

El culpable escondido

Todo el mundo sabe que al investigar un crimen hay que averiguar quién se beneficia con el resultado para identificar al más probable culpable. Quién hereda, quién cobra el seguro, a quién le queda el camino libre para conseguir sus objetivos.

Así ocurre con el tabaco. No hay que ser experto en tabaquismo para saber quién está detrás de la intensa campaña contra la reforma de la ley -mal llamada "anti-tabaco", por cierto.

No se trata de "los hosteleros", sino de algunas de sus asociaciones o federaciones, todas ellas abiertamente patrocinadas por, lo han adivinado, compañías tabaqueras. Aquellos lectores que practiquen el sano hábito de no creerse todo lo que leen podrán comprobarlo con una sencilla investigación, que en la mayoría de los casos se limita a visitar las páginas web de dichas asociaciones y encontrar el logo de la tabaquera en cuestión allí mismo, descarado, impenitente, flagrante. No todos los hosteleros se sienten representados en estas asociaciones que antepone intereses de otras industrias a las suyas propias. Muchas voces de empresarios de la hostelería, incluidas otras asociaciones con menos medios para aparecer en los medios y hacer lobby, están deseando que llegue una ley clara e uniforme, que garantice la competencia en situación de igualdad y que proteja la salud de sus empleados y clientes. Y que les libre de potenciales futuras demandas por daños y perjuicios -porque, si los empresarios pueden elegir, y eligen a favor del humo probadamente tóxico por miedo a posibles pérdidas económicas, ¿no están eligiendo poner en riesgo la salud de propios y ajenos, y por tanto tendrán que afrontar esa responsabilidad y las consecuencias de sus decisiones? Si yo fuera ellos, no me arriesgaría.

Tampoco se trata de los propios fumadores. Fumar es, tristemente, una adicción, no un hábito. Los fumadores que así lo deseen seguirán fumando. La mayoría sabe que sólo tendrán que ajustar sus costumbres a la nueva ley. Ya lo han comprobado con anterioridad, cuando han dejado de fumar en el avión, en el metro, en la oficina, en las tiendas. A los pocos meses, ni se alarmarán, ni apenas recordarán la situación anterior. Muchos viajan a menudo, o incluso han vivido en países con legislaciones más protectoras de los fumadores pasivos, y saben de buena tinta que la nueva ley también les beneficiará a ellos. No sólo respirarán mucho menos humo y fumarán únicamente sus propios cigarrillos; también dejarán de sentirse culpables o atacados cuando alguien tosa a su alrededor, se aleje o arrugue la nariz; de hecho demostrarán que no son los monstruos incívicos y ruidosos que algunas voces interesadas quieren hacernos (y hacerles) creer que son.

Quien está detrás de estas campañas mediáticas y del intenso lobby del que son víctimas nuestros políticos no es otra que la industria tabaquera. Con mayor o menor descaro, financia, orienta, organiza, manipula y utiliza a otras partes como pantalla y altavoz. Tanto aquí como en cualquier otro país que introduce medidas de control del tabaquismo (véase como referencia [este artículo](#) en el New York Times). Sencillamente, porque son ellos quienes se están jugando sus millonarios beneficios. Son ellos quienes quieren que el tabaco siga irremisiblemente asociado al ocio (sobre todo el nocturno) en el subconsciente colectivo. Porque ésta es la manera de que los adolescentes sigan pensando que fumar es atractivo y de que se enganchen cuanto antes (recordemos que las tabaqueras necesitan conseguir constantemente fumadores de reemplazo para suplir aquellos que fallecen o consiguen dejarlo). Y es también la forma de que fumar sea "invisible" para los fumadores. Cuando tengan que salir a la calle serán más consciente de cuánto fuman. Serán más conscientes de la sensación de ansiedad cuando bajan los niveles de nicotina, algunos se darán cuenta de que no fuman "porque quieren" o "porque les gusta" y decidirán librarse de esa esclavitud. A la larga, las tabacaleras pierden clientes actuales y futuros clientes.

Sólo las tabacaleras.

La próxima vez que vea Vd. una campaña bien financiada y estructurada en los medios, en las marquesinas de los autobuses, en el mostrador de los estancos, pregúntese a sí mismo... ¿a quién perjudicará la próxima ley? Y si la lógica no le basta, investigue, investigue...

Raquel Fernández Megina