



"2019 - Año de la exportación"

El Senado y Cámara de Diputados...

ESPACIO PARA LA DIFUSION DE CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN, DETECCIÓN TEMPRANA Y TRATAMIENTO DE LOS CONSUMOS PROBLEMÁTICOS A TRAVES DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN – PAUTA PUBLICITARIA

Artículo 1°.- Destínese un porcentaje no inferior al 10% de la pauta publicitaria oficial en los medios masivos de comunicación gráfica, radial y audiovisual, a los fines de amplificar las campañas de prevención, detección temprana y tratamiento de los consumos problemáticos comprendidos en el artículo 2° de la Ley 26.934.

Artículo 2°.- El Poder Ejecutivo debe determinar la Autoridad de Aplicación encargada de regular los contenidos del mensaje de la publicidad, horarios, destinatarios y advertencias respecto de la temática de consumos problemáticos.

Artículo 3°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

En el centro de la problemática de los consumos de sustancias está el ser humano y la necesidad de condiciones sociales que permitan su desarrollo personal y familiar, como así también la búsqueda de sentido de la vida. En esa línea, es necesario fortalecer el tejido social creando un contexto que permita superar la marginación y la exclusión. Para ello se deben consolidar redes de cohesión social que tiendan a evitar que se enquisten la trama de la droga y del delito.

Las campañas de prevención, detección temprana y tratamiento de los consumos problemáticos se vuelven un elemento indispensable para llevar a cabo semejante logro. Estos consumos, si bien son un problema que es bien conocido por todos, igualmente permanece como no asumido. Ante ellos, todavía nuestra sociedad muestra rechazo en un gran porcentaje y también un pronunciado sentimiento de indiferencia. Así, entre el rechazo y la indiferencia, entre sentimientos de odio y desinterés, se profundizan las redes de segregación que, poco a poco, tienden a agravar el problema.



"2019 - Año de la exportación"

Se estima que en Argentina el 29% de la población de 16 a 65 años que vive en localidades de más de 5000 habitantes consume regularmente tabaco, la edad de inicio promedio es de 16,2 años y la cantidad promedio de cigarrillos consumidos por día es de 13,3 unidades. En tanto, se calcula que el 2% consume regularmente sustancias psicoactivas ilegales, si se mide la prevalencia del último mes. Esta cifra alcanza al 4% si se considera la prevalencia del último año, estimándose que un 3,2% de la población consume marihuana, un 0,7% cocaína y un 0,8% otras sustancias como pasta base, éxtasis, etc., según los últimos datos disponibles de la Encuesta Nacional sobre Prevalencias de Consumo de Sustancias Psicoactivas 2011 del INDEC.

Por su parte, el consumo de alcohol regular de riesgo afecta al 7,8% de la población de 18 años y más que vive en localidades de más de 5000 habitantes, mientras que el consumo de alcohol episódico excesivo alcanza al 10,4% de esta población, según los últimos datos disponibles de la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo para Enfermedades No Transmisibles 2013 del INDEC.

Al respecto, el Estado debe ofrecer respuestas claras. Para ampliar la cobertura de la población objetivo es fundamental utilizar en forma efectiva los espacios disponibles, llevando a cabo acciones de prevención de manera persistente en los medios de difusión. De nada sirve una campaña preventiva sostenida por alguno que otro mensaje perdido en el contexto consumista de las tandas publicitarias. Así, simplemente, sólo indican la derrota en la lucha contra el problema del consumo.

Las políticas públicas preventivas se deben orientar de manera clara a desalentar el consumo de las sustancias tóxicas. Se requiere un abordaje integral teniendo en cuenta las características de la enfermedad y el impacto que tiene sobre el individuo, sobre su entorno familiar, en el marco socioeconómico en el que se desarrolla y con una perspectiva vinculada a los derechos humanos.

Es por ello que proponemos destinar un porcentaje no inferior al 10% de la pauta publicitaria oficial en los medios masivos de comunicación gráfica, radial y audiovisual, a los fines de amplificar las campañas de prevención, detección temprana y tratamiento de los consumos problemáticos.

Por lo expuesto, es que solicitamos a mis pares la aprobación de este proyecto de ley.