

Bogotá, D.C., 24 de octubre de 2025

Honorable

TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CUNDINAMARCA -REPARTO-

Ciudad

Asunto: Acción de cumplimiento
Actor: Fundación para el Estado de Derecho (FEDe. Colombia)
Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Cordial saludo:

La **FUNDACIÓN PARA EL ESTADO DE DERECHO** (en adelante FEDe. Colombia), identificada con NIT 901.652.590-1, domiciliada en la ciudad de Bogotá, organización que tiene por objeto defender el Estado de Derecho, las libertades individuales y el gobierno constitucional en Colombia, presenta **ACCIÓN DE CUMPLIMIENTO** contemplada en el artículo 87 de la Constitución, desarrollada en la Ley 393 de 1997 y la Ley 1437 de 2011, en contra del **SERVICIO GEOLÓGICO COLOMBIANO** (SGC), por la renuencia en el cumplimiento de los deberes consagrados en los incisos 1, (parcial), 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 -Estatuto Anticorrupción-, los cuales imponen a las entidades públicas el deber de limitar la publicidad oficial al cumplimiento de su finalidad institucional, y prohíben expresamente su utilización para la promoción de servidores públicos o para la difusión de asuntos ajenos a las funciones que legalmente les corresponden.

I. NORMA CON FUERZA MATERIA DEL LEY INCUMPLIDA

La Ley 1474 de 2011 “*por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública*”, publicada en el Diario Oficial 48.128 de 12 de julio, dentro de las medidas administrativas para la lucha contra la corrupción, fijó en su artículo 10 límites estrictos al uso de la publicidad oficial, con el fin de asegurar que los recursos públicos destinados a divulgación institucional se orienten al cumplimiento de las finalidades legales de cada entidad y a garantizar el derecho ciudadano a la información (anexo 2):

“LEY 1474 DE 2011

(julio 12)

Diario Oficial No. 48.128 de 12 de julio de 2011

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública (...)

“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 que implique utilización de dineros del Estado, 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 en forma directa con las funciones que legalmente debe cumplir, ni contratar o patrocinar la impresión de ediciones de lujo o con policromías.

PARÁGRAFO 1o. <Parágrafo derogado por el artículo 50 de la Ley 1551 de 2012>

PARÁGRAFO 2o. *Lo previsto en este artículo no se aplicará a las Sociedades de Economía Mixta ni a las empresas industriales y comerciales del Estado que compitan con el sector público o privado o cuando existan motivos de interés público en salud. Pero en todo caso su ejecución deberá someterse a los postulados de planeación, relación costo beneficio, presupuesto previo y razonabilidad del gasto.*

PARÁGRAFO 3o. *Las entidades del orden nacional y territorial a que se refiere esta disposición están obligadas a publicar periódicamente en su página de Internet toda la información relativa al presupuesto, planificación y gastos en las actividades descritas en el inciso primero de este artículo”. -subrayado fuera del texto-*

II. AUTORIDAD RENUENTE

La presente acción de cumplimiento va dirigida contra:

El SERVICIO GEOLÓGICO COLOMBIANO identificado con NIT.899.999.294-8 representado por JULIO FIERRO MORALES o quien haga sus veces.

III. HECHOS CONSTITUTIVOS DE INCUMPLIMIENTO

3.2. Incumplimiento del régimen de publicidad oficial por parte del Servicio Geológico Colombiano

1. El 12 de septiembre de 2025, el presidente de la República, en alocución pública, se refirió a los hallazgos de la Contraloría General de la República en materia de salud relacionados con la Nueva EPS¹.

¹ Presidencia de la República, Alocución del Presidente de la República, Gustavo Petro Urrego, [YouTube], 12 de septiembre de 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=2ru8no7kKCA>

2. Tras dicho anuncio, distintas entidades estatales replicaron apartes de la alocución en sus redes oficiales, acompañando el mensaje de la etiqueta #SeRobaronLaSalud, incluidas entidades cuya misionalidad no guarda relación directa con el sector salud².

3. Entre las entidades se encuentra el Servicio Geológico Colombiano, una entidad descentralizada, adscrita al Ministerio de Minas y Energía, cuyo objeto establece:

“[E]l Servicio Geológico Colombiano tiene como objeto realizar la investigación científica básica y aplicada del potencial de recursos del subsuelo; adelantar el seguimiento y monitoreo de amenazas de origen geológico; administrar la información del subsuelo; garantizar la gestión segura de los materiales nucleares y radiactivos en el país; coordinar proyectos de investigación nuclear, con las limitaciones del artículo 81 de la Constitución Política, y el manejo y la utilización del reactor nuclear de la Nación”³.

4. El 13 de septiembre, el Servicio Geológico Colombiano publicó en su cuenta oficial de X (antes Twitter), información sobre el caso de la Nueva EPS, con referencia a los pronunciamientos sobre el tema por parte del presidente de la República⁴:



² Pablo Manrique, “Las redes del gobierno como bodega de Petro: así se movieron 77 cuentas oficiales”, La Silla Vacía, 15 de septiembre de 2025, <https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/las-redes-del-gobierno-como-bodega-de-petro-asi-se-movieron-77-cuentas-oficiales/>

³ Artículo 1.2.1.1.6, del Decreto Único Reglamentario 1073 de 2015, del Sector Administrativo de Minas y Energía.

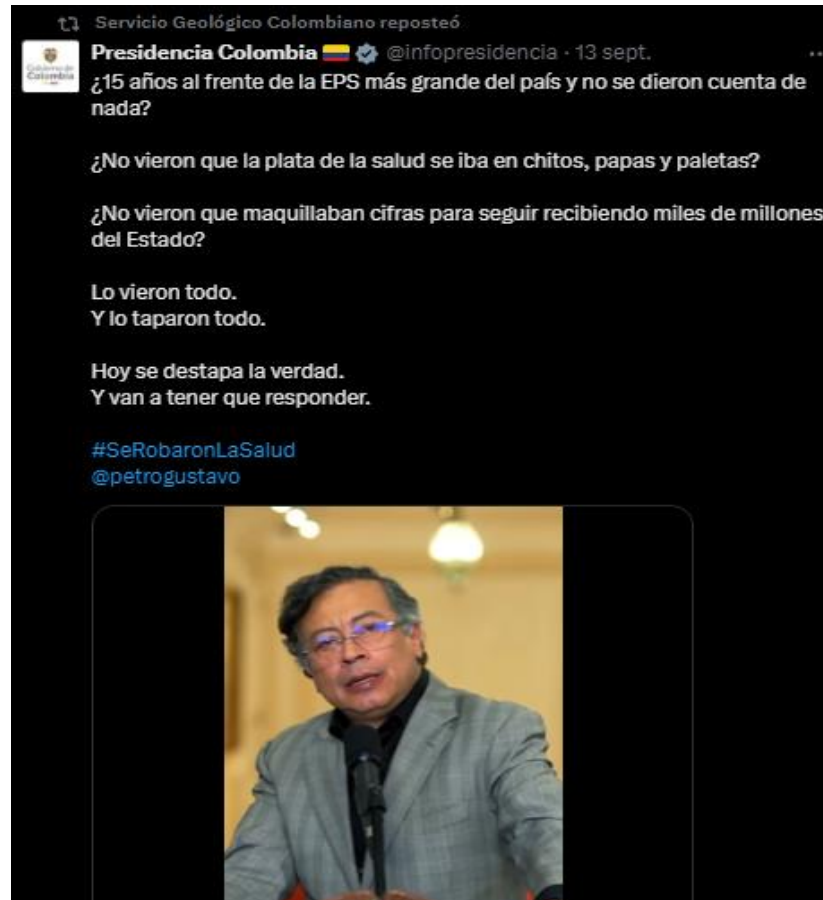
⁴Servicio Geológico Colombiano, @sgcol, 13 de septiembre de 2025, 1:36 p.m. <https://x.com/sgcol/status/1966934133235740791>

5. Ese mismo día, la entidad volvió a publicar, a través de su cuenta oficial, información sobre los pronunciamientos por parte del jefe de Estado frente a la Nueva EPS. Su publicación estuvo acompañada de una pieza publicitaria que destacaba lo denunciado por el presidente⁵:



6. El mismo 13 de septiembre, la entidad repostó una publicación de la Presidencia de la República que aludía a las denuncias por parte del presidente sobre la EPS:

⁵ Servicio Geográfico Colombiano, @sgcol, 13 de septiembre de 2025, 3:00 p.m. <https://x.com/sgcol/status/1967000346305139185>



7. El 14 de septiembre, en el marco de las publicaciones del día anterior, el Servicio Geológico Colombiano volvió a referirse en su cuenta institucional al caso de salud, exaltando el mensaje del presidente de la República sobre el particular⁶:

⁶ Servicio Geológico Colombiano, @sgcol, 14 de septiembre de 2025, 1:35 p.m. <https://x.com/sgcol/status/1967296151507648733>

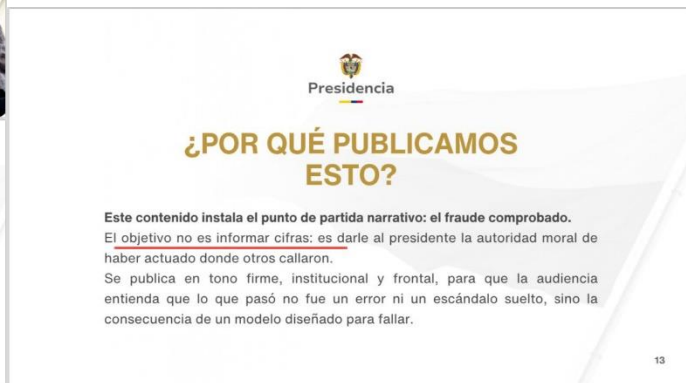


8. Durante la misma jornada, el SGC volvió a repostear una publicación de la cuenta @infopresidencia, en la que se enfatizaba en el mensaje del presidente sobre el caso de la EPS que había sido objeto de la alocución presidencial el 12 de septiembre⁷:

⁷ Servicio Geológico Colombiano, @sgc, 14 de septiembre de 2025, 5:59 p.m. <https://x.com/infopresidencia/status/1967362474513953269>



9. Según revelaciones periodísticas, estas comunicaciones harían parte de una estrategia de comunicación coordinada por el Gobierno nacional, orientada a *“visibilizar el colapso del modelo EPS, legitimar la intervención estatal, y posicionar al Presidente como líder que actúa desde la verdad, la justicia y la soberanía”*⁸.



