

(TEXTO DE APROBACION FINAL POR LA CAMARA)
(1 DE OCTUBRE DE 2009)

ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO

16ta. Asamblea
Legislativa

2da. Sesión
Ordinaria

CAMARA DE REPRESENTANTES

P. de la C. 1968

2 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Presentado por el representante *Rodríguez Aguiló*

Referido a las Comisiones de Gobierno; y de Lo Jurídico y de Etica

LEY

Para prohibir al Departamento de Salud, Departamento de Educación y al Departamento de la Familia participar en campañas promocionales con cualquier persona o entidad que produzca, venda, distribuya o promocióne cualquier producto derivado del tabaco o bebidas embriagantes, para imponer penalidades.

EXPOSICION DE MOTIVOS

La Ley Núm. 66 de 2 de marzo de 2006, la cual enmendó la Ley Núm. 40 de de 3 de agosto de 1993, según enmendada, conocida como "Ley Para Reglamentar la Práctica de Fumar en Lugares Públicos", incluyó una prohibición total en determinadas áreas en las cuales no se puede fumar. Esta ley fue ampliamente discutida y al momento de su consideración se contó con la participación de todos los sectores salubristas de nuestro país.

La política pública del Gobierno de Puerto Rico es la de desalentar el vicio de fumar por las graves consecuencias que el mismo tiene para la salud de nuestros ciudadanos. Esta política está basada en la evidencia recopilada, la cual refleja que el consumo de tabaco es una de las primeras causas de enfermedad prevenible, incapacitante y muerte prematura en Puerto Rico.

Cada año, más de 4,300 personas mueren en la Isla debido a esta práctica, y la mitad pierde una media de 20 años de vida. Diversos estudios hechos en Puerto Rico indican que el 13% de la población adulta hace uso regular de tabaco, mayormente en forma de cigarrillos, mientras que entre jóvenes estudiantes menores de 18 años de edad, el tabaco es la segunda sustancia de mayor uso con una prevalencia de 27.3%, precedido solamente por el alcohol.

En la adicción a la nicotina el cigarrillo provee el sistema de transportación para la nicotina. La nicotina es una sustancia adictiva que interactúa para mantener un patrón compulsivo de uso de la droga. Esta adicción no sólo es una de dependencia física sino que es complementada por la dependencia psicológica (mental) y social. La dependencia física se consigue con el uso continuo del tabaco, el cerebro empieza a cambiar para acomodar la nicotina hasta que este no puede funcionar normalmente sin la nicotina.

Esta es la adicción más fuerte cuando se le compara con la adicción a cocaína, heroína, o alcohol. (6 a 8 veces). Su pico más alto por cada inhalación se logra en el cerebro en menos de 7 segundos. Ninguna otra adicción logra un efecto tan rápido, reforzando aun más las cualidades adictivas del uso del cigarrillo.

La captación de nuevos fumadores para el mercado tabacalero empieza en la niñez y la adolescencia y es fundamental para el éxito comercial de las industrias tabacaleras. Según la mayor multinacional tabacalera del mundo en sus documentos, la Phillip Morris, el reclutamiento funciona del siguiente modo: y citamos documentos oficiales, "para el que empieza, el cigarrillo es un acto simbólico, yo no soy el hijo de mi madre, soy un aventurero, no estoy chapado a la antigua... A medida que el simbolismo psicológico se atenúa, el efecto farmacológico se impone y es el que mantiene el hábito".

Para el fumador joven, un cigarrillo pertenece a la misma categoría que el vino, la cerveza, afeitarse, llevar sostén o no; o sea, es una declaración de independencia y búsqueda de la propia identidad..." Así pues, todo intento de enganchar a jóvenes fumadores debería apoyarse, entre otros en los siguientes parámetros: presentar los cigarrillos como una de las pocas iniciaciones al mundo adulto, presentar los cigarrillos como parte de la categoría de productos y actividades que provean placeres ilícitos." De esta manera, el tabaco es cuidadosamente concebido como un rito de iniciación a la vida adulta.

