

## SESIONES ORDINARIAS

2002

# ORDEN DEL DIA N° 1735

### COMISION DE TURISMO

Impreso el día 29 de noviembre de 2002

Término del artículo 113: 10 de diciembre de 2002

SUMARIO: **Ley 21.056** sobre confección de material publicitario en idiomas varios. Modificación. **Lugo de González Cabañas**. (7.345-D.-2002.)

#### Dictamen de comisión

*Honorable Cámara:*

La Comisión de Turismo ha considerado el proyecto de ley de la señora diputada Lugo de González Cabañas, sobre incorporación del artículo 1° bis a la ley 21.056, sobre confección de material publicitario en idiomas varios; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante, aconseja la sanción del siguiente

#### PROYECTO DE LEY

*El Senado y Cámara de Diputados,...*

Artículo 1° – Agrégase como artículo 1° bis de la ley 21.056, el siguiente:

La Secretaría de Turismo y Deportes de la Nación confeccionará material de difusión y promoción en los idiomas, español, portugués e inglés. Los mismos se exhibirán y estarán a disposición del público en donde lo establecen los artículos 1°, 2° y 3°.

Art. 2° – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Sala de la comisión, 19 de noviembre de 2002.

*Alicia I. Narducci. – Marcelo L. Dragan.  
– José C. G. Cusinato. – Marta Palou.  
– Carlos Alesandri. – Sergio A. Basteiro. – Omar E. Becerra. – Dante O. Canevarolo. – Dante Elizondo. – Fernanda Ferrero. – Celia A. Isla de Saraceni. – Gracia M. Jaroslavsky. – María T. Lernoud. – Cecilia Lugo de*

*González Cabañas. – Julio C. Moisés.  
– Miguel R. D. Mukdise. – Jorge R. Pascual. – Norma R. Pilati. – Ricardo C. Quintela. – Antonio U. Rattin. – María N. Sodá. – Horacio Vivo. – Ovidio O. Zúñiga.*

#### INFORME

*Honorable Cámara:*

La Comisión de Turismo, al considerar el proyecto de ley de la señora diputada Lugo de González Cabañas, ha creído conveniente proceder a la modificación de la propuesta original atendiendo a la necesidad de dar una mayor precisión conceptual a los términos empleados en la legislación. Los fundamentos que acompañan la iniciativa contienen todos los aspectos de la cuestión planteada, por lo que la comisión los hace suyos y así lo expresa.

*Alicia I. Narducci.*

#### FUNDAMENTOS

Señor presidente:

La ley 25.198, de declaración de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, confirma mediante legislación el adagio de que la actividad turística es una fábrica sin chimeneas. Una modificación a la ley 20.983, que obtuvo la sanción de esta Honorable Cámara, incrementa en treinta (30) minutos más los espacios destinados a promover temas de interés turístico nacional en los medios de difusión radiales y televisivos dependientes de la Secretaría de Prensa y Difusión de la Presidencia de la Nación.

Transcribimos a continuación aseveraciones vertidas por el secretario de Turismo y Deporte de la Nación, señor Daniel Scioli:

“En el nuevo modelo de crecimiento y desarrollo que se está gestando, la actividad turística será, sin dudas, uno de los resortes fundamentales. Existen cientos de millones de dólares que pueden ingresar rápidamente a la Argentina y son los que puede traer el turismo. Confío en que el trabajo que estamos haciendo desde la secretaría junto al sector privado y las provincias va a lograr este año dejarnos un saldo favorable en la cuenta de turismo superior a los u\$s 2.000 millones. El crecimiento económico generado por nuestra actividad es el más equitativo porque se distribuye entre empresarios grandes, medianos y pequeños, empleados calificados y no calificados, Estado nacional, provincial y municipal y todas las regiones geográficas. Resulta difícil pensar en otra actividad económica que lleve ingresos de manera inmediata a los puntos más alejados de nuestra geografía. Por ello vamos a trabajar con el sector privado para desarrollar consorcios turísticos de exportación, es decir estrategias integradas entre todos los agentes que participan del negocio. Esta es la concepción moderna sobre el tema. Confiamos únicamente en la mejora del tipo de cambio y creer que ésta es por sí sola la solución sería tener una visión facilista y cómoda. Por ello no vamos a descuidar el turismo interno, porque aquél no puede concebirse sin éste. Y porque la cultura turística que nos está faltando desarrollar comienza fronteras adentro.

“El turismo como fuente de ingresos de un país está por encima de cualquier administración y de cualquier modelo económico. Países tan disímiles como España y Cuba lo tienen como principal fuente de ingresos. Y nosotros también podemos hacer lo mismo. Por ello me comprometo a impulsar una verdadera política de Estado en la materia para que esta oportunidad constituya el punto de partida de un plan nacional de turismo que le reporte a nuestro país las divisas necesarias para consolidar un modelo económico sustentable en el tiempo”.

Encontramos una firme convicción, de parte del secretario de Estado, de generar una política turística a fines de que en nuestro país esta actividad se convierta en uno de los pilares de nuestra economía. Resaltar las diferentes bellezas geográficas y paisajísticas y la variedad de las mismas sería vano y vacío, pues esta realidad es ampliamente conocida, transmitida y aceptada, tanto a nivel nacional como internacional. Por tanto debemos acompañar esta política de Estado con modificaciones a nuestra legislación, como la presente, de manera tal de adecuarla, renovarla y ulteriormente incrementar las divisas provenientes de la actividad.

Cabe destacar que la presente ley fue publicada en el Boletín Oficial a fines de octubre del año 1975, es decir que posee casi treinta años de vigencia, y hasta la presente sin modificación alguna, lo que señala a las claras la imperiosa necesidad de adaptarla a las nuevas realidades que vive nuestro país.

Las razones por las cuales el material publicitario debe ser impreso en los idiomas castellano, portugués e inglés, se sostienen en un sinnúmero de argumentos sólidos.

Incluso en alguna medida esta modificación se cumple de hecho; es el caso del sitio web oficial de la Secretaría de Turismo, en donde existen versiones en castellano y en inglés. La aceptación internacional de este último idioma lo transforma incluso en la lengua más importante de Occidente.

El caso del idioma portugués no sólo está fundado en los números de visitantes parlantes de la mencionada lengua a nuestro país, que mes a mes se va incrementando, sino que además es un claro gesto de hermandad y compromiso práctico con el Mercado Común del Sur.

Cabe destacar también que el portugués es casi la única otra lengua parlante en Latinoamérica; incluso en las zonas fronterizas de nuestro país lindantes con la República Federativa de Brasil se habla elseudodialecto denominado “portuñol”.

Con la firme intención de legislar para acompañar políticas de Estado que nos reporten beneficios económicos y sociales, como es el caso referente a la actividad turística, a fin de renovar y adaptar nuestras normas a los tiempos actuales, es precisamente que nace esta iniciativa.

Por los motivos expuestos, solicito a los miembros de esta Honorable Cámara de Diputados de la Nación la sanción del presente proyecto de ley.

*Cecilia Lugo de González Cabañas.*

#### ANTECEDENTE

#### PROYECTO DE LEY

*El Senado y Cámara de Diputados,...*

Artículo 1° – Agrégase como artículo 1° bis de la ley 21.056, el siguiente:

La Secretaría de Turismo y Deporte de la Nación, confeccionará material publicitario en los idiomas, castellano, portugués e inglés. Los mismos se exhibirán y estarán a disposición del público en donde lo establecen los artículos 1°, 2° y 3°.

Art. 2° – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

*Cecilia Lugo de González Cabañas.*