

Espectador.com

Sociedad

SEGÚN ESTUDIO

Consumidores uruguayos de cannabis, reacios a registro

Publicado el miércoles 25 de marzo del 2015 a las 15:54 hs

Un alto porcentaje de consumidores uruguayos de cannabis es reacio a inscribirse en el registro oficial obligatorio que marca la ley que regula el cultivo y venta de marihuana en el país para tener un acceso lícito a la sustancia, según reflejó un estudio académico presentado hoy en Montevideo.

El informe, elaborado por la Universidad Católica del Uruguay y por la Universidad Internacional de Florida, en Estados Unidos, muestra los resultados de una encuesta **que detectó que un 19 % de los consumidores declaró que "seguro no" se registraría**, mientras que un 20 % afirmó que "probablemente no" lo haría.

Por contra, el 31 % afirmó que "seguro sí" se registrará, un 27 % dijo que "probablemente sí", un 1 % indicó ya estar registrado y un 2 % manifestó "no saber" qué hará.

Aún constituyendo un porcentaje menor el de los que se manifestaron escépticos con el registro frente a los se mostraron favorables, 39 % y 58 %, respectivamente, la responsable del estudio por parte de la Universidad Católica, Rosario Queirolo, **destacó esta proporción como "significativa" y como un dato que evidencia que el Gobierno aún tiene mucho por hacer**.

"Hay un porcentaje significativo que no quiere registrarse y muchas de sus razones son porque no ven beneficios en el registro", dijo Queirolo a Efe antes de presentar el estudio en una sala de la Universidad Católica.

Entre los motivos, Queirolo, que es doctora en Ciencia Política por la Universidad estadounidense de Pittsburgh, indicó que uno de ellos es que los consumidores **no confían en que el registro sea "efectivamente anónimo"** y piensan que en algún momento podrían ser penalizados por el Estado, que ya tendría sus datos.

Por otro lado, la experta expresó que la ley obliga al consumidor a registrarse como autocultivador, como miembro de un club de cannabis o como consumidor que compra en farmacias, mientras que "el estudio refleja que muchos usan más de una de las tres vías", por lo que la exigencia del registro "es una desventaja".

"El Gobierno tiene mucho que trabajar en cuanto comunicar y dar información sobre el registro y sus modalidades si quiere que esta ley avance", concluyó Queirolo respecto a este apartado de la ley.

El estudio, titulado "Regulación del mercado de marihuana. Evidencia desde Uruguay a las Américas", tiene por objetivo **construir una línea de base con datos sobre los que después se pueda evaluar la nueva ley de regulación del mercado de la marihuana**", explicó Queirolo.

"Pretendemos medir algunos indicadores antes del arranque de la implementación de la totalidad de la ley, para así después poder evaluarla y medir su éxito o fracaso de acuerdo a estas primeras mediciones anteriores a su puesta en práctica", añadió.

El documento presentado este miércoles vuelve también sobre los resultados del Barómetro de las Américas de 2014, que indican que **"más de la mitad de los uruguayos" están en contra de la legalización de la marihuana** "a pesar de la aparente fluidez con la que se aprobó" la norma.

Así, sólo el 34 % de los uruguayos está a favor de la ley mientras que un 60,7 % se posiciona en contra.

Respecto a estos datos, el informe concluye que "la popularidad" del expresidente José Mujica, bajo cuyo mandato se aprobó la normativa, tuvo mucha influencia para que la ley saliera adelante "con aparente facilidad".

Quirolo añadió sobre este asunto que aunque la mayoría de los uruguayos estén en contra de la ley, **no es un tema que tenga mucha relevancia en la opinión pública.**

"No sienten (los uruguayos) que (la ley) tenga grandes implicaciones y por eso la oposición no es tan grande o no se ha manifestado de manera pública con mucha fuerza", declaró.

Finalmente, el estudio refleja los hábitos de consumo de marihuana de los uruguayos y establece las características propias del segmento de la población que declara hacer uso de esta droga.

De esta manera, en base a los resultados obtenidos, el perfil del consumidor sería el de un hombre joven, que vive en Montevideo, tiene ingresos económicos altos, es de izquierdas y poco religioso.

ESPECTADOR.COM