que ha permitido el posicionamiento del escudo de armas de la ciudad y el lema: “Alcaldía de Bogotá” como un elemento común y orgánico en la señalética de la ciudad. De tal manera el Acuerdo Distrital No. 149 de 2019 establece una marca de ciudad y dispone que el distrito sólo podrá usar la marca de ciudad o el escudo de la ciudad en el manejo de la imagen institucional. En cuanto a la Alcaldía, por vía de dicho acuerdo se proscribieron los lemas de gobierno de la imagen institucional quedando como único imago tipo de Bogotá, su escudo de armas y el lema “Alcaldía de Bogotá”.

### 3. Proposición:

Por la anterior, solicitamos a los concejales dar trámite a este proyecto de acuerdo “por medio del cual se institucionaliza el escudo de armas como imagen del municipio de Bucaramanga y se dictan otras disposiciones”.

Presentado por





**Carlos Felipe Parra Rojas**  
C.C. 1.098.674.983  
Concejal de Bucaramanga



**Wilson Danovis Lozano Jaimes**  
C.C. 1.102.374.930  
Concejal de Bucaramanga

Anexamos el mismo a continuación así:

 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>				
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>				
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 8 de 10

PROYECTO DE ACUERDO N° 010 DE 2020 3 FEB 2020

**“POR MEDIO DEL CUAL SE INSTITUCIONALIZA EL ESCUDO DE ARMAS COMO IMAGEN DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”.**



**EL CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA**

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las que le confiere el artículo 313 de la Constitución Nacional, el artículo 32 y 71 de la Ley 136 de 1994, Ley 1551 de 2012 y

**CONSIDERANDO:**

- A. Que el numeral 9 del artículo 313 de la Constitución Política indica que corresponde a los Concejos Municipales: *“Dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio”.*
- B. Que el artículo 71 de la Ley 136 de 1994 señala que los proyectos de acuerdo podrán ser presentados por los concejales del municipio.
- C. Que la Constitución Política de Colombia, prevé en su artículo 8 lo siguiente: *“Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación”.*
- D. Que el numeral 7 del artículo 32 de la Ley 136 de 1994, prevé que: *“Además de las funciones que se le señalan en la Constitución y la Ley, son atribuciones de los concejos las siguientes: (...) 7. Velar por la preservación y defensa del patrimonio cultural”.*
- E. Que organismos de derecho internacional como OCDE, ONU, OEA, han recomendado la proscripción de las marcas de gobierno en las imágenes institucionales de las ciudades alertando del posicionamiento de imagen de gobierno como una práctica contraproducente a los retos de posicionamiento de las ciudades.
- F. Que no se ha logrado posicionar la imagen institucional del municipio de Bucaramanga debido a que los lemas de gobierno han tenido el protagonismo durante los últimos periodos gubernamentales, rezagando así la identidad de los bumangueses la imagen de la ciudad y su posicionamiento.
- G. Que no existe unidad en la imagen del municipio de Bucaramanga puesto que la alcaldía, secretarías, oficinas, departamentos administrativos y establecimientos públicos del sector central y descentralizado por servicios, así como la Personería, la Contraloría Municipal de Bucaramanga, y el Concejo municipal manejan logotipos, eslóganes e imagen institucionales diferentes.
- H. Que en nuestro municipio entidades como IMEBU, IMCT, ISABU e INVISBU; así como la Contraloría, Personería municipales y Concejo municipal, manejan de manera autónoma su imagen posicionando a sus entidades de manera independiente al municipio al cual representan.
- I. Que en nuestro municipio sólo se encuentra expuesto al público el escudo de armas de la ciudad en tres edificios y visible en dos como son la Alcaldía de Bucaramanga y el Hotel Bucarica, dado que el vitral en la cúpula de la plenaria del H. Concejo sólo puede verse desde el interior de la misma.
- J. Que es necesario institucionalizar el escudo de armas en todas las entidades del Municipio de Bucaramanga con el fin de consolidar la imagen de la ciudad y generar una identidad única sobre la misma.



 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>				
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>				
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:	Página 9 de 10

010 - 13 FEB 2020

Que en virtud de lo anterior, el H. Concejo Municipal de Bucaramanga

**ACUERDA:**

**CAPÍTULO PRIMERO  
OBJETO Y DEFINICIONES.**

**Artículo Primero. Objeto.** El presente acuerdo establece medidas para institucionalizar el escudo de armas como imagen institucional y permanente de las entidades del municipio Bucaramanga que componen el sector central y descentralizado por servicios, así como en la Personería Municipal, Contraloría Municipal y Concejo Municipal de Bucaramanga.

