

**EL SENADO Y CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA NACIÓN ARGENTINA, REUNIDOS EN CONGRESO...
SANCIONAN CON FUERZA DE**

LEY:

**REGIMEN DE DIFUSION Y PROMOCION TURISTICA Y CULTURAL EN EL SERVICIO DE
TRANSPORTE AUTOMOTOR DE PASAJEROS INTERJURISDICCIONAL NACIONAL.**

Artículo 1º- La presente ley tiene por objeto que las empresas operadoras de los servicios públicos de transporte automotor interjurisdiccional de pasajeros de carácter nacional en el ámbito interurbano, que en sus unidades ofrecen entretenimiento mediante reproducción audiovisual, publiciten y difundan por este mismo medio material promocional de actividades y recursos turísticos y culturales de las distintas regiones del país, especialmente de las regiones en las que cada una de ellas opera.

Artículo 2º - El organismo de aplicación de la presente ley será el Consejo Federal de Turismo, el que deberá coordinar la logística de distribución del material promocional a las empresas operadoras de los servicios públicos de transporte descriptas en el artículo 1 de la presente, fiscalizar la difusión y el cumplimiento de la presente ley, .

Artículo 3º - El material promocional será facilitado al Consejo Federal de Turismo por los gobiernos provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, quedando criterio de éstos la contratación de la productora para el desarrollo del mismo. El Consejo Federal de Turismo deberá compilar dicha información garantizando la equidad en la inclusión de difusión de todas las provincias argentinas.

Artículo 4º - El material promocional tendrá una duración mínima de 15 minutos y máxima de 30 minutos y deberá ser apto para todo público, y difundir actividades y circuitos turísticos que incluyan tanto los destinos consagrados como también las nuevas propuestas en materia turística. La edición, deberá contar con música nacional y/o regional, en cumplimiento con las leyes de autor, y deberá promocionar el calendario de Eventos y Fiestas Populares Argentinas. Se podrá ofrecer un subtítulo en otros idiomas destinado a los pasajeros extranjeros.

Artículo 5º - El material promocional podrá incluir campañas de prevención de salud u otra información de interés para los viajantes, pero no podrá contener publicidad comercial, propagandas o campañas proselitistas bajo ningún concepto.

Artículo 6º- El Consejo Federal de Turismo, deberá fijar las sanciones pertinentes en caso de incumplimiento de la presente ley.

Artículo 7º- La ley entrará en vigencia al día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Nación.

Artículo 8º- De forma. Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Firmante: **Gabriela BESANA**

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

Nuestro país posee una gran extensión geográfica y la desaparición -lamentable por cierto- del servicio de transporte de pasajeros en ferrocarriles de larga distancia, y las continuas irregularidades en la prestación de servicios aéreos, como así también el precio de sus tarifas - que resultan prohibitivas para los sectores de ingresos bajos y medios-, ha potenciado el transporte de colectivos de larga distancia como la principal alternativa para las personas que se trasladan de un punto a otro de nuestra generosa geografía.

Según el último reporte estadístico mensual publicado por el Ministerio de Transporte, el transporte interurbano de pasajeros de jurisdicción nacional (servicios regulares y turismo) en el mes de diciembre 2021 se transportaron más de 1.880.296 pasajeros en servicios regulares y 803.919 pasajeros en servicios de turismo. Número que lógicamente debe haber aumentado considerablemente en los meses de enero y febrero en los cuales la mayoría de la población vacaciona.

Habitualmente, las empresas operadoras de transporte de pasajeros interurbanos e interjurisdiccional suelen brindar un servicio de exposición audiovisual a los efectos de hacer más amenas las horas en que transcurre el traslado de un lugar a otro. Generalmente se transmiten películas extranjeras, algunas de ellas, con un alto contenido de violencia, no aptas para todo público o de dudosa autenticidad.

Los millones de pasajeros quedan expuestos así a convertirse en un público cautivo, imposibilitado de cambiar de canal, que bien podría recibir información sobre las ricas bondades naturales y culturales de nuestra patria, fomentando con esto el arraigo de nuestros valores y el incentivo al turismo.

Mediante ley 25.997 sancionada el 16 de diciembre de 2004 se declaró en nuestro país de interés nacional al turismo como una actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país, resultando la actividad turística prioritaria dentro de las políticas del Estado.

El objeto de dicha ley es el fomento, desarrollo, promoción y regulación de la actividad turística y del recurso turístico mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales.

Consecuentemente con la promoción de la actividad y recursos turísticos, la presente iniciativa busca que los gobiernos provinciales y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires puedan contar con un nuevo espacio para difundir todo tipo de material que esté relacionado con el acervo cultural como así también promocionar la actividad turística de las distintas regiones del país.

Es importante que cada provincia defina y decida tanto el contenido como la contratación de la productora para generar la creación del arte audiovisual, a fin de evitar contratos monopólicos nacionales y la discriminación de provincias dentro del contenido.

También se establece que el contenido musical sea exclusivamente nacional. Basta observar el comportamiento y costumbres que se vienen imponiendo en nuestros jóvenes, que adoptan músicas y danzas foráneas, y conocen mucho más de las estrellas de cine de Hollywood, que de nuestros artistas nacionales. Nuestros cantautores populares han quedado desplazados por figuras extranjeras que imponen una música que en nada tienen que ver con nuestras costumbres. Asimismo, entre las nuevas generaciones de argentinos hoy son más conocidos algunos paisajes foráneos, repetidos hasta el hartazgo por la industria cinematográfica, que las bellezas escénicas existentes en nuestro país.

Aprovechando que las restricciones a viajes al exterior impuestas por el covid 2019 trajeron como consecuencia un gran impulso al turismo interno y al descubrimiento de muchas de sus numerosas bellezas, consideramos fundamental que además de difundir actividades y circuitos turísticos en destinos consagrados se incluya también en dicho material nuevas propuestas en materia turística.

Se ha llegado a un buen nivel de importancia de la actividad turística en nuestro país, pero nos queda mucho por crecer, especialmente en el interior del país, en donde es indispensable el desarrollo de infraestructura básica, y sobre todo la difusión de sus innumerables recursos paisajistas.

Sin embargo, se propone prohibir en este material promocional toda publicidad política y la aparición de figuras del ámbito político. Esto en el sano interés del público usuario que ya bastante atribulado está en momento de campañas electorales por el inusitado bombardeo de publicidad política al que se ve sometido, como para sumarle otro medio más de actividad proselitista.

Es nuestra obligación legislar sobre todo aquello que nos permite difundir e inculcar nuestros valores. Vale destacar como precedente a este proyecto, el presentado por el diputado nacional (mandato cumplido) Eduardo Cáceres.

Por todas las razones expuestas, solicito a mis pares su acompañamiento al presente proyecto de Ley.

Firmante: **Gabriela BESANA**