

## SESIONES ORDINARIAS

2005

## ORDEN DEL DIA N° 2542

COMISIONES DE CULTURA Y DE  
COMUNICACIONES E INFORMATICA

Impreso el día 21 de junio de 2005

Término del artículo 113: 30 de junio de 2005

SUMARIO: **Campaña** de difusión nacional destinada al conocimiento, preservación y protección del patrimonio cultural y natural del país. Instrumentación. **Fellner**. (1.953-D.-2005.)

## Dictamen de las comisiones

*Honorable Cámara:*

Las comisiones de Cultura y de Comunicaciones e Informática han considerado el proyecto de resolución de la señora diputada Fellner, por el que se solicita al Poder Ejecutivo la implementación de una campaña destinada al conocimiento del patrimonio cultural y natural del país; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante, aconsejan la aprobación del siguiente

## Proyecto de declaración

*La Cámara de Diputados de la Nación*

## DECLARA:

Que vería con agrado que el Poder Ejecutivo, a través del organismo correspondiente, instrumente una campaña de difusión de carácter nacional a través de los distintos medios de comunicación, destinada al conocimiento del patrimonio cultural y natural del país y a la concientización que exigen su preservación y protección.

La campaña estará orientada especialmente a aquellos sitios, monumentos o lugares que por su valor de excepción han sido reconocidos por la UNESCO o por el Estado nacional como patrimonio cultural y/o natural.

La campaña tendrá como objetivos primordiales:

a) Promover el conocimiento y promoción del patrimonio cultural y natural de los argentinos;

b) Destacar las causas que ocasionan el deterioro del patrimonio así como las medidas para prevenirlo;

c) Informar sobre la legislación existente en materia de protección;

d) Recomendar acciones concretas para coadyuvar con el Estado al cuidado y preservación de esos bienes.

Sala de las comisiones, 2 de junio de 2005.

*Irma Roy. – Osvaldo M. Nemirovski. – Roberto J. Abalos. – Liliana B. Fellner. – José G. L'Huillier. – Rosa E. Tulio. – Diego H. Sartori. – Stella Maris Peso. – Lucrecia E. Monti. – Nélide M. Mansur. – Guillermo Amstutz. – Jorge M. A. Argüello. – Daniel A. Basile. – Mario F. Bejarano. – Jesús A. Blanco. – Mauricio C. Bossa. – Graciela Camaño. – José M. Cantos. – Juan C. Correa. – Fabián De Nuccio. – Lucía Garín de Tula. – Oscar S. Lamberto. – María S. Leonelli. – Cecilia Lugo de González Cabañas. – Marta O. Maffei. – Aída F. Maldonado. – Eduardo A. Menem. – Ana M. Monayar. – Nélide M. Palomo. – Cristian A. Ritondo. – Margarita R. Stolbizer. – Hugo G. Storero. – Juan M. Urtubey.*

## INFORME

*Honorable Cámara:*

Las comisiones de Cultura y de Comunicaciones e Informática, al considerar el proyecto de resolu-

ción de la señora diputada Fellner, por el que se solicita al Poder Ejecutivo la implementación de una campaña destinada al conocimiento del patrimonio cultural y natural del país, lo modifican por razones de mejor técnica legislativa y creen innecesario abunda en más detalles que los expuestos en los fundamentos que acompañan la iniciativa, por lo que los hacen suyos y así lo expresan.

*Irma Roy.*

## FUNDAMENTOS

Señor presidente:

El patrimonio no sólo es un conjunto de elementos tangibles e intangibles, el patrimonio es una forma de ser y de estar en el mundo. En él nos asentamos para identificarnos, para saber quiénes somos, para saber quiénes no somos, para entender quiénes no queremos ser y quiénes queremos que sean nuestros hijos. Todo pueblo por pequeño que sea tiene su patrimonio; ese patrimonio le pertenece, debe hacerlo suyo y decidir cómo quiere incorporarlo a las dinámicas económicas. El considerar el patrimonio como un altar de la memoria es definitivamente matarlo, condenándolo al lugar de los muertos. El patrimonio debe ser un activo de la memoria y no un pasivo de la nostalgia. La comunidad debe apropiarse de ese “activo” e incorporarlo a sus necesidades.

Recorrer tanto real como imaginariamente el riquísimo patrimonio natural y cultural de nuestro país provoca al menos dos reacciones contradictorias, admiración y frustración.

Admiración por el patrimonio acumulado a lo largo de tantos años y frustración por constatar que no todos lo conocen y aprecian como es debido, y menos aún les interesa precisar su trascendencia, valor y posible aprovechamiento.

No existe patrimonio si un grupo de personas no lo hace propio y es imposible hablar de su promoción, cuidado y preservación si esto no se da.

Esto no sólo significa adoptar instrumentos legales o tomar medidas aisladas y generalmente de emergencia, sino que exige de parte de quienes tenemos responsabilidades políticas implementar acciones orientadas a sensibilizar y concientizar a la sociedad en su conjunto respecto del cuidado y protección que el patrimonio reclama.

En estos tiempos de creciente globalización, el conocimiento, la interpretación, la protección y conservación del patrimonio cultural y natural constituyen un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar.

De esta manera se convierte en un objetivo fundamental de la gestión del patrimonio comunicar su significado y la necesidad de su conservación tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes.

Una campaña de difusión debería interpretar y presentar la autenticidad de los sitios y de sus significados culturales para mejorar el aprecio y la comprensión por parte de la sociedad.

En este sentido se deberían presentar de manera relevante y accesible para la comunidad anfitriona y para el visitante las directrices para la protección y conservación del patrimonio natural y cultural en sus características físicas, en sus valores intangibles, en sus expresiones culturales, en su significado histórico y sus variados contextos, de un modo atractivo y comprensible, usando métodos apropiados, actuales en materia de educación, aprovechando y haciendo uso de las nuevas tecnologías.

La presentación e interpretación de los programas de difusión deberían proporcionar un alto nivel de conciencia pública –comprensión y aprecio de los significados– y el soporte necesario para la supervivencia del patrimonio natural y cultural a largo plazo, animando a los hombres y mujeres de la comunidad a interesarse en el cuidado y la conservación del mismo.

## *Turismo y cultura*

Si partimos de que el turismo cultural consiste en conocer y tomar contacto con el patrimonio tangible e intangible de un determinado lugar, es decir tomar contacto con aquello que representa auténticamente a una comunidad, convenimos en que a partir del acelerado proceso de globalización e interdependencia que se dio sobre todo en la última década, el sector tomó una dimensión no imaginada, que aparenta convertirse en uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia notable sobre el hombre y el paisaje que lo rodea y que, según cómo se oriente o cómo se maneje, puede abrir maravillosas oportunidades a la cultura o ser sumamente nefasto para ésta.

Comprendiendo el patrimonio como un capital social y entendiendo que el turismo cultural requiere el involucramiento y la participación de todos los actores en una comunidad, es necesario que esa comunidad sensibilizada culturalmente se comprometa en proteger los recursos y evitar la degradación de sus bienes culturales y naturales. Para este fin es condición necesaria que toda la sociedad tenga conocimiento de sus sitios reconocidos con valor cultural y/o natural y de las formas de colaborar a su cuidado y preservación.

El patrimonio natural y cultural pertenece a todos, y cada uno de nosotros tiene el derecho y la responsabilidad de conocer y comprender su significado y resaltar y conservar sus valores.

Por lo expuesto solicito a mis pares me acompañen en la aprobación de la presente iniciativa.

*Liliana B. Fellner.*

## ANTECEDENTE

**Proyecto de resolución***La Cámara de Diputados de la Nación*

## RESUELVE:

Solicitar al Poder Ejecutivo que a través del organismo correspondiente instrumente una campaña de difusión de carácter nacional a través de los distintos medios de comunicación, destinada al conocimiento del patrimonio cultural y natural del país y a la concientización que exige su preservación y protección.

La campaña estará orientada especialmente a aquellos sitios, monumentos o lugares que por su valor de excepción han sido reconocidos por la

UNESCO o por el Estado nacional como patrimonio cultural y/o natural.

La campaña tendrá como objetivos primordiales:

- a) Promover el conocimiento y promoción del patrimonio cultural y natural de los argentinos;
- b) Destacar las causas que ocasionan el deterioro del patrimonio así como las medidas para prevenirlo;
- c) Informar sobre la legislación existente en materia de protección;
- d) Recomendar acciones concretas para su cuidado y preservación.

*Liliana B. Fellner.*