**Artículo segundo. Definiciones.** Para la adecuada interpretación, aplicación y, en general, para los efectos del presente acuerdo, se adoptan las siguientes definiciones:

**Logotipo:** Símbolo gráfico peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto; o grupo de letras, abreviaturas, cifras, etc., fundidas en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica.

**Imagotipo:** Símbolos gráficos compuestos por una imagen y una tipografía que componen un mismo concepto o marca.

**Isologo:** Son similares al imagotipo. Están compuestos por texto e imagen, pero unidos en una misma.

**Isotipo:** Los isotipos son de varias clases:

**Monograma:** Es la imagen representante de una marca conformada por una o varias iniciales de manera libre, creando una nueva imagen partiendo de las iniciales

**Anagrama:** Conformados por la unión de varias sílabas, los anagramas son muy utilizados para marcas con nombres muy largos y que buscan reducir el nombre para dar un impacto mayor de recordación en los clientes

**Inicial:** Representa la marca utilizando solo la primera letra de su nombre.

**Firma:** La firma puede parecer en su estructura al logotipo, pero su diferencia con este, es la autenticidad que maneja la firma al momento de ser plasmada, es distinto tu firma personal a una firma hecha con una tipografía de tipo Script.

**Pictograma:** Los pictogramas son básicamente aquellas figuras simbólicas de tipo abstractas o figurativas que acompañan al logotipo de una marca; Pueden ser presentadas solas o acompañadas con una tipografía indicada.

**Eslogan:** Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc.

**CAPÍTULO SEGUNDO  
DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo Tercero.** Adóptese el escudo de armas como única imagen institucional del municipio de Bucaramanga, el cual se acompañará con el nombre de la entidad del sector central o descentralizado por servicios que corresponda.

Para el caso de la Personería Municipal, la Contraloría Municipal y el Concejo Municipal de Bucaramanga, adóptese el escudo de armas como única imagen institucional y la frase con el nombre de la entidad.

Carrera 11 No. 34-52 Fase II Alcaldía de Bucaramanga (Sótano)  
Teléfonos: 6338469 - 6339032 - Telefax: 6420460  
[www.concejodebucaramanga.gov.co](http://www.concejodebucaramanga.gov.co)

 	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA</b>			
	<b>PROYECTO DE ACUERDO</b>			
	Versión: 03	Fecha: JULIO DE 2017	Código: EPRO-FT-01	Serie:

010-13 FEB 2020

**Artículo Cuarto:** El alcalde promoverá el uso del escudo de armas como imagen institucional del municipio de Bucaramanga y contribuirá a su imposición en la señalética en la infraestructura del municipio.

**Artículo Quinto:** Facúltese al Alcalde Municipal de Bucaramanga para que una vez haya sido promulgado el presente acuerdo, establezca el manual de imagen que fije los lineamientos para la utilización del Escudo de Armas del Municipio de Bucaramanga.

### CAPÍTULO TERCERO DE LAS RESTRICCIONES

**Artículo Sexto:** Se restringe la contratación de campañas publicitarias y manejo de imagen institucional con elementos diferentes a los que se autorizan en el presente acuerdo.

**Artículo Séptimo:** Se restringe el uso de eslóganes, frases o propaganda del municipio de Bucaramanga diferentes a lo dispuesto en el presente acuerdo.

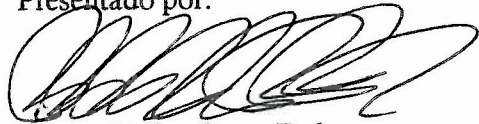
**Artículo Octavo:** Acorde a lo dispuesto en el artículo 5 de la ley 130 de 1994 y el artículo 35 de la Ley 1475 de 2011, se prohíbe el uso de los símbolos del Municipio de Bucaramanga como el escudo de armas, por parte de movimientos y partidos políticos para propaganda electoral con el objeto de preservar la imagen del municipio.

**Parágrafo transitorio:** La papelería y material impreso o contratado a la fecha de expedición del presente Acuerdo que contravenga lo aquí dispuesto podrá ser utilizado hasta su agotamiento.

### CAPÍTULO CUARTO DISPOSICIONES FINALES

**Artículo décimo. Vigencia.** El presente Acuerdo rige a partir del primero (01) de enero de dos mil veintiuno (2021).

Presentado por:



**Carlos Felipe Parra Rojas**  
C.C. 1.098.674.983  
H.C. de Bucaramanga



**Wilson Danovis Lozano Jaimes**  
C.C. 1.102.374.930  
H.C. de Bucaramanga

