

LA FIRMA | A través de organizaciones pantalla, las compañías tabaqueras desarrollan en España una estrategia de comunicación que pretende impedir o retrasar toda normativa que restrinja el consumo de tabaco
Por Rodrigo Córdoba García

Tabacaleras por la tolerancia

EN 1998, a raíz de los juicios del Estado de Minnesota contra las grandes compañías tabaqueras, se desclasificaron millones de páginas de documentos internos y confidenciales. Uno de ellos relata la creación del formidable 'lobby' que explica el retraso histórico en la legislación eficaz de prevención del tabaquismo en España. En 1989, la industria tabaquera realizó una encuesta en España y detectó que el 73% de la población aceptaba leyes que restringieran el consumo de tabaco en espacios públicos. Se acababa de publicar el R.D. 192/88 que limitaba el consumo en determinados lugares (escuelas, hospitales, etc.) y se estaba preparando un borrador de prohibición estricta de la publicidad y patrocinio de productos de tabaco.

Ante esta situación, la industria diseñó un extenso plan para aumentar la 'aceptabilidad social' del tabaco e impedir o retrasar las medidas previstas. La estrategia consistía en lograr alianzas con el sector del ocio/restauración, con los sindicatos, con determinados políticos, periodistas e intelectuales o personajes públicos con influencia en los estados de opinión. Evidentemente, la tabaquera se cuidó mucho, como dice el documento, de que en esta estrategia de comunicación apareciese su nombre. Los objetivos eran claros: crear un cuerpo de opinión para que las autoridades fueran cautelosas y temerosas con las restricciones del tabaco y crear un clima en que fumar estuviera firmemente anclado en la sociedad pese a sus efectos en la salud. Los mensajes hacían referencia a 'proteger la armonía social' (¡cuántos políticos la han invocado para no hacer cumplir las leyes vigentes!) y defender los derechos individuales de los fumado-

res a decidir por sí mismos (como si fumar no fuera una conducta adictiva fuera de control).

Ante la Ley de 2005, la industria tabaquera multinacional tocó a rebato y movilizó todos sus recursos. Un recurso estratégico fue Fumadores por la Tolerancia. Su misión principal: lograr salas para fumadores en las empresas. Se trataba de una demanda superficialmente atractiva, para la que no resulta difícil encontrar aliados de buena fe. Ante el anuncio del Ministerio de Sanidad de modificar la Ley en 2010, el objetivo de Fumadores por la Tolerancia, portavoz oficioso de la industria tabacalera en España, es mantener un debate ficticio sobre el derecho a fumar y la libertad de elección y confundir-distraer a la opinión pública del tabaquismo como grave problema de salud que causa más de 53.000 víctimas anuales por tabaquismo activo y 3.200 por tabaquismo pasivo.

El objetivo actual es conseguir que haya excepciones a la ley, como permitir locales privados de fumadores o zonas de fumadores en los locales públicos. Las encuestas 'cautivas' de Fumadores por la Tolerancia, como las difundidas en marzo de 2010 en varias comunidades autónomas, se atribuyen a Clau Consultores, empresa de publicidad y márketing que colabora ha-

«El objetivo de Fumadores por la Tolerancia, portavoz oficioso de la industria tabacalera en España, es mantener un debate ficticio sobre el derecho a fumar»

bitualmente en estudios de mercado con la multinacional tabaquera BAT. Hay dudas fundadas sobre su credibilidad técnica y sociológica, a tenor de sus resultados.

El club de fumadores no es una organización inscrita en el registro nacional de asociaciones de consumidores ni una asociación sin ánimo de lucro ni una asociación transparente que presente sus cuentas al Ministerio del Interior, como hacen la mayoría. Están registrados como una sociedad de apuestas en la sección de 'peñas y casinos', lo que permitiría mayor opacidad fiscal. El club nunca se ha pronunciado sobre los riesgos del humo ambiental de tabaco para los no fumadores ni sobre los productos químicos que se añaden a los cigarrillos en su proceso de fabricación ni sobre el poder adictivo de la nicotina. ¿Realmente le importan algo los fumadores a este club o más bien son otros intereses los que defiende? ¿Qué es este misterioso club sino una organización pantalla de la industria tabacalera? ¿Qué credibilidad puede tener quien oculta sus verdaderos intereses?

Incluso asumiendo que los fumadores tuvieran una representación colectiva, ¿puede confiarse en que antepondrían el interés general a su necesidad privada? Difícilmente; su razonamiento argumentativo es sospechoso. Esto no supone negar su capacidad para participar en el debate, faltaría más, sino comprender su singular punto de partida: defender un hábito que casi todos ellos querrían dejar porque en su interior reconocen que son esclavos del tabaco.

Rodrigo Córdoba García es portavoz del Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo