



ANEXO 1 - ARGUMENTACIÓN

El abordaje en el plano comunicacional de la temática de las drogas es un fenómeno complejo y dinámico que requiere respuestas diversas y combinadas para abarcar la mayor cantidad de aristas posibles, con el objetivo de ser un activo eficiente para implementar estrategias de prevención e información.

Respecto al cannabis, Uruguay está llevando adelante una experiencia pionera a nivel internacional, que busca instrumentar un camino innovador para el abordaje de este tema.

En este sentido, las campañas de comunicación que necesita implementar el IRCCA buscan un enfoque integral, equilibrado y multidisciplinario centrado en las personas, las comunidades, los distintos actores del sistema y sus vínculos. La **Estrategia de reducción de daños** es una respuesta comprehensiva de las diferentes dimensiones del fenómeno, permitiendo desde esta perspectiva que las personas usuarias de cannabis puedan anticipar los riesgos, prevenirlos y disminuir los daños asociados a su uso adulto. Una de las estrategias del modelo de reducción de daños es la **regulación de los mercados**.

Desde diciembre de 2013 el mercado del cannabis en Uruguay está regulado y aunque su consumo era legal, hasta ese momento su producción y comercialización estuvo prohibida. Al igual que con las demás drogas, esta prohibición no fue una limitante para su consumo/uso. Y el narcotráfico/mercado negro/mercado ilegal siempre estuvo ahí para ofrecerlo.

Al día de hoy, más de 100.000 personas cuentan con una vía de acceso regulada al cannabis, estimándose que unos US\$ 160.000.000 dejaron de ser canalizados por el mercado ilegal desde que comenzó la implementación de este sistema.



Antes de la regulación muchas cosas no estaban claras. No estaba claro si el País podría afrontar esta responsabilidad, involucrando actores públicos y privados en esta nueva experiencia. Tampoco estaban claros los resultados que podría tener una regulación con fuerte control público como la diseñada. No estaba clara la importancia para la salud pública, la seguridad personal y el respaldo para el ejercicio de derechos de las personas adultas aporte a la lucha contra el narcotráfico. Y lo más importante, tampoco estaban claras en la gente, las problemáticas/consecuencias asociadas al consumo de cannabis.

A partir de este análisis proponemos trabajar en los conceptos de regulación, transparencia, prevención, uso consciente e informado.

Los conceptos a destacar en las campañas de comunicación que el IRCCA deber llevar adelante son:

La regulación del mercado no es sinónimo de promoción del consumo, sino que es una estrategia para reducir los riesgos y daños.

No criminalización a usuarios al no tener que vincularse a redes ilegales, alejar a las personas del narcotráfico y las redes criminales que comprometen su seguridad.

Hablar con transparencia y basados en la evidencia sobre los efectos nocivos que puede provocar a todas las personas que usan cannabis con mensajes diferenciales para los distintos grupos de usuarios (embarazadas, adolescentes, trabajadores, conductores). Ver posibles mensajes asociados a daños neurológicos y respiratorios, limitación de la capacidad de concentración y dependencia).

Ser enfático en que los menores de edad no están comprendidos en la regulación. Para ellos es ilegal el acceso.

Brindar la información sobre los aspectos de la regulación para los usuarios. Vías de acceso, derechos, obligaciones y requisitos.



Aspectos que están contemplados en la regulación y aspectos que no. Qué cosas están permitidas y qué cosas no.

Evolución de la normativa vigente y cambios que se implementarán.