



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

**FUNDAMENTOS**

Actualmente el consumo de alcohol y sus efectos constituyen un problema de carácter global. Cabe señalar que el flagelo adquiere mayor envergadura en el continente americano, y que Argentina se ubica en el podio del ranking.

De acuerdo a los informes que se han presentado en la última década publicados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), se estima que el consumo en América es aproximadamente un 50% mayor que el promedio mundial. En Argentina las estadísticas muestran que hay casi 2 millones de personas que consumen alcohol, mientras que 25 mil personas mueren al año por causas relacionadas con este tipo de consumo.

Esta realidad está presente en todos los grupos etarios, ya que hoy en día, la tendencia social conduce a una creciente búsqueda de espacios no laborales, donde el alcohol es un aporte fundamental para la diversión o muchas veces un soporte frente a diversas carencias. En los jóvenes -objetivo principal del presente proyecto- el consumo de alcohol suele ser más esporádico pero excesivo, produciéndose de esta manera un "consumo excesivo episódico" en cantidades importantes.

En Argentina -según datos de SEDRONAR- obtenidos de la encuesta nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas, las de mayor consumo entre los jóvenes son las bebidas alcohólicas, seguidas por el tabaco. En consonancia, la encuesta mundial de la salud realizada por la OMS en 2012, arroja datos contundentes en relación a los jóvenes entre 18 y 35 años:

- El 70% tomó alcohol al menos una vez;
- El 60% lo hace asiduamente y comenzó a hacerlo antes de los 16 años;
- El 95% lo hace los fines de semana;
- El 67% entra en la categoría "episódico excesivo";
- El 28% reconoce haber padecido borrachera o intoxicación.

Las estadísticas citadas en relación con el consumo de bebidas alcohólicas en jóvenes y los nocivos efectos que conlleva, son altamente alarmantes y esto aún más,



## *Legislatura de la Provincia de Río Negro*

cuando es combinada con otra estadística no menos importante, como lo es la de accidentes de tránsito, que es una de las principales causa de muertes a nivel mundial.

Según datos de la Agencia Nacional de Seguridad Vial, en los últimos 15 años, un total de casi 114 mil personas murieron en Argentina por accidentes viales. Alrededor del 50% de los fallecidos en los siniestros presentaron altos niveles de alcohol, en algunos casos combinados con drogas.

Habida cuenta de la magnitud alcanzada por este flagelo entre los jóvenes, resulta evidente que las políticas vigentes que tienden a combatir el consumo excesivo de alcohol, necesitan de la urgente adopción de nuevas estrategias, complementarias a las existentes.

Si el consumo de alcohol aumenta exponencialmente gracias a las intensas campañas publicitarias que lo asocian a situaciones perseguidas por el público, entonces resulta necesario disponer de herramientas que sean similares, que apelen a la emotividad en el sentido opuesto al que lo hacen dichas publicidades, accediendo así, a la conciencia del joven involucrado, logrando de esta manera una directa identificación con el riesgo de las decisiones que toma e inducirlo a actuar responsablemente.

Aquí no se pretenden campañas publicitarias que sean anti-alcohol, sino de buscar el momento y los medios necesarios para lograr el efecto deseado. Podríamos mencionar las campañas anti-tabaco que se han realizado de manera exitosa, la difusión de las mismas apuntó a múltiples medios donde imágenes y/o mensajes impresos en paquetes de cigarrillos fueron percibidos por gran cantidad de jóvenes. Así también en otras partes del mundo, como es el caso de España, han aplicado en momentos oportunos mensajes de alto impacto combinado con imágenes y frases rotundas de advertencia, siendo de gran efectividad en la consecución de los fines propuestos.

De este modo la estrategia en cuestión tiene que ver con la forma, el medio y el mensaje. Hay que tener presente el momento y lugar indicado para lograr el efecto deseado de identificación con el factor riesgo. Un joven difícilmente haga propia la advertencia sobre los peligros del consumo excesivo de alcohol y su combinación con el volante cuando la ve por televisión o computadora cómodamente desde su casa, sin alcohol en su organismo. Por el contrario, hacerlo en el contexto asociado por excelencia al consumo excesivo de alcohol, puede resultar un mensaje de alto impacto.