⁸ @Danielbricen, 15 de septiembre de 2025, 4:59pm, <https://x.com/danielbricen/status/1967709785480106230?s=46>

10. El 23 de octubre el Servicio Geológico Colombiano convocó, a través de su cuenta oficial de X a la movilización programada para el 24 de octubre en la Plaza de Bolívar junto con la etiqueta ##E124ALaPlaza⁹.



11. Las publicaciones realizadas a través de la cuenta oficial del Servicio Geológico Colombiano (@sgcol) constituyen publicidad oficial. Conforme al artículo 10 de la Ley 1474 de 2011, la publicidad oficial comprende toda forma de comunicación o divulgación institucional dirigida al público, con el fin de dar a conocer servicios, planes, programas, proyectos o campañas relacionados con las funciones y competencias de la entidad.

12. El contenido difundido no se ajusta al objeto misional del Servicio Geológico Colombiano. Aquel corresponde a mensajes de carácter gubernamental ajenos a las finalidades y funciones propias de la entidad, que se incluye, además, la promoción de servidores públicos como el presidente de la República, lo cual se encuentra prohibido por los incisos tercero y cuarto del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011.

13. FEDe. Colombia radicó petición de información en los siguientes términos:

“II. SOLICITUDES

Por lo anterior, se solicita a la entidad:

⁹ @sgcol, 23 de octubre de 2025, 12:28 p.m. <https://x.com/sgcol/status/1981412415913791553>

1. Indique si funcionarios del Servicio Geológico Colombiano participaron en la reunión realizada en la Presidencia de la República, convocada por esta u otra entidad del Gobierno nacional en la que se trataron asuntos relacionados con la estrategia de comunicación gubernamental. Al respecto, precise:

- La fecha, hora y lugar de la reunión.
- La entidad o dependencia convocante y los temas tratados.
- El nombre, cargo y funciones de los asistentes por parte del SGC.
- Si existió acta, resumen, comunicación posterior o cualquier instrucción escrita o verbal sobre la orden impartida. En caso afirmativo suministre copia de los documentos.

2. Informe el mecanismo a través del cual se coordinan las instrucciones o recomendaciones impartidas en materia de divulgación de información oficial, indicando si se utilizan chats de coordinadores de comunicaciones, grupos de mensajería, correos electrónicos, circulares, reuniones periódicas o instrucciones verbales u otros. Aporte copia de los mensajes, comunicaciones, circulares, oficios o piezas recibidas por la entidad con ese propósito.

3. En relación con la campaña realizada alrededor del caso de la Nueva EPS a partir de la alocución presidencial el pasado 12 de septiembre, indique:

- El medio a través del cual llegaron las piezas comunicacionales a la entidad (chat, correo electrónico, circular, instrucción directa u otro).
- El nombre, cargo y entidad de origen de la persona o dependencia que remitió dichas piezas.
- El nombre, cargo y funciones de la persona o área del SGC que las recibió y ejecutó su publicación.
- La ruta administrativa o procedimiento interno seguido para su aprobación y difusión, indicando si existió algún acto administrativo, instrucción interna o aval de un superior jerárquico.

4. Informe el nombre, cargo y funciones de los responsables del área de comunicaciones del SGC, especificando sus roles frente a la definición, diseño y difusión de contenidos institucionales.

5. Indique la justificación legal, técnica y presupuestal invocada por el SGC para difundir campañas o mensajes no relacionados con sus funciones misionales, incluyendo, a título de ejemplo, los vinculados con el caso de la Nueva EPS”.

En su respuesta, el SGC confirmó que el objetivo de la reunión del 6 de septiembre a la que fueron convocados los jefes o líderes de los equipos de comunicaciones fue hacer un llamado de atención por parte del señor presidente, con el fin de intensificar la divulgación de los logros alcanzados durante los últimos tres años. De esta manera, la entidad señaló los lineamientos que se siguen impartiendo, y que las piezas que fueron publicadas en su cuenta oficial fueron suministradas por la Presidencia de la República:

“Posterior a la reunión sostenida en la Casa de Nariño el 7 de septiembre de 2025, y hasta la fecha, se han continuado impartiendo lineamientos en materia de divulgación institucional por parte de la Presidencia de la República a través de dos grupos de mensajería instantánea en WhatsApp establecidos como canales internos destinados a la coordinación y articulación tanto de las y los líderes de los equipos de comunicación y enlaces de prensa de las entidades del Gobierno nacional como de las y los administradores de redes sociales.

Por medio de estos canales, se han transmitido instrucciones dirigidas a reforzar la difusión de contenidos del Gobierno nacional mediante publicaciones en redes sociales, en el marco de diversas sinergias digitales. Entre los temas abordados se destacan:

- *Las intervenciones recientes de la Superintendencia Nacional de Salud a las EPS,*
- *La alocución presidencial sobre la descertificación de Colombia en la lucha contra las drogas, y*
- *El discurso del señor Presidente ante la Asamblea General de las Naciones Unidas”.*

El Servicio Geológico estima como justificación para la difusión de mensajes vinculados con el caso de la Nueva EPS:

i) Que se trata de una estrategia de comunicación trazada por la Presidencia, de conformidad con el artículo 189 de la Constitución. En este punto afirma:

“La difusión de estos contenidos obedeció a una estrategia de comunicación unificada coordinada por la Secretaría de Prensa y Comunicaciones de la Presidencia de la República. En dicha estrategia participaron al menos 77 cuentas oficiales de entidades públicas, generando más de 300 mensajes con el objetivo de informar a la ciudadanía sobre hallazgos y medidas adoptadas en el sector salud”.

ii) Por lo tanto, indica que el SGC replicó dichos mensajes al tratarse de una entidad que pertenece a la Rama Ejecutiva del poder público y que, en virtud del principio de coordinación de la función administrativa, las entidades deben observar las directrices definidas por el Gobierno nacional.

iii) Aun cuando los mensajes replicados no guarden relación con la misionalidad técnica de la entidad, señaló que *“si bien su objeto principal es científico, nada obsta legalmente que use sus canales oficiales para compartir información gubernamental de alto interés público, máxime cuando media una instrucción legítima de la máxima autoridad del Ejecutivo”.*

iv) Alude a antecedentes que, a su juicio, justifican también la difusión de mensajes ajenos a la misionalidad. Hizo referencia a que, durante la pandemia de COVID-19, las entidades sin una función directa en salud pública participaron activamente en la divulgación de medidas sanitarias, con el propósito de aportar al interés general, sin que significara extralimitación de funciones

v) Y que no se encuentra en el marco de las prohibiciones del Estatuto Anticorrupción, ya que no se afectaron recursos públicos.

14. El 23 de septiembre, la Fundación elevó solicitud de cumplimiento previa la interposición de una acción de cumplimiento ante la entidad en los siguientes términos:

“III. SOLICITUD DE CUMPLIMIENTO

Se solicita al Servicio Geológico Colombiano dar cumplimiento inmediato a los incisos 1, 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 en los siguientes términos:

i) Que toda actividad de divulgación adelantada por la entidad a través de sus canales oficiales de comunicación se limite a buscar el cumplimiento de la finalidad de la entidad, orientándose a informar a la ciudadanía sobre sus programas, planes, proyectos y servicios.

ii) Que se abstenga de utilizar la publicidad oficial o cualquier otro mecanismo de divulgación de información institucional para la promoción o exaltación de servidores públicos, o para replicar mensajes ajenos a su misión legal.

iii) Que, se proceda al retiro de las publicaciones que no se ajusten a la finalidad institucional ni a las funciones legales de la entidad y que contravengan las prohibiciones previstas en los incisos 1, 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011-Estatuto Anticorrupción-.

Esta solicitud se formula como requerimiento previo a la eventual interposición de una acción de cumplimiento, en relación con un deber legal determinado, vigente y atribuido normativamente a la entidad destinataria, de conformidad con el artículo 8 de la Ley 393 de 1997”.

El SGC negó las solicitudes de cumplimiento, ya que los mensajes sobre el caso de la Nueva EPS se realizaron en el marco de una estrategia de comunicación coordinada y liderada por la Presidencia. Además, señala que no incurrió en la promoción de servidores públicos, sino de contenidos informativos relacionados con hallazgos relevantes del sector salud y que, aunque no tengan relación directa con el mandato científico del SGC, sí se enmarca en el cumplimiento de lo fines generales del Estado. Por último, reitera que no se destinaron recursos adicionales ni se realizaron contratos de publicidad institucional.

10. Con lo anterior, se constata la renuencia por parte del SGC frente al cumplimiento de lo previsto en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 y lo expresamente establecido en cuanto a la finalidad de la publicidad oficial y las prohibiciones en su uso por parte de las entidades del Estado. También desconoce que la norma es clara en establecer que la prohibición aplica, incluso, frente a la publicidad oficial que se realice directamente por las entidades:

“[El SGC] no se abstendrá, de manera general, de replicar información oficial emitida por el Gobierno Nacional cuando esta sea pertinente y de interés público Finalmente, no se contempla el retiro de los contenidos ya publicados, en la medida en que los mismos se ajustan a las disposiciones legales vigentes y no constituyen infracción normativa alguna.

La afirmación de la entidad, según la cual la divulgación de información ajena a su misionalidad obedeció a una estrategia de comunicación coordinada bajo directrices del Gobierno nacional y no a una iniciativa institucional propia, evidencia el incumplimiento del deber previsto en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011. Lejos de constituir una eximente o justificación para su inobservancia, dicha declaración pone de manifiesto la renuencia a acatar el régimen de publicidad oficial establecido en el Estatuto Anticorrupción.

IV. FUNDAMENTOS DE DERECHO

4.1. Sobre la procedencia de la acción de cumplimiento

1. El artículo 87 de la Constitución establece que toda persona podrá acudir ante la autoridad judicial para hacer efectivo el cumplimiento de una ley o un acto administrativo, a efectos de que se ordene a la autoridad renuente el cumplimiento del deber omitido.
2. La Ley 393 de 1997 desarrolló los requisitos (artículo 10), procedibilidad (artículo 8) y oportunidad (artículo 7) para el ejercicio de la acción de cumplimiento. Por su parte, la Ley 1437 de 2011 señaló el derecho de las personas de exigir el cumplimiento de las responsabilidades de los servidores públicos y de los particulares que cumplan funciones administrativas (artículo 5, numeral 7); de igual forma instituyó el cumplimiento de normas con fuerza material o actos administrativos (artículo 146).