Por otro lado, constantemente se presenta información que refleja la existencia de un problema serio de uso de bebidas alcohólicas por parte de nuestra población joven. Este problema se acentúa debido a que nuestros jóvenes y niños están expuestos diariamente a las bien diseñadas campañas publicitarias de las licoreras, las cuales tienen como finalidad que estos se inicien en el vicio del uso de bebidas embriagantes.

La adolescencia es la etapa de la vida de paso de la infancia a la edad adulta del ser humano y constituye un período transicional. En ella se establece la diferenciación específica de todos los aspectos del desarrollo, o sea, físico, mental, moral y social. La adolescencia según la Organización Mundial de la Salud está comprendida entre los 10 y los 20 años de edad. Dicha etapa es un período idóneo para la adopción de hábitos y actitudes, especialmente en el uso de sustancias adictivas que posteriormente pueden permanecer en la adultez, si no son bien manejadas, y llegan a afectar la salud del individuo y la sociedad.

El Gobierno de Puerto Rico gasta billones de dólares en cuidar y atender la salud de los puertorriqueños. ¿Como entonces es posible que el mismo gobierno que a través de agencias, como el Departamento de Salud, ASES y el Procurador del Paciente, hace una inversión enorme de recursos en pro de la salud del pueblo, de forma simultánea, a través de otras agencias, ponga en riesgo estas mismas iniciativas? Participar en campañas publicitarias con entidades que producen o venden productos derivados del tabaco o el alcohol es una forma de poner en riesgo las iniciativas para mantener a nuestros niños y jóvenes alejados de estos terribles vicios.

Entendemos que bajo ninguna circunstancia el Departamento de Salud, el Departamento de Educación y el Departamento de la Familia deben participar de campañas de promoción con entidades que producen o mercadean cigarrillos o cualquier derivado del tabaco, así como bebidas alcohólicas. Estas industrias tienen como meta adelantar sus intereses puramente económicos y bajo ninguna circunstancia tienen como norte promover la salud de nuestro pueblo.

A esos fines, mediante esta Ley se prohíbe que el Departamento de Salud, el Departamento de Educación y el Departamento de la Familia participen en campañas promocionales con entidades que producen o mercadean cigarrillos o cualquier derivado del tabaco, así como bebidas alcohólicas. Tal práctica es contraria a los mejores intereses de nuestros niños y jóvenes y no adelantan la finalidad que estos Departamentos tienen, que es velar por la salud física y emocional de nuestros niños y jóvenes.

DECRETASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

1 Artículo 1.-Título.-

2 Esta ley se conocerá como “Ley para Promover la Salud Física y Emocional de
3 nuestros Niños y Jóvenes”.

4 Artículo 2.-Declaración de Propósitos.-

1 Es política pública del Gobierno de Puerto Rico la protección de la salud física y
2 emocional de nuestros niños y jóvenes. De esta forma fomentamos en estos estilos
3 sanos de vida y esto incluye el desalentar en nuestros niños y adolescentes la tan
4 detestable práctica de fumar y el hacer uso de bebidas embriagantes.

5 Artículo 3.-Se prohíbe que el Departamento de Salud, el Departamento de
6 Educación y el Departamento de la Familia participen en campañas de publicidad o
7 promoción con entidades, compañías, empresas o corporaciones que producen o
8 mercadean cigarrillos o cualquier derivado del tabaco, así como las que fabrican,
9 producen o mercadean bebidas alcohólicas.

10 Esta prohibición incluye, pero no se limita a, auspicios, contratos, acuerdos de
11 colaboración, recepción o distribución de productos de cualquier tipo, o fomentar la
12 participación de la población a la que sirven, en actividades planificadas, desarrolladas
13 o pagadas por cualquier organización que produzca, venda o distribuya productos
14 derivados del tabaco o bebidas alcohólicas.

15 Artículo 4.-Todo empleado, funcionario público o cualquier persona que viole lo
16 dispuesto en esta ley incurrirá en delito menos grave y si fuere convicta será sancionada
17 con multa por la cantidad de cinco mil (5,000) dólares.

18 Artículo 5.-Esta ley entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.