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

El momento de mayor exaltación de los efectos del alcohol en los jóvenes ocurre en los bares, boliches que se frecuentan. Dentro de la confusión que el ambiente puede generar y los invasivos incentivos a seguir consumiendo alcohol, el espacio de mayor reflexión en dicho ámbito, es el baño, donde la música y el ruido dan un descanso.

Cuando un joven se dirige al mismo, ya sea en situación de pausa o de espera, está propenso aquí de tener un momento de claridad y receptividad de un mensaje sensato, es aquí la instancia indicada para apelar a su identificación, por lo tanto el formato y el medio del mismo deben estar a la altura del impacto esperado, haciendo uso de imágenes o fotografías cuidadosamente seleccionadas, logrando así, potenciar a un nivel óptimo la capacidad y alcance de la campaña publicitaria propuesta. El fin es que el joven adquiera conciencia en el acto y de esta manera tome la propia decisión de cuidarse a sí mismo y al entorno que lo rodea, logrando estimular la verdadera responsabilidad de los jóvenes.

Por ello:

**Autor:** Javier Iud.



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

## **LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO**

### **SANCIONA CON FUERZA DE**

### **LEY**

**Artículo 1°.- OBJETO.** Es objeto de la presente, la prevención y concientización acerca de las consecuencias dañosas que produce el consumo de bebidas alcohólicas.

**Artículo 2°.- EXHIBICION PICTOGRAMAS.** Es obligatorio para todos los establecimientos que expendan bebidas alcohólicas, colocar en el interior de los baños de acceso al público -en lugar visible- un pictograma de advertencia sobre las consecuencias dañosas que produce el consumo excesivo de alcohol.

**Artículo 3°.- SUJETOS OBLIGADOS.** Se encuentran comprendidos en la obligación establecida en el artículo 2° de la presente:

- a) Los locales bailables, discotecas, discos, salas y salones de bailes;
- b) Confiterías, clubes, y demás locales donde se realicen actividades bailables y/o similares -tanto en lugares cerrados como al aire libre- cualquiera fuere su denominación o actividad principal y la naturaleza o fines de la entidad organizadora;
- c) Establecimientos o locales -con espacios abiertos o cerrados- cualquiera fuere su denominación o actividad principal y la naturaleza o fines de la entidad organizadora, en los que se vendan, expendan o suministren bebidas alcohólicas destinadas a ser consumidas exclusivamente en el ámbito físico en que funcionan. Quedan comprendidos en esta categorización, restaurantes, cantinas, cervecerías, cafeterías, bares, casinos, bingos, salas de juego y otros sitios donde se desarrollen actividades similares;
- d) Todo otro establecimiento que expendan bebidas alcohólicas y que determine la reglamentación.

**Artículo 4°.- CONTENIDO DE LOS PICTOGRAMAS.** Los pictogramas deben contener leyendas e imágenes relacionadas con el consumo



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

excesivo de alcohol y advertencias sobre las consecuencias dañosas del mismo. Especialmente deben versar acerca de los riesgos de conducir bajo los efectos de sustancias alcohólicas. El pictograma debe exhibirse en formato papel, escrito en forma legible y en las dimensiones que establezca la autoridad de aplicación.

**Artículo 5°.- SANCION.** La omisión a la obligación impuesta por medio de la presente y sus normas reglamentarias, es sancionada con multa entre pesos diez mil (\$10.000) hasta la suma de pesos treinta mil (\$30.000). En caso de reincidencia, los montos mínimos y máximos se duplican.

La sanción es aplicable previo sumario sustanciado en la jurisdicción donde se cometió la infracción, y se rige por el procedimiento establecido en el Código de Faltas de la Provincia de Río Negro - ley S n° 532- o el que en un futuro lo reemplace.

**Artículo 6°.- AUTORIDAD DE APLICACION.** Es Autoridad de Aplicación y comprobación de las infracciones establecidas en la presente, quien determine el Poder Ejecutivo.

Es obligación de la autoridad de aplicación:

- a) Elaborar los pictogramas y establecer su formato, dimensiones, y toda otra cuestión vinculada a los mismos;
- b) Poner a disposición de la población los modelos vía web y por todo otro medio que considere idóneo, a fin de garantizar el fácil acceso;
- c) Controlar el cumplimiento de la presente y establecer las sanciones correspondientes.

**Artículo 7°.-** De forma.