Sobre la procedencia de la acción de cumplimiento la Corte Constitucional ha manifestado que:

“El objeto y finalidad de esta acción es otorgarle a toda persona, natural o jurídica, e incluso a los servidores públicos, la posibilidad de acudir ante la autoridad judicial para exigir la realización o el cumplimiento del deber que surge de la ley o del acto administrativo y que es omitido por la autoridad, o el particular cuando asume este carácter. De esta manera, la referida acción se encamina a procurar la vigencia y efectividad material de las leyes y de los actos administrativos, lo cual conlleva la concreción de principios medulares del Estado Social de Derecho, que tienden a asegurar la vigencia de un orden jurídico, social y económico justo.

En conclusión, la acción de cumplimiento que consagra el artículo 87 de la Constitución, es el derecho que se le confiere a toda persona, natural o jurídica, pública o privada, en cuanto titular de potestades e intereses jurídicos activos frente a las autoridades públicas y aún de los particulares que ejerzan funciones de esta índole, y no meramente destinataria de situaciones pasivas, concretadas en deberes, obligaciones o estados de sujeción, demandados en razón de los intereses públicos o sociales, para poner en movimiento la actividad jurisdiccional del Estado, mediante la formulación de una pretensión dirigida a obtener el cumplimiento de una ley o de un acto administrativo que ha impuesto ciertos deberes u obligaciones a una autoridad, la cual se muestra renuente a cumplirlos.

El referido derecho se nutre del principio constitucional de la efectividad de los derechos que es anejo al Estado Social de Derecho, pues si éste busca crear unas condiciones materiales de existencia que aseguren una vida en condiciones dignas y justas a los integrantes de la comunidad, y la acción de los poderes públicos para lograr estos propósitos se traducen en leyes y actos administrativos, toda persona como integrante de ésta, en ejercicio del derecho de participación política e interesado en que dichos cometidos materiales se realicen, tiene un poder activo para instar el cumplimiento de dichas leyes y actos, acudiendo para ello al ejercicio de una acción judicial.”¹⁰.

Ahora bien, los incisos 1, 2 y 3 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 establecen un deber legal, vigente, claro y atribuido normativamente a las entidades públicas del nivel nacional, y en consecuencia a la entidad accionada. Por ello, la presente acción reúne todos los requisitos para su procedencia:

- i) El deber cuyo cumplimiento se exige está consagrado en una norma vigente con fuerza material de ley.

¹⁰ Corte Constitucional, Sentencia C-157 de 1998. MP. Antonio Barrera Carbonell y Hernando Herrera Vergara.

ii) El mandato es imperativo e inobjetable en cabeza de una autoridad. El artículo 10 prohíbe expresamente el uso de publicidad oficial para la promoción de servidores públicos y exige que la publicidad esté relacionada directamente con las funciones legales de la entidad.

iii) Se prueba la renuencia, toda vez que el Servicio Geológico Colombiano fue requerido en su cumplimiento mediante solicitud del 18 de septiembre de 2025, y en cuya respuesta se ratifica el incumplimiento del deber legal.

iv) La acción de cumplimiento es la única vía judicial posible para que la entidad renuente cumpla con el mandato legal establecido en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011.

En síntesis, el uso de recursos públicos por parte del SGC para publicidad oficial en contravía de la prohibición legal y la finalidad expresamente permitida en la ley confirma la procedencia de la acción de cumplimiento para exigir que se ajuste a la ley y cese la conducta prohibida.

4.2. Sobre el concepto de publicidad oficial y sus limitaciones legales

El artículo 20 de la Constitución establece el derecho de informar y recibir información veraz e imparcial. En materia de publicidad, este derecho se conecta con el artículo 209 constitucional, que establece que la función administrativa se rige bajo los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad.

Como desarrollo de estos mandatos, la Ley 1474 de 2011- Estatuto Anticorrupción-, reguló el régimen de publicidad estatal, y consagró el deber de que los recursos que las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado se orienten exclusivamente al cumplimiento de su misionalidad:

“[L]a divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado debe buscar la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos”.

En esta misma disposición prohibió de manera expresa:

- i) Utilizar la publicidad oficial o cualquier mecanismo de divulgación de programas oficiales para la promoción de servidores públicos.
- ii) Que las entidades contraten, patrocinen o realicen directamente publicidad oficial que no está relacionada con las funciones que legalmente deben cumplir.

En las discusiones sobre el proyecto que dio lugar a la Ley 1474 de 2011, en la génesis del artículo 10 se encontraba la preocupación por los gastos en publicidad estatal así:

“Hay otro artículo sobre el presupuesto de publicidad, qué se quiere con este nuevo artículo, lo que se busca es que los gastos destinados a publicidad de parte de las entidades públicas no se incrementen o no haya un gasto exagerado previo, por ejemplo, a las diferentes elecciones, entonces siempre se mantendrá un gasto límite para las diferentes entidades”.

En los debates posteriores se introdujeron modificaciones con el propósito de que en materia de publicidad se tomaran medidas para garantizar la transparencia en la contratación, el respeto por la libertad de expresión y el acceso a la información de los ciudadanos. Con ello, también se buscaba evitar que la publicidad oficial fuese un medio para resaltar el nombre de los gobernantes¹¹.

En sentencia C-537 de 2012, la Corte Constitucional resaltó que el trámite legislativo del Estatuto Anticorrupción evidenció una preocupación constante por limitar el gasto público en publicidad oficial, tema abordado en todas las etapas del debate. Aunque el texto sufrió modificaciones posteriores, estas no alteraron su esencia, orientada a garantizar el uso eficiente y transparente de los recursos públicos como parte de la estrategia general para prevenir la corrupción y optimizar la gestión estatal¹².

Así las cosas, el origen de la prohibición del artículo 10 responde a una preocupación histórica del legislador por evitar que los recursos públicos destinados a la comunicación institucional se conviertan en instrumentos de propaganda política o de promoción personal de los servidores públicos. La publicidad oficial, al ser financiada con dineros del Estado, está sujeta a límites estrictos de necesidad, proporcionalidad y finalidad. No se trata de restringir la comunicación gubernamental, sino de preservar su carácter informativo, impersonal y orientado al servicio público.

En sentencia de 2017, el Consejo de Estado se refirió a la prohibición del artículo 10 de la Ley 1474 de promocionar servidores públicos, esto es “*dar a conocer, incrementar el nivel de aceptación (...) visibilizarlos ante la comunidad en general*”. En este punto, el alto tribunal precisó que el texto de la norma ofrece claridad al señalar que se prohíbe el uso de publicidad para dicho fin o de cualquier otro mecanismo de divulgación. Al respecto:

“El Estatuto Anticorrupción contenido en la Ley 1474 de 2011, si bien consideró legítima la necesidad institucional de informar o publicar los programas y las políticas oficiales bajo parámetros contenidos en su artículo 10, también propendió por disuadir el impulso de los servidores públicos de promocionarse a sí mismos y/o a otros servidores, so pretexto de la publicidad oficial o aprovechando los diferentes medios o mecanismos de información o divulgación que impliquen destinación de recursos públicos.”¹³

En la sentencia C-086 de 2025¹⁴, la Corte precisó que el propósito de la publicidad oficial es informar de manera objetiva e imparcial a la ciudadanía a través de distintos medios sobre la gestión estatal, bienes, servicios, planes, programas, proyectos, campañas, convocatorias y demás actividades relacionadas con las funciones de las entidades públicas, incluyendo publicaciones en medios de comunicación, vallas, volantes o piezas de difusión.

El artículo 3 de la Ley 2345 de 2023 precisó lo que significa “Publicidad Estatal” al definirla como:

¹¹ Gaceta del Congreso No. 607 de 2010, citada en sentencia C-537 de 2012

¹² Gaceta del Congreso No. 258 de 2011, https://leyes.senado.gov.co/proyectos/images/documentos/Textos%20Radicados/Ponencias/2011/gaceta_258.pdf

¹³ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, C.P., María Elizabeth García González, Bogotá, 16 de febrero de 2017, radicado: 66001-23-33-002-2015-00293-01 (PI)

¹⁴ http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/c-086_2025.html

“Publicidad Estatal: *Cualquier forma de comunicación y divulgación de información dirigida al público en general, la cual se genere, transmita o divulgue a través de diferentes medios de comunicación y que sean contratados, pagados y/o gestionados por las entidades estatales para dar a conocer sus productos, bienes, servicios, planes, programas, proyectos, campañas, convocatorias, y demás actividades relacionadas con sus funciones y competencias legales.”*

Esta definición legal resulta de especial relevancia, en tanto actualiza el concepto de publicidad estatal y confirma que las obligaciones y prohibiciones previstas en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 se aplican a toda forma de comunicación institucional, incluyendo las piezas, publicaciones y contenidos difundidos a través de redes sociales, portales web y demás canales oficiales de las entidades públicas. En consecuencia, el deber de orientar la publicidad al cumplimiento de las funciones legales -y la correlativa prohibición de destinarla a fines de promoción personal o política- se extiende plenamente a las estrategias de comunicación digital del SGC.

La doctrina interamericana sobre libertad de expresión, especialmente la desarrollada por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH, ha advertido que la publicidad estatal mal regulada o discrecional puede transformarse en una restricción indirecta al derecho a la información y a la libertad de expresión. En el documento “Principios sobre regulación de la publicidad oficial”¹⁵, la Relatoría estableció que los Estados deben adoptar leyes claras y precisas que definan el objeto, los criterios de asignación, el contenido permitido, los mecanismos de control y las sanciones aplicables en materia de publicidad oficial, con el fin de evitar su utilización con fines propagandísticos, discriminatorios o de autopromoción política. Estos estándares encuentran correspondencia directa en las dos prohibiciones previstas en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011.

En primer lugar, la prohibición de utilizar la publicidad oficial para la promoción de servidores públicos desarrolla el principio interamericano según el cual la comunicación financiada con recursos públicos no puede emplearse para exaltar la imagen personal de funcionarios ni para inducir adhesión ideológica o electoral, pues ello convierte el gasto público en un instrumento de propaganda incompatible con la neutralidad y la igualdad democrática.

En segundo término, la prohibición de realizar publicidad ajena a las funciones legales de la entidad responde al deber estatal de garantizar que toda comunicación institucional esté vinculada de manera directa con la misión y las competencias de la entidad emisora, conforme a criterios de necesidad, proporcionalidad y finalidad pública. La Relatoría ha señalado que el uso de recursos, personal o infraestructura institucional para difundir mensajes desvinculados del objeto funcional de la entidad constituye una desviación del gasto público y una forma de distorsión comunicativa del poder estatal, que debe ser prevenida mediante controles efectivos de transparencia y rendición de cuentas.

