

Publicidad y Promoción de todo Producto Elaborado con Tabaco, Ley para Reglamentar la

[Ley Núm. 62-1993](#)

5 de agosto de 1993

(P. del S. 151)

(Conferencia)

Para reglamentar la publicidad y promoción en ciertos lugares de todo producto elaborado con tabaco a los cuales un menor de dieciocho (18) años de edad pueda estar expuesto; facultar al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor a establecer y adoptar las reglas y reglamentos necesarios para la implantación de esta Ley; y para imponer penalidades.

#### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Cada día es mayor la cantidad de jóvenes y adolescentes que desarrollan el hábito de fumar. Es de gran preocupación esta realidad social, ya que numerosos estudios han demostrado el grave daño que representa para la salud el uso del tabaco.

Una de las causas que induce y estimula a los jóvenes y adolescentes comenzar el hábito de fumar está relacionada con la propaganda excesiva a que éstos están expuestos. Vemos a diario cómo las campañas publicitarias continúan promoviendo la idea de que fumar es placentero y utilizan figuras llamativas que apelan al sentir de los jóvenes, a los efectos de que fumar es necesario para sobresalir o adquirir prominencia.

Una proporción cada vez mayor de los \$4,000 millones que las empresas tabacaleras gastan anualmente para comercializar sus productos se destinan a promociones especiales como las competencias deportivas, programas de comercialización, campañas de distribución de muestras de cigarrillos y anuncios en salas de teatro y cine.

Como puede observarse, las áreas seleccionadas por estas compañías para llevar a cabo sus programas de promoción, son aquellas cuya mayor audiencia la constituyen nuestros jóvenes.

Siendo éste un problema que afecta adversamente la salud y que envuelve a un sector tan importante de nuestra sociedad, como lo son nuestros adolescentes y jóvenes, es necesaria nuestra intervención para reglamentar la publicidad y promoción de todo producto elaborado del tabaco.

Esta legislación persigue limitar y reglamentar la publicidad y promoción de productos elaborados con tabaco. Aunque este proyecto establece restricciones a la libertad de expresión, estas claramente responden al interés apremiante del Estado de proteger la salud, la seguridad y el bienestar de la ciudadanía en general y especialmente a nuestros jóvenes que por su inexperiencia pueden ser más

vulnerables.

Restringir el acceso a los productos de tabaco en la juventud, puede retardar o impedir la decisión de los jóvenes de comenzar a fumar a temprana edad, según lo han revelado numerosos estudios. Estos han reflejado que el mayor éxito lo han logrado las comunidades que ejercen una vigilancia activa.

Nos corresponde a nosotros ayudar a poner fin al estímulo negativo que la industria del tabaco ejerce sobre nuestros jóvenes.

Decrétase por la Asamblea Legislativa de Puerto Rico:

Artículo 1.- Esta Ley se conocerá como "Ley para Reglamentar la Publicidad y Promoción de todo Producto Elaborado con Tabaco".

Artículo 2.- Para propósitos de esta Ley se establecen las siguientes prohibiciones:

(a) Ninguna persona podrá colocar o permitir que se coloque anuncios, letreros o avisos comerciales de cigarrillos o cualquier otro producto elaborado con tabaco a una distancia menor de quinientos (500) pies de una escuela pública o privada. Esta distancia se tomará del punto más cercano del lindero exterior del predio ocupado por la escuela hasta el sitio donde esté colocado el anuncio, letrero o aviso comercial.

(b) Ninguna persona podrá realizar publicidad o promoción comercial de cigarrillos o de productos elaborados con tabaco en los cines, salas de teatro y parques públicos. Para fines de esta ley serán parques públicos todos los coliseos, parque de pelota, gimnasios, canchas de baloncesto, y parques pasivos que pertenecen al gobierno estatal, gobiernos municipales, sus instrumentalidades, corporaciones, agencias y dependencias.

(c) Ninguna persona podrá distribuir muestras gratis de cigarrillos o de productos elaborados con tabaco:

(1) A menores de dieciocho (18) años de edad.

(2) En lugares donde por motivo de la actividad se permiten la presencia de menores de dieciocho años de edad.

(3) A una distancia menor de quinientos (500) pies de una escuela pública o privada, entendiéndose que esta distancia se tomará del punto más cercano del lindero exterior del predio ocupado por la escuela.

Artículo 3.- El Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor deberá adoptar las reglas y reglamentos necesarios para llevar a cabo las disposiciones de esta Ley. En el ejercicio de las facultades que le concede la [Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973](#), según enmendada, el Secretario podrá emitir órdenes de cesar y desistir e imponer multas administrativas hasta un máximo de diez mil (10,000) dólares, por las violaciones de esta Ley o sus reglamentos. Para efectos de la imposición de multas administrativas, cada día en que se incurra en la misma

violación será considerado como una violación separada.

Artículo 4.- Cuando una persona incurra en violaciones a las disposiciones de esta Ley, y/o a cualesquiera órdenes y resoluciones emitidas bajo la misma, el Secretario podrá promover una acción criminal contra el infractor sin limitar su capacidad expresada en el Artículo precedente. Esta infracción será considerada como un delito menos grave, con pena de multa que no excederá de quinientos (500) dólares.

Artículo 5.- Esta Ley comenzará a regir a los veinticuatro (24) meses después de su aprobación excepto por el Artículo 3 en el que el Secretario deberá adoptar las reglas y reglamentos necesarios inmediatamente después de la aprobación de esta Ley.