Por lo anterior, dentro de los principios rectores de publicidad oficial, se encuentra lo relativo a los objetivos legítimos de la publicidad oficial. Allí, de manera explícita, la RELE estableció:

“Los Estados deben utilizar la pauta o publicidad oficial para comunicarse con la población e informar a través de los medios de comunicación social sobre los servicios que prestan y las políticas públicas que impulsan,

¹⁵ Comisión Interamericana de Derechos Humanos, “*principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión*”, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, 2012

con la finalidad de cumplir sus cometidos y garantizar el derecho a la información y el ejercicio de los derechos de los beneficiarios de las mismas o de la comunidad”.

En esa medida, aunado al propósito de utilidad pública de la publicidad oficial, esta debe ser clara, no inducir a error o confusión a los destinatarios sobre los fines de cada campaña, así como tampoco puede convertirse en un instrumento para deslegitimar a sectores de oposición o críticos de los gobiernos¹⁶.

En este sentido, las limitaciones legales que el legislador colombiano incorporó en la Ley 1474 de 2011 no son una excepción aislada, sino la concreción de principios universales de integridad administrativa y de salvaguarda de la libertad de expresión, ampliamente reconocidos en el derecho comparado. Países como España, México, Argentina, Canadá y el Reino Unido han adoptado normas similares que prohíben expresamente el uso de la publicidad oficial con fines partidistas, personales o ajenos a la competencia institucional, y exigen que toda comunicación estatal sea objetiva, imparcial y orientada al interés público.

El respecto a estas limitaciones resulta esencial para preservar la confianza ciudadana en las instituciones y asegurar que la comunicación estatal no se desvíe hacia objetivos personales, partidistas o ajenos a la misión de cada entidad. Desconocer esta restricción no sólo implica el incumplimiento de un deber legal concreto, sino que además pone en riesgo la equidad en la competencia democrática y la transparencia en el ejercicio del poder público.

Por lo anterior, los contenidos que actualmente difunde el Servicio Geológico Colombiano (SGC) a través de sus canales oficiales no se ajustan a su objeto misional ni a las finalidades establecidas en la ley, circunstancia que incluso fue reconocida por la propia entidad en las respuestas remitidas a las peticiones de FEDe. Colombia. El SGC es una entidad técnico-científica cuya finalidad consiste en desarrollar investigación básica y aplicada sobre el potencial y uso del subsuelo colombiano, así como en administrar y garantizar la disponibilidad de la información geológica del país.

Contrario a lo señalado por la entidad, la campaña de comunicación coordinada, su sustento en un supuesto interés general y el antecedente citado por la entidad para justificar la divulgación de información, no habilitan a la entidad a desconocer lo previsto en el artículo 10 del Estatuto Anticorrupción. Vale la pena destacar, que la referencia que hace la entidad frente a las medidas difundidas con ocasión del COVID-19 incurre en una imprecisión. De acuerdo con el artículo 2 del Decreto 4326 de 2011 no se encuentran comprendidas en actividades de publicidad oficial:

“a). Las originadas en actividades o situaciones de riesgo, cuya difusión tiende a prevenir o disminuir la consumación de daños a la ciudadanía”.

Claramente, el contexto y antecedente citado por el SGC se encuentra inscrito en la prevención de los daños en el marco de una emergencia sanitaria, acorde con lo establecido en el literal a) del artículo 2 del Decreto 4326 de 2011.

Con todo, los mensajes difundidos por el SGC evidencian un incumplimiento sostenido del deber legal previsto en la norma objeto de cumplimiento, al apartarse de su finalidad técnica y misional e

¹⁶ RELE, 2012, principio 2, 20-21.

incorporar contenidos de promoción o exaltación de servidores públicos, incluido el presidente de la República. Tales prácticas desconocen de manera directa las prohibiciones expresas contenidas en los incisos tercero y cuarto del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011.

Aun cuando no se generen erogaciones presupuestales directas, el uso de recursos institucionales - incluido el tiempo de los funcionarios, el personal de comunicaciones, los servicios de diseño y difusión de piezas, los canales oficiales y la imagen institucional del SGC- para divulgar asuntos ajenos a sus funciones constituye un uso indebido de recursos públicos y puede generar detrimento patrimonial. Además, el régimen de publicidad oficial alude a las comunicaciones que se realicen de manera directa por las entidades.

La intervención judicial que aquí se solicita busca garantizar la efectividad material de la finalidad y los límites legales a la publicidad oficial y evitar que su incumplimiento se consolide como una práctica reiterada. El cumplimiento efectivo de esta norma tiene una finalidad correctiva y preventiva de carácter estructural: asegurar que la entidad observe el deber legal de que sus canales institucionales se utilicen exclusivamente para promoción de planes, programas, proyectos, servicios y demás actividades relacionadas con su objeto misional, y no para replicar mensajes políticos o de exaltación personal de servidores públicos, cuyo efecto resulta contrario a la moralidad administrativa y la confianza ciudadana.

V. PRETENSIONES

Ordenar al **SERVICIO GEOLÓGICO COLOMBIANO** dar cumplimiento a lo dispuesto en los incisos 1 (parcial), 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción) en los siguientes términos:

- i) Que toda actividad de publicidad oficial adelantada por la entidad a través de sus canales oficiales de comunicación o mediante campañas coordinadas con otras entidades del orden nacional se limite a buscar el cumplimiento de la finalidad institucional asignada por la ley, orientándose a informar a la ciudadanía sobre sus programas, planes, proyectos y servicios.
- ii) Que se abstenga de utilizar la publicidad oficial o cualquier otro mecanismo de divulgación o comunicación institucional, para la promoción o exaltación de servidores públicos, o para replicar mensajes ajenos a su objeto legal.
- iii) Que se proceda al retiro de las publicaciones que no se ajusten a la finalidad institucional ni a las funciones legales de la entidad y que contravengan las prohibiciones previstas en los incisos 1, 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011-Estatuto Anticorrupción-.

Este requerimiento no se limita a la campaña sobre la Nueva EPS ni a un episodio particular, sino que cubre cualquier publicación de la entidad que reproduzca mensajes ajenos a su objeto misional, tanto en el pasado como hacia el futuro.

- iv) Que se adopten medidas administrativas internas -como directrices, protocolos o circulares- que garanticen que las futuras campañas o piezas comunicacionales de la entidad cumplan de manera estricta con el régimen de publicidad oficial.

VI. PRUEBA DE LA RENUENCIA

De conformidad con lo establecido en el artículo 8 y en el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 393 de 1997, en concordancia con los artículos 146 y 161 numeral 3 de la Ley 1437 de 2011, se aporta como requisito de procedibilidad prueba de la solicitud de cumplimiento del deber legal elevada ante la entidad accionada y su respuesta con número de radicado 2025-120-012336-2, donde se constata que la entidad se ratificó en su incumplimiento.

De esta manera queda acreditada la renuencia de la autoridad.

VII. JURAMENTO

De conformidad con lo establecido en la ley, manifiesto bajo la gravedad del juramento, que no he acudido ante ningún tribunal administrativo para instaurar acción de cumplimiento con fundamento en los mismos hechos y normas contra la autoridad relacionada en la presente acción.

VIII. COMPETENCIA

El tribunal administrativo es competente para conocer del presente asunto en primera instancia, de conformidad con el numeral 14 del artículo 152 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, que en su tenor literal establece: *“Competencia de los tribunales administrativos en primera instancia. Los tribunales administrativos conocerán en primera instancia de los siguientes asuntos: (...) 14. De los relativos a la protección de derechos e intereses colectivos y de cumplimiento, contra las autoridades del orden nacional o las personas privadas que dentro de ese mismo ámbito desempeñen funciones administrativas”*.

IX. PRUEBAS Y ANEXOS

En el siguiente enlace de Google Drive se encuentran los medios probatorios aportados disponibles para consulta pública:

<https://drive.google.com/drive/folders/1mH0MSqGhgIPyu5RwdtWTYmq0MYZYe8xu>

Anexo No. 1	Certificado de existencia y representación legal FEDe. Colombia y cédula del representante legal.
Anexo No. 2	Diario Oficial 48.128 de 12 de julio de 2011
Anexo No. 3	@sgcol, 13 de septiembre de 2025 (1)
Anexo No. 4	@sgcol, 13 de septiembre de 2025 (2)
Anexo No. 5	@sgcol, 14 de septiembre de 2025 (1)
Anexo No. 6	@sgc, 14 de septiembre de 2025 (2)
Anexo No. 7	@Danielbricen, 15 de septiembre de 2025_objetivo campaña
Anexo No. 8	@sgcol, 23 de octubre de 2025
Anexo No. 9	Derecho de petición y respuesta SGC
Anexo No. 10	Solicitud de cumplimiento y respuesta SGC

X. NOTIFICACIONES


FEDe. Colombia recibirá notificaciones en:

Dirección: Calle 94 No. 21-76, Bogotá D.C
Teléfono: 3001160643
Correo electrónico: notificaciones@fedecolombia.org

El Servicio Geológico Colombiano en:

Dirección: Diagonal 53 No. 34 - 53, Bogotá D.C.
Teléfono: 60122 22800- 601220 0100 - 601222 1811
Correo electrónico: notificacionesjudiciales@sgc.gov.co

Atentamente,



ANDRÉS CARO BORRERO

C.C 1.136.883.888

Representante legal

FUNDACIÓN PARA EL ESTADO DE DERECHO

NIT 901.652-590-1



**CONSEJO DE ESTADO
SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO
SECCIÓN QUINTA**

Magistrado ponente: PEDRO PABLO VANEGAS GIL

Bogotá, D. C, cinco (5) de febrero de dos mil veintiséis (2026)

Acción: ACCIÓN DE CUMPLIMIENTO
Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01
Accionante: FUNDACIÓN PARA EL ESTADO DE DERECHO
Accionado: SERVICIO GEOLÓGICO COLOMBIANO

Tema: Uso de publicidad oficial para fines ajenos a los relacionados con las funciones de las entidades estatales.

SENTENCIA DE SEGUNDA INSTANCIA

La Sala conoce de la impugnación presentada por la parte demandada contra la sentencia del 27 de noviembre de 2025, dictada por el Tribunal Administrativo de Cundinamarca, Sección Primera, Subsección B. Lo anterior de conformidad con lo dispuesto en los artículos 125, 150 y 243 de la Ley 1437 de 2011¹, así como en el Acuerdo 080 del 12 de marzo de 2019 de la Sala Plena del Consejo de Estado.²

El recurso de apelación fue concedido mediante auto del 14 de enero de 2026. Por lo anterior, la Sala procede a proferir sentencia en los términos previstos en la Ley 393 de 1997.

I. ANTECEDENTES

1.1. Demanda

1. En ejercicio de la acción de cumplimiento prevista en el artículo 87 de la Constitución y desarrollada por la Ley 393 de 1997, la Federación Para el Estado de Derecho (en adelante, Fedederecho), por medio de su representante legal, presentó demanda contra el Servicio Geológico Colombiano (en adelante, SGC) con el fin de obtener el cumplimiento de lo previsto en los incisos primero, tercero y cuarto del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011.

¹ Artículo 150. Artículo modificado por el artículo 615 de la Ley 1564 de 2012. Inciso modificado por el artículo 26 de la Ley 2080 de 2021. El Consejo de Estado, en Sala de lo Contencioso Administrativo, conocerá en segunda instancia de las apelaciones de las sentencias dictadas en primera instancia por los tribunales administrativos y de las apelaciones de autos susceptibles de este medio de impugnación. También conocerá del recurso de queja que se formule contra decisiones de los tribunales, según lo regulado en el artículo 245 de este código [...].

² Modificado por el Acuerdo 434 de 2024.



Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho

Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

2. Como consecuencia del obediencia de las normas invocadas solicita lo siguiente:

i) Que toda actividad de publicidad oficial adelantada por la entidad a través de sus canales oficiales de comunicación o mediante campañas coordinadas con otras entidades del orden nacional se limite a buscar el cumplimiento de la finalidad institucional asignada por la ley, orientándose a informar a la ciudadanía sobre sus programas, planes, proyectos y servicios.

ii) Que se abstenga de utilizar la publicidad oficial o cualquier otro mecanismo de divulgación o comunicación institucional, para la promoción o exaltación de servidores públicos, o para replicar mensajes ajenos a su objeto legal.

iii) Que se proceda al retiro de las publicaciones que no se ajusten a la finalidad institucional ni a las funciones legales de la entidad y que contravengan las prohibiciones previstas en los incisos 1, 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011-Estatuto Anticorrupción-.

Este requerimiento no se limita a la campaña sobre la Nueva EPS ni a un episodio particular, sino que cubre cualquier publicación de la entidad que reproduzca mensajes ajenos a su objeto misional, tanto en el pasado como hacia el futuro.

iv) Que se adopten medidas administrativas internas -como directrices, protocolos o circulares- que garanticen que las futuras campañas o piezas comunicacionales de la entidad cumplan de manera estricta con el régimen de publicidad oficial.

1.2. Posición de la parte demandante

3. La parte actora aseguró que el 12 de septiembre de 2025, el presidente de la República, mediante alocución pública, se refirió a los hallazgos de la Contraloría General de la República en materia de salud relacionados con la Nueva EPS. Agregó que, posterior a ello, varias entidades estatales, entre las que se encuentra el SGC, replicaron en sus cuentas oficiales de comunicación algunos de los pronunciamientos que el presidente llevó a cabo en su discurso y acompañaron los respectivos mensajes con la etiqueta #SeRobaronLaSalud.

4. Argumentó que la misionalidad del SGC no guarda relación directa con el sector salud, puesto que esta es una entidad descentralizada, adscrita al Ministerio de Minas y Energía, y cuyo objetivo misional se encuentra delimitado por el artículo 1.2.1.1.6 del Decreto Único Reglamentario 1073 del 2015, del Sector Administrativo de Minas y Energía. Esta disposición establece lo siguiente:

Artículo 1.2.1.1.6.1 Objeto. “Como consecuencia del cambio de naturaleza, el Servicio Geológico Colombiano tiene como objeto realizar la investigación científica básica y aplicada del potencial de recursos del subsuelo; adelantar el seguimiento y monitoreo de amenazas de origen geológico; administrar la información del subsuelo; garantizar la gestión segura de los materiales nucleares y radiactivos en el país; coordinar proyectos de investigación



Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho
Accionado: Servicio Geológico Colombiano
Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

nuclear, con las limitaciones del artículo 81 de la Constitución Política, y el manejo y l utilización del reactor nuclear de la Nación.”

5. Puso de presente que dichos mensajes que replicó la entidad accionada a través de su cuenta de la red social «X» estuvieron acompañadas de piezas publicitarias que hacían referencia a una temática propia del sector salud y en las que se enfatizaba en los mensajes emitidos por el presidente de la República. Aseguró que por medio de tal cuenta oficial, la entidad convocó a la movilización programada para el 24 de octubre de 2025 en la Plaza de Bolívar y acompañó estos mensajes publicitarios del eslogan #El24ALaPlaza.

6. Señaló que, de conformidad con algunas fuentes periodísticas, dichas comunicaciones «harían parte de una estrategia de comunicación coordinada por el Gobierno Nacional» con el objetivo de «visibilizar el colapso del modelo EPS, legitimar la intervención estatal y posicionar al presidente como líder que actúa desde la verdad, la justicia y la soberanía».

7. Sostuvo que tales publicaciones realizadas a través de la cuenta oficial de «X» del SGC son publicidad oficial cuyo contenido no se ajusta a su objeto misional, en la medida en que los mensajes replicados son de carácter gubernamental ajenos a las finalidades y funciones propias de la entidad. Agregó que en tales publicaciones se buscó la promoción de servidores públicos como el presidente de la República, lo cual está prohibido por los incisos tercero y cuarto del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011.

1.3. Posición de la parte demandada

8. El **Servicio Geológico Colombiano** señaló que, si bien el 14 de septiembre de 2025 se publicó contenido en su cuenta institucional relacionado con el contexto informativo nacional, tales comunicaciones no buscaban exaltar la figura del presidente de la República. Sostuvo que la entidad se limitó a compartir información oficial de otra autoridad estatal, sin algún tipo de comentario, opinión o elemento de personalización que le fuera atribuible.

9. Indicó que, a pesar de que el 23 de septiembre de 2025 el SGC publicó en su cuenta institucional un mensaje relacionado con la movilización del día siguiente, aquello correspondió a un contenido de carácter informativo general, difundido en el marco de las orientaciones comunicacionales de la Presidencia de la República. Agregó que ello no implicó gasto público, contratación ni elaboración de alguna campaña institucional.

10. A su juicio, existen otros mecanismos idóneos para encausar la pretensión de la parte actora puesto que el control sobre el uso de la publicidad estatal y el cumplimiento de las políticas de austeridad corresponde a los órganos de control tales como la Procuraduría General de la Nación y la Contraloría General de la República.



Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho

Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

11. Informó que las publicaciones mencionadas en la demanda fueron temporales y actualmente no existen y que, en tal sentido, no se configura en la actualidad una omisión o incumplimiento. Puso de presente que el SGC, como entidad adscrita a la Rama Ejecutiva, compartió en su cuenta institucional de «X» algunas piezas gráficas e información alusiva a pronunciamientos presidenciales, lo que obedeció a una estrategia de comunicación unificada y coordinada por la Secretaría de Prensa y Comunicaciones de la Presidencia de la República en la que participaron cerca de 77 cuentas oficiales. Afirmó que esto tuvo como objetivo informar a la ciudadanía sobre los hallazgos y medidas adoptadas en el sector salud.

12. Finalmente, solicitó que se nieguen las pretensiones de la demanda puesto que las entidades adscritas al Ejecutivo tienen el deber de colaborar en la divulgación de la comunicación institucional del Gobierno Nacional y que, en tal sentido, sus actuaciones se enmarcaron en el cumplimiento de los deberes legítimos de coordinación y publicidad de la gestión pública.

1.5. Fallo de primera instancia

13. En sentencia del 27 de noviembre de 2025, el Tribunal Administrativo de Cundinamarca, Sección Primera, Subsección B declaró el incumplimiento por parte del SGC de lo establecido en los incisos primero, tercero y cuarto del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 y, en consecuencia, dictó el siguiente exhorto:

exhortase al director general del Servicio Geológico Colombiano para que, en cumplimiento del mandato expreso contenido en los incisos 1, 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011, se abstenga de orientar la publicidad oficial de la entidad, adelantada a través de sus canales oficiales de comunicación o mediante campañas coordinadas con otras entidades del orden nacional, por fuera de su finalidad institucional asignada por la ley; de igual forma se insta a la entidad accionada para que evite utilizar la publicidad oficial de la entidad o cualquier otro mecanismo de divulgación o comunicación institucional, para la promoción o exaltación de servidores públicos, o para replicar mensajes ajenos a su objeto legal.

14. Destacó que, de conformidad con la Corte Constitucional y el Consejo de Estado, el concepto de publicidad oficial tratado en el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 está referido a toda aquella actividad cuya pretensión sea la promoción de la existencia, misión, políticas, planes, programas, servicios y ejecución del deber funcional de las entidades estatales. Agregó que su ejercicio debe estar sujeto a la finalidad y objeto misional de la entidad pública y debe procurar el derecho a la información de los ciudadanos.

15. Argumentó que de la norma invocada se advierte un mandato imperativo e inobjetable en cabeza de todas las entidades públicas del orden nacional y territorial, el cual consiste en orientar los recursos públicos que destinen en publicidad oficial, al cumplimiento de su objeto misional y al ejercicio del deber funcional de la entidad. Agregó que tal norma prohíbe el patrocinio, la



Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho

Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

contratación y realización directa de publicidad oficial que no esté relacionada directamente con las funciones que debe cumplir la entidad.

16. Sostuvo que estaba acreditado que el 13 y 14 de septiembre y el 23 de octubre de 2025, el SGC publicó en su cuenta oficial de «X» información relacionada con el caso de la Nueva EPS, con referencia a pronunciamientos efectuados sobre un tema propio del sector salud por parte del presidente de la República y piezas publicitarias con el logo distintivo de la entidad. Indicó que, a su vez, convocó a través de dicha cuenta a la movilización programada para el 24 de octubre de 2025 en la Plaza de Bolívar.

17. Consideró que ello evidenciaba que el SGC orientó el ejercicio de su publicidad oficial a un fin ajeno a su objeto misional, puesto que aquello no hace parte de las competencias propias de la autoridad ni se realizó con ocasión de su deber funcional. Agregó que esto implicaba que la entidad dispuso de su personal y bajo su signo distintivo para efectuar dicha publicidad, lo que constataba un uso de recursos institucionales para la divulgación de información ajena a su objeto misional.

1.6. Impugnación

18. El SGC solicitó que se revoque la decisión de primera instancia y, en su lugar, se nieguen las pretensiones de la acción pues, a su juicio, esta es improcedente ante la ausencia de los presupuestos legales requeridos.

19. Alegó que la norma invocada no consagra una obligación específica ni reglada, ni tampoco contiene un mandato imperativo, inmediato y preciso. A su juicio, tal disposición establece directrices generales sobre el uso de recursos públicos destinados a publicidad oficial, tales como la garantía del derecho a la información, la austeridad del gasto y la prohibición de promoción o exaltación de servidores públicos. Expuso que estos términos son conceptos jurídicos indeterminados cuyo alcance exige un ejercicio interpretativo y valorativo, por lo que su cumplimiento no puede ser exigido mediante esta acción constitucional.

20. Indicó que no se acreditó el cumplimiento del requisito de renuencia, puesto que no se probó que el SGC se haya negado injustificadamente a cumplir un mandato legal, claro y exigible. Aseguró que la parte actora no exigió el cumplimiento de la norma de manera previa a la interposición de la acción y, por tanto, no se cumplió con este requisito de procedibilidad.

21. Señaló que el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 no se interpretó con atención a las circunstancias fácticas y normativas, puesto que se omitió que el SGC, como entidad adscrita a la Rama Ejecutiva, fue partícipe de la estrategia de comunicación coordinada y unificada por la Secretaría de Prensa y Comunicaciones de Presidencia de la República. De tal forma, explicó que su



actuar fue parte de un esfuerzo del Gobierno Nacional por informar al público de los hallazgos y medidas en el sector salud.

22. Alegó que no existe prueba que acredite la realización de erogaciones presupuestales, contratación, destinación de personal institucional o cualquier otro gasto atribuible a la entidad por concepto de publicidad oficial. Agregó que, por el contrario, se probó que la entidad se limitó a replicar contenido centralizado emitido por la Presidencia de la República, sin que ello implicara un gasto adicional, motivo por el cual considera que el uso indebido de recursos públicos que se le reprocha no fue debidamente probado.

23. Afirmó que se desconocieron los principios de coordinación administrativa y de publicidad de la información, al desconocer que el SGC se encontraba amparado por el ordenamiento jurídico al responder a un ejercicio legítimo de difusión de información pública de interés general en el marco de una actuación interinstitucional coordinada. Expuso que la simple replicación de contenidos relacionados con un asunto de relevancia pública y constitucional como la protección del derecho fundamental a la salud, no puede equipararse a una campaña de publicidad institucional autónoma ni a una actuación ajena al deber funcional de la entidad.

24. Aseguró que el tribunal se extralimitó en sus funciones como juez de la acción de cumplimiento, puesto que realizó un análisis sustancial de la actuación administrativa y evaluó aspectos como el contenido y la finalidad de las publicaciones institucionales, asunto que corresponde a un juicio de legalidad propio de otros medios de control. Expuso que la acción de cumplimiento no tiene una finalidad sancionatoria ni mediante ella se puede declarar alguna irregularidad que sustituya otros mecanismos judiciales y administrativos.

II. CONSIDERACIONES

25. La Sala modificará la decisión de primera instancia. Para ello, se analizarán los siguientes aspectos: i) la constitución en renuencia, ii) los requisitos de procedencia de la acción de cumplimiento y, iii) caso concreto.

2.1. La parte actora agotó el requisito de procedibilidad relativo a la constitución en renuencia de la accionada

26. De acuerdo con el artículo 8 de la Ley 393 de 1997, previo al ejercicio de la acción de cumplimiento, la parte actora debe constituir en renuencia a la autoridad o al particular que ejerce funciones públicas y frente al cual se exige el cumplimiento del mandato legal o consagrado en acto administrativo. Para ello, es necesario que el actor indique expresamente cuál es la norma sobre la cual versa la acción, sin que la autoridad conteste en el plazo de diez días siguientes



a la presentación de la solicitud o, por el contrario, se ratifique en el pretendido incumplimiento³.

27. En tales términos, esta Sección ha señalado que «el reclamo en tal sentido no es un simple derecho de petición sino una solicitud expresamente hecha con el propósito de cumplir el requisito de la renuencia para los fines de la acción de cumplimiento»⁴. La falta de agotamiento de este requisito conlleva el rechazo de la demanda.

28. En este caso está probado que la demandante constituyó en renuencia al SGC respecto de cumplimiento de los incisos 1, 3 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011. En efecto, se corroboró que presentó ante la accionada un escrito en el que pidió expresamente el acatamiento de las normas que invoca por esta vía, así como la respuesta negativa por parte del SGC, mediante la cual aseguró que no existía alguna obligación incumplida por parte de la entidad.

2.2. La acción supera los requisitos de procedencia

29. Conforme a lo dispuesto en la Ley 393 de 1997, la Sección Quinta de esta corporación ha sostenido que la procedencia de la acción de cumplimiento se encuentra supeditada a la acreditación de cinco requisitos generales:

- (i) Que el deber que se pide acatar se encuentre consignado en normas aplicables con fuerza material de ley o actos administrativos vigentes (artículo 1)⁵.
- (ii) Que el mandato que se solicita atender esté radicado en cabeza de la autoridad pública o del particular en ejercicio de funciones públicas, encargado de ello (artículos 5 y 6).
- (iii) Que el afectado no tenga o no haya podido ejercer otro instrumento judicial para lograr el efectivo cumplimiento del deber legal o administrativo, circunstancia esta que la hace improcedente, salvo el caso que, de no proceder, se produzca un perjuicio grave e inminente para quien ejerció la acción.
- (iv) Que la acción no persiga la protección de derechos fundamentales que puedan ser garantizados a través de la tutela (artículo 9).

³ Al respecto, el inciso segundo del artículo 8 de la Ley 393 de 1997 establece lo siguiente: «Con el propósito de constituir la renuencia, la procedencia de la acción requerirá que el accionante previamente haya reclamado el cumplimiento del deber legal o administrativo y la autoridad se haya ratificado en su incumplimiento o no contestado dentro de los diez (10) días siguientes a la presentación de la solicitud».

⁴ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, providencia del 20 de octubre de 2011. Rad. 2011-01063, M.P. Dr. Mauricio Torres Cuervo.

⁵ Esto excluye el cumplimiento de las normas de la Constitución Política, que por lo general consagran principios y directrices.



- (v) Que la acción no tenga por objeto el acatamiento de normas que establezcan gastos a la administración (artículo 9).

30. El incumplimiento de alguno de requisitos de procedibilidad conlleva la improcedencia del medio de control. Por el contrario, si los anteriores presupuestos se encuentran satisfechos, corresponde a la Sala determinar si existe o no el mandato imperativo e inobjetable en cabeza de aquella autoridad o del particular en ejercicio de funciones públicas y frente a los cuales se haya dirigido la acción; y, a partir de ello, determinar la prosperidad de las pretensiones de la demanda.

31. La Sala encuentra acreditados los requisitos de procedencia de la acción, con fundamento en los siguientes motivos:

- (i) La norma que se solicita acatar tiene rango de ley.
- (ii) El mandato está en cabeza de las autoridades públicas, tal como lo es el SGC.
- (iii) A su vez, se cumple con el requisito de subsidiariedad, puesto que las pretensiones de la parte actora no involucran la protección directa de derechos fundamentales que puedan ser invocados vía acción de tutela. Tampoco se advierte la existencia de otro mecanismo judicial para hacer efectiva la referida disposición legal.
- (iv) De igual forma, la norma que contiene el deber cuyo cumplimiento se exige se encuentra actualmente vigente, en la medida en que no ha sido derogada, modificada o sustituida en el ordenamiento jurídico.
- (v) Finalmente, el eventual cumplimiento de la disposición no involucra gasto, puesto que lo pretendido es una obligación de no hacer, en la medida en que involucra un deber de abstenerse del uso indebido de recursos destinados a la publicidad oficial de la entidad.

2.3. La norma objeto de la acción de cumplimiento contiene un mandato imperativo e inobjetable que ha sido incumplido por el Servicio Geológico Colombiano

32. La norma invocada por la parte actora dispone lo siguiente:

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 que implique utilización de dineros del Estado, 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



Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho

Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

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.

[...]

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.

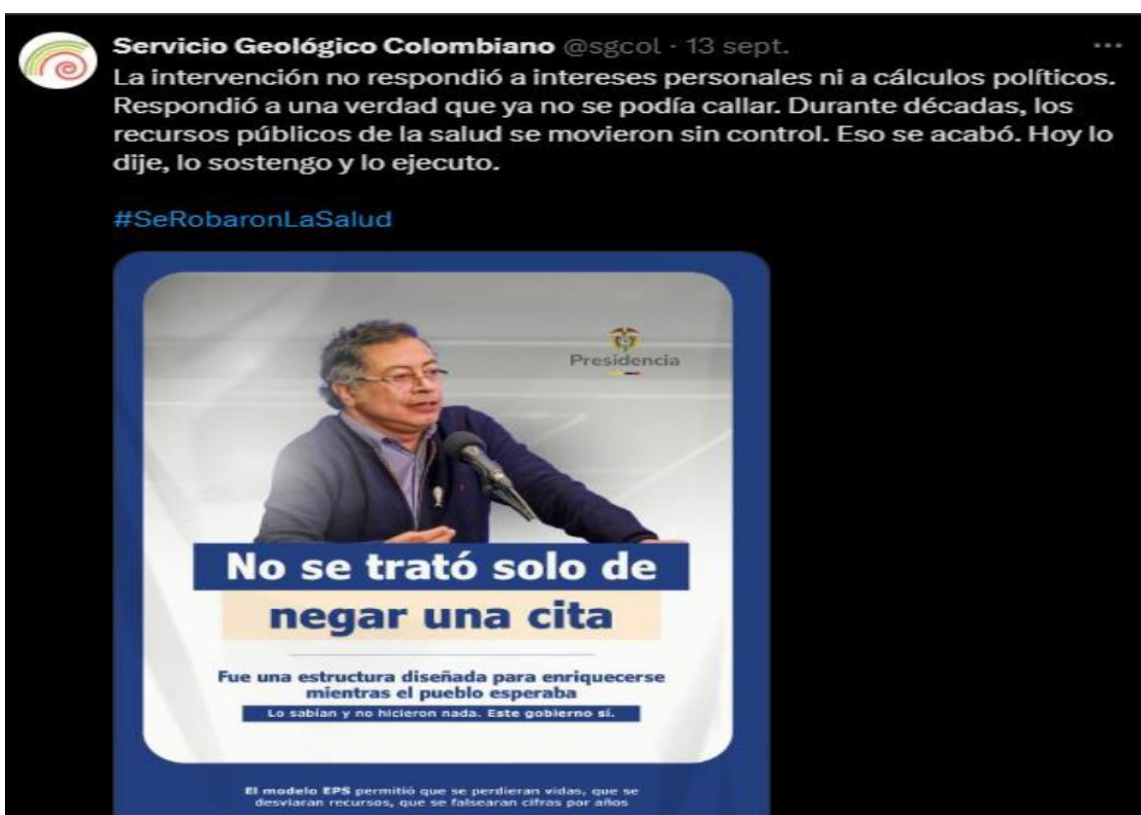
En ningún caso las entidades objeto de esta reglamentación podrán patrocinar, contratar o realizar directamente publicidad oficial que no esté relacionada con las funciones que legalmente debe cumplir, ni contratar o patrocinar la impresión de ediciones de lujo.

33. El inciso primero de tal disposición establece el deber, en cabeza de las entidades públicas tales como el Servicio Geológico Colombiano, de buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva autoridad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos en el ejercicio de divulgación de los programas y políticas que realicen por medio de la publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique el uso de dineros del Estado, tal como el manejo de las cuentas oficiales de comunicación como las redes sociales, entre las que se encuentra el uso de redes sociales tales como «X». En efecto, el manejo operativo de las redes sociales implica el uso de recursos públicos, en tanto es necesario destinar un funcionario para el desarrollo de las labores de publicación y gestión de los contenidos digitales de la entidad.

34. Por su parte, dicha norma establece una prohibición, esto es, un deber de una conducta negativa que consiste en abstenerse de usar la publicidad oficial o cualquier otro mecanismo de divulgación de la entidad pública, para la promoción de servidores públicos, partidos políticos o candidatos. De igual forma, la norma establece un deber, en cabeza de las autoridades estatales, de abstenerse de patrocinar, contratar o realizar directamente publicidad oficial que no guarde relación con las funciones que la ley le ha otorgado.

35. Ahora bien, en el escrito inicial la parte demandante estableció como hechos constitutivos del incumplimiento de dicha disposición los siguientes.

36. El 12 de septiembre de 2025, el presidente de la República, Gustavo Petro Urrego, en alocución pública se refirió a unos hallazgos de la Contraloría General de la República en materia de salud relacionados con algunas irregularidades que habría efectuado la Nueva EPS. Posterior a ello, el 13 de septiembre de 2025, el SGC publicó en su cuenta oficial de la red social «X» información sobre dicho caso, con alusión directa a tales pronunciamientos del señor presidente de la República y con uso de su imagen. Como prueba de ello, compartió las siguientes capturas de pantalla:



37. A su vez, referenció que en la misma fecha, mediante dicha cuenta oficial, el SGC replicó una publicación efectuada desde la cuenta oficial de la Presidencia de la República que aludía a los pronunciamientos emitidos por el señor Gustavo Petro Urrego, en su calidad de mandatario, sobre la situación de la aludida EPS. Para acreditar lo dicho, compartió la siguiente imagen que da cuenta de ello:



38. Sostuvo que, en el marco de dichas publicaciones, el 14 de septiembre de 2025, el SGC se refirió nuevamente desde su cuenta institucional a dicho caso, exaltó el mensaje del presidente de la República sobre el particular y compartió desde su cuenta oficial una publicación efectuada desde la cuenta de la Presidencia de la República. De tal forma, adjuntó las siguientes capturas de pantalla:





39. Finalmente, la parte actora hizo referencia a una publicación efectuada el 23 de octubre de 2025 en la cuenta oficial de «X» del SGC, mediante la cual convocó a una jornada de movilización programada para el 24 de octubre en la Plaza de Bolívar de la ciudad de Bogotá D.C., junto con la etiqueta «#Ei24ALaPlaza». Como prueba de ello, adjuntó la siguiente imagen:





Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho

Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

40. Al respecto, es pertinente poner de presente que tales pruebas no fueron controvertidas por la entidad accionada. Por el contrario, tanto en su escrito de contestación de demanda, como en su impugnación, el SGC reconoció la veracidad de tales publicaciones y afirmó que, a pesar de que ya habían sido removidas de su cuenta oficial, correspondían a una información compartida como parte de una estrategia de comunicación unificada y coordinada por la Secretaría de Prensa y Comunicaciones de la Presidencia de la República, en la que participaron varias entidades públicas.

41. Frente a ello, es necesario establecer si mediante dicho actuar por parte de la autoridad accionada se configuró un incumplimiento al mandato de no hacer consagrado en la norma objeto de esta acción.

42. En primer lugar, es necesario precisar que, contrario a lo argumentado por el SGC, estas publicaciones corresponden a una actividad de publicidad oficial de la entidad cuya ejecución implicó destinación de recursos públicos, lo que permite que se configure uno de los supuestos de hecho establecidos por la norma. En efecto, si bien no obra documento que soporte la erogación de dineros del erario con destinación específica para la ejecución de estas publicaciones, tal como se indicó con antelación, el funcionamiento de una cuenta oficial de «X» requiere de la designación de una persona encargada de la labor de manejo operativo de este tipo de redes sociales, lo que implica que la entidad designa parte de sus recursos para que se efectúe dicha función.

43. Ahora bien, dada la configuración del primer supuesto de hecho –uso de publicidad oficial que implique el uso de dineros del Estado– es necesario establecer si mediante dichas publicaciones, el SGC incumplió con el deber de abstenerse de usar tales medios de divulgación con un objetivo distinto al cumplimiento de la finalidad y de las funciones previstas por el ordenamiento para dicha entidad. A su vez, es necesario determinar si el SGC usó sus canales oficiales de comunicación para la promoción de servidores públicos, partidos políticos o candidatos.

44. Con respecto a la prohibición de promoción de servidores públicos y partidos políticos, la Sala descarta la configuración del incumplimiento de este mandato. A pesar de que las piezas publicitarias usan la imagen personal del presidente de la República y comunican algunas iniciativas propias de la política del Gobierno Nacional para dar respuesta a la situación del sector salud que se pone de presente, se considera que no se cuenta con el material probatorio suficiente que permita concluir que esta información se divulga con la finalidad exclusiva de promover a un servidor público o a su partido político. De igual forma, la convocatoria a la movilización del 24 de octubre no permite concluir que ello tiene como único objetivo la promoción de la figura del presidente o del partido político al que pertenece, puesto que a pesar de que el Gobierno Nacional participó en la divulgación de dicha jornada, no es posible extraer de dicha pieza



publicitaria que aquella tuviera lugar con fines exclusivos de exaltar su imagen. Dado que la parte actora no allegó material probatorio adicional al respecto del cual se pueda sustraer la desatención de este deber, se descarta el incumplimiento del mandato en cuestión.

45. A su vez, está acreditado que algunas de las publicaciones efectuadas desde tal cuenta oficial se relacionan exclusivamente con afirmaciones del presidente de la República relacionadas con una situación específica del sector salud, con hallazgos sobre la Nueva EPS y con el actual contexto de esta entidad promotora de salud. Por tanto, en principio, la finalidad de estas comunicaciones se circunscribe a un ámbito de información sobre un escenario de la salud en el país.

46. Una de tales piezas publicitarias que compartió el SGC tuvo como fin convocar a la ciudadanía en general a asistir a una movilización cuyo eslogan era «Súmate a la movilización por la soberanía y la dignidad de nuestro país». La imagen compartida por la autoridad accionada cuenta con el símbolo oficial del Gobierno de Colombia, lo que permite concluir que este era, al menos, una de las entidades que convocaba la jornada de protesta.

47. Por su parte, las funciones y el objeto misional del SGC están contempladas en los artículos 3 y 4 del Decreto 4131 de 2011. De acuerdo con esta normativa, a la entidad le corresponde «realizar la investigación científica básica y aplicada del potencial de recursos del subsuelo; adelantar el seguimiento y monitoreo de amenazas de origen geológico; administrar la información del subsuelo; garantizar la gestión segura de los materiales nucleares y radiactivos en el país; coordinar proyectos de investigación nuclear, con las limitaciones del artículo 81 de la Constitución Política, y el manejo y la utilización del reactor nuclear de la Nación».

48. Un estudio comparativo entre las funciones de la entidad accionada y las publicaciones que llevó a cabo por medio de su cuenta oficial permite evidenciar que estas no guardan ninguna relación directa con el cumplimiento de su objetivo como autoridad adscrita al Ministerio de Minas y Energía. En efecto, no es posible establecer alguna relación de las funciones legales desarrolladas por el SGC y la temática abordada en las piezas publicitarias que compartió el 13 y 14 de septiembre y el 23 de octubre de 2025. En primer lugar, sus competencias no están relacionadas directamente con algún ámbito del sector salud ni con las labores que puedan desempeñar las EPS. A su vez, de la imagen relacionada con la jornada de movilización del 24 de octubre de 2025 no es posible extraer alguna relación con las funciones que debe desempeñar la entidad.

49. Con respecto a la finalidad de la publicidad oficial, la Corte Constitucional⁶ ha indicado que esta consiste en la divulgación de la información a través de

⁶ Sentencia C-086 de 2025.



diferentes medios de comunicación con el fin de dar a conocer bienes, servicios, planes, programas, proyectos, campañas y demás actividades relacionadas con las funciones adelantadas por las entidades públicas. El Alto Tribunal ha establecido que este concepto incluye todas aquellas actividades adelantadas por las entidades estatales con el fin de difundir información a la ciudadanía sobre los planes y programas de gobierno de forma objetiva e imparcial y busca transmitir un mensaje sobre la gestión del Estado mediante el uso de elementos visuales como las tipografías corporativas esenciales para distinguir a una organización desde su identidad propia.

50. Dicha Corte⁷ ha establecido que la importancia del control en la difusión de la publicidad estatal está relacionada con la necesidad de evitar inconvenientes sobre la destinación de los recursos públicos e impedir efectos negativos sobre el ejercicio del derecho a la libertad de expresión de la ciudadanía. Esto, debido a los efectos disuasivos que puede tener esta publicidad en la opinión pública, dado que su distribución arbitraria puede convertirse en un mecanismo de propaganda política usada para influir en los medios de comunicación, fomentar a los gobernantes de turno o condicionar el libre ejercicio del derecho a la libertad de pensamiento y de expresión.

51. Ello establece la importancia de que existan normas que, como la invocada por la parte actora, regulen los objetivos legítimos de la publicidad oficial y las asignaciones de recursos permitidas en el uso de estas herramientas, lo que impide el ejercicio arbitrario de la divulgación de información con fines, por ejemplo, electorales o partidarios⁸. Por su parte, los criterios que establezcan estas normas sobre la distribución de la propaganda oficial cumplen con el objetivo de reducir la discrecionalidad y evitar sospechas de algún favoritismo político que prime sobre el derecho a la información de la ciudadanía. Por tanto, que el legislador establezca, como en el caso de la norma objeto de esta acción de cumplimiento, que los recursos publicitarios deben ser asignados según criterios preestablecidos, claros y transparentes, cumplen con esta finalidad constitucional.

52. Lo expuesto con antelación es el sustento constitucional de la relación intrínseca que, según el artículo 10 del Decreto 1474 de 2011, debe existir entre la publicidad oficial y el cumplimiento de las funciones de cada una de las entidades estatales. En dicha medida, la Sala considera que la simple alusión a un tema de interés general como puede ser la situación administrativa de una entidad que presta un servicio de la salud en el país, no puede justificar en cualquier caso el uso de recursos destinados a la publicidad oficial de una entidad en particular para la divulgación de información de un sector que no guarda relación alguna con sus competencias, sus funciones y con la finalidad que aquella autoridad cumple en el Estado.

⁷ *Ibidem*.

⁸ *Ibidem*.



53. Establecer que el mandato contenido en dicha norma es cumplido por cualquier entidad estatal que divulgue información sobre un tema susceptible de ser catalogado como de interés público, podría llegar a banalizar tal deber prohibitivo y permitiría el uso arbitrario de los recursos destinados a publicidad oficial, para difundir cualquier tipo de información que busque priorizar los intereses del Gobierno de turno.

54. No obstante, la sala pone de presente que pueden existir situaciones particulares y excepcionales en las que determinadas finalidades superiores del Estado posibiliten el uso de la publicidad oficial por parte de entidades para la divulgación de información que no esté directamente relacionada con el cumplimiento de sus funciones. Estas pueden ser, por ejemplo, situaciones de urgencia que ameriten que todo el aparato estatal se encause en la comunicación de un asunto que requiere de máxima difusión. Por tanto, la sala llevará a cabo un uso del juicio de proporcionalidad con el fin de determinar si la medida adoptada por el SGC en el caso en concreto es legítima, mediante el estudio de su idoneidad, necesidad y proporcionalidad.

55. La Corte Constitucional⁹ ha establecido que este juicio es una herramienta argumentativa y metodológica que puede ser usada para evaluar la racionalidad y legitimidad de una decisión estatal cuando entran en colisión valores y principios constitucionales. En el caso en concreto, el SGC insistió en que la divulgación de las piezas publicitarias en cuestión está amparada por el deber de garantizar el acceso a la información sobre un aspecto que, a su juicio, es de interés general. Por tanto, en principio, cumpliría con una finalidad legítima, amparada por las normas constitucionales. A su vez, esta medida entra en colisión con el mandato establecido por el legislador sobre el adecuado uso de los recursos destinados a la publicidad oficial, en los términos que se han expuestos con antelación.

56. En tal sentido, es necesario en primer lugar revisar la idoneidad de dicha medida. La Corte Constitucional¹⁰ ha establecido que una actuación de la administración es idónea cuando el medio empleado es adecuado, efectivo y conducente en relación con el fin planteado. En principio, este uso de los medios oficiales de comunicación de la entidad conduce a la finalidad propuesta, la cual consiste en comunicarle a la ciudadanía la situación del sector salud en relación con la Nueva EPS. Por tanto, la Sala concluye que cumple con este requisito y procede al examen de la necesidad.

57. El Alto Tribunal¹¹ ha sostenido que la necesidad de una medida consiste en que el medio empleado en el caso en concreto es el menos restrictivo de otros principios, por lo que se considera inválido si existe otro con un impacto inferior y con una idoneidad semejante para la obtención del propósito de la autoridad. En

⁹ Al respecto, véase la sentencia C-234 de 2019 y C-093 de 2020.

¹⁰ Sentencia C-030 del 2020.

¹¹ Ibidem.



Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho

Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

el asunto en concreto, la Sala considera que, en la medida en que las piezas publicitarias fueron desplegadas a partir de una estrategia de comunicación empleada por la administración para dar a conocer esta situación del sector salud, se contaba con la posibilidad de difundir esta información exclusivamente mediante los medios oficiales de las entidades cuyas funciones estuvieran relacionadas con dicho sector y, con ello, dar cumplimiento a la finalidad establecida por el legislador en materia de destinación de recursos en publicidad oficial.

58. En efecto, la administración contó con la posibilidad de usar los medios oficiales de entidades como el Ministerio de Salud y las autoridades adscritas a esta cartera ministerial, lo que hubiera permitido cumplir con la finalidad de que la ciudadanía accediera a dicha información de interés. Por su parte, también se ha podido optar por el uso de los canales oficiales del presidente de la República y de la Presidencia de la República, los cuales cuentan con un amplio margen de difusión a nivel nacional. En virtud de lo anterior, la Sala considera que no se cumple con el requisito de necesidad de la medida, puesto que se contaba con la posibilidad de que la administración empleara otras medidas para la obtención del propósito previsto. Por tanto, el incumplimiento del mandato establecido en los incisos primero y cuarto del artículo 10 del Decreto 1474 de 2011 no era necesario.

59. Ante la existencia de medios que no generaban traumatismo en el cumplimiento de este deber prohibitivo por parte del SGC, la Sala concluye que el actuar adoptado por la entidad demandada no superó el juicio de proporcionalidad ante el incumplimiento del requisito de necesidad. Por tanto, contrario a lo argumentado por la defensa de la autoridad, no es posible justificar su actuar desde una perspectiva constitucional y, en dicha medida, se concluye que la autoridad ha desatendido el presupuesto normativo objeto de esta acción.

60. Finalmente, la sala no pasa por alto que el párrafo segundo de la norma objeto de esta acción establece lo siguiente:

PARÁGRAFO 2. Lo previsto en este artículo no se aplicará a las Sociedades de Economía Mixta ni a las empresas industriales y comerciales del Estado que compitan con el sector público o privado o cuando **existan motivos de interés público en salud**. (Énfasis de la sala).

61. Al respecto, se considera que el asunto estudiado no está cobijado por la excepción establecida en la disposición en cita, puesto que a pesar de que algunas de las publicaciones realizadas por el SGC guardan relación con una situación de una EPS, esto no implica, en sí mismo, que exista un «motivo de interés público en salud». Como se ha expuesto, las publicaciones replicadas por la autoridad demandada corresponden a afirmaciones realizadas por el presidente de la República en su alocución del 12 de septiembre de 2025 con relación a hallazgos de la Contraloría General de la República en el marco de la



investigación adelantada contra la Nueva EPS. En tal sentido, esto no se encuadra en eventos en los que existan «motivos de interés público en salud».

62. Por su parte, el artículo 3 del Decreto 3518 de 2006¹² establece la siguiente definición de los «eventos de interés en salud pública»:

Aquellos eventos considerados como importantes o trascendentes para la salud colectiva por parte del Ministerio de la Protección Social, teniendo en cuenta criterios de frecuencia, gravedad, comportamiento epidemiológico, posibilidades de prevención, costo-efectividad de las intervenciones, e interés público; que además, requieren ser enfrentados con medidas de salud pública.

63. A la luz de lo establecido por esta disposición, las publicaciones llevadas a cabo por el SGC no se encuadran en eventos en los que existen motivos de interés público en salud, puesto que no corresponde con una situación importante o trascendente para la salud colectiva, en los términos de dicha norma. Lo anterior, dado que tales divulgaciones están relacionadas con una situación de índole administrativo por la que actualmente atraviesa una EPS, no cobijada por la excepción establecida en el parágrafo segundo de la norma objeto de esta acción.

2.6. Conclusión

64. El Servicio Geológico Colombiano incumplió el mandato establecido en los incisos primero y cuarto del artículo 10 del decreto 1474 de 2011, ante el uso de publicidad oficial con fines ajenos a las competencias y funciones establecidas por el ordenamiento para la entidad.

65. En virtud de lo anterior, se modificará el numeral primero de la sentencia del 27 de noviembre de 2025 que quedará así:

DECLARAR el incumplimiento por parte del Servicio Geológico Colombiano, de lo establecido en los incisos 1 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011. En consecuencia, **ORDENAR** al director general del Servicio Geológico Colombiano para que, en cumplimiento del mandato expreso contenido en los incisos 1 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011, se abstenga en lo sucesivo de orientar la publicidad oficial de la entidad, adelantada a través de sus canales oficiales de comunicación o mediante campañas coordinadas con otras entidades del orden nacional, por fuera de su finalidad institucional asignada por la ley.

En mérito de lo expuesto, el Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, administrando justicia en nombre de la República y por autoridad de la ley,

¹² «por el cual se crea y reglamenta el Sistema de Vigilancia en Salud Pública y se dictan otras disposiciones».



Accionante: Fundación Para el Estado de Derecho

Accionado: Servicio Geológico Colombiano

Radicación: 25000-23-41-000-2025-01730-01

III. FALLA

PRIMERO: MODIFICAR el numeral primero de la sentencia del 27 de noviembre de 2025 proferida por la Subsección B de la Sección Primera del Tribunal Administrativo de Cundinamarca, el cual quedará así:

DECLARAR el incumplimiento por parte del Servicio Geológico Colombiano, de lo establecido en los incisos 1 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011. En consecuencia, **ORDENAR** al Servicio Geológico Colombiano que, en cumplimiento del mandato expreso contenido en los incisos 1 y 4 del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011, se abstenga en lo sucesivo de orientar la publicidad oficial de la entidad, adelantada a través de sus canales oficiales de comunicación o mediante campañas coordinadas con otras entidades del orden nacional, por fuera de su finalidad institucional asignada por la ley.

SEGUNDO: NOTIFICAR a las partes en la forma prevista en el artículo 22 de la Ley 393 de 1997.

TERCERO: En firme esta sentencia, devuélvase el expediente al tribunal de origen.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.

PEDRO PABLO VANEGAS GIL

Presidente

LUIS ALBERTO ÁLVAREZ PARRA

Magistrado

OMAR JOAQUÍN BARRETO SUÁREZ

Magistrado

GLORIA MARÍA GÓMEZ MONTOYA

Magistrada

Este documento fue firmado electrónicamente. Usted puede consultar la providencia oficial con el número de radicación en <https://samai.consejodeestado.gov.co/Vistas/Casos/procesos.aspx>