

## **Mezquindad sazonada con miopía y granos de hipocresía**

**Alfredo Acle Tomasini©**

Leer y oír debates sobre asuntos públicos nos hace experimentar distintas reacciones y asumir posiciones, a medida de que conocemos las razones que los participantes exponen a favor de su causa o en oposición al contrario. Pero hay ocasiones, como ocurre con la polémica sobre las restricciones a los fumadores, en que al percibir que se ignoran nuestros derechos y se burla de nuestra inteligencia, resulta conveniente dejar en claro que no aceptamos seguir siendo víctimas pasivas de los vicios e intereses de otros.

La polémica surge a partir de una reforma a medias de la Ley de Protección a la Salud de los No Fumadores, originada en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, que intentó aplicar un criterio salomónico a un asunto que debió resolver de manera binaria: se permite fumar o no, y punto. Sin embargo, ese órgano legislativo optó por un enfoque intermedio: encerrar a los fumadores, lo cual, dada la infinita variedad de características arquitectónicas de los miles de restaurantes de la ciudad de México, plantea un igual número de problemas a resolver para estar en posibilidad de ajustarse a la ley.

Desde esa perspectiva, la posición de la Canirac es comprensible. Pero las cosas serían más sencillas, y menos costosas, si la modificación hubiera prohibido fumar por completo en lugares públicos. Además de que el espíritu de esa ley es proteger el derecho a la salud de todos, y no sólo de los no fumadores. Ojalá que una eventual modificación a la Ley General de Salud resuelva este problema por medio de un mandato determinante, práctico y menos conciliador.

Muchos mexicanos dejamos una parte importante de nuestros ingresos en restaurantes, ya sean éstos de medio pelo, comida rápida o de lujo. Ahí se va una porción del ingreso quincenal, del cual se nutren las sendas ganancias de sus dueños, quienes, representados por la Canirac, han hecho declaraciones que pueden juzgarse de mezquinas, miopes e hipócritas, además de absurdas, si las confrontamos con los atributos que publicitan para atraer clientes.

Mezquindad, porque hablamos de un tema de salud pública que a todos nos cuesta, que acorta vidas humanas en un promedio superior a los diez años, que rompe familias prematuramente, que consume patrimonios familiares para cubrir los costos de largas agonías, que afecta el bienestar de sus propios empleados, quienes cobran el mínimo y se complementan con las propinas de los mismos que les ensucian los pulmones.

Miopes, porque ignoran que el 60 por ciento de sus consumidores potenciales no fuma, como lo estableció la Encuesta Nacional de Adicciones 2002, y porque pasan por alto que esta tendencia va en aumento. En cualquier otra industria sería inverosímil escuchar argumentos opuestos a la evolución de su mercado, o que favorezcan a una minoría de sus clientes a costa del bienestar de los demás.

Tan clara es la reducción de fumadores, que muchas cadenas hoteleras internacionales han eliminado los pisos para éstos, como también ha pasado con las líneas aéreas. En ambos casos, la gente sigue alojándose y volando, aunque esto sea por muchos días y

horas. ¿Por qué ese fumador mexicano, que allende la frontera acepta sin chistar las reglas sin que eso cambie sus hábitos de consumo, no puede hacer lo mismo cuando está en el país?

Hipócritas, porque como consumidores padecemos el desprecio a nuestros derechos y que se nos trate como clientes de segunda. No necesitamos llevar una regla para darnos cuenta de que el famoso 30 por ciento de espacio reservado a los no fumadores -que a la luz de la evidencia estadística es una estupidez- se lo pasan por el arco del triunfo, y que por lo regular se trata de espacios marginales e incómodos, nunca dentro del salón principal. O incluso, hay casos, donde no existe esta área, "no la manejamos" (?) diría la "hostess".

Es curioso observar la publicidad de chefs y restaurantes que nos habla de la limpieza con la que se elaboran los platillos, y de cómo evitan la contaminación cruzada al no utilizar los mismos utensilios para procesar ingredientes distintos. Se publicitan las cocinas abiertas y que el personal es equipado con gorros, redes de pelo e incluso tapabocas.

Pero cuando los manjares y vinos llegan a nuestra mesa, entonces se contaminan con el olor del cigarro del vecino, o con la peste que produce otro comensal que, en añoranza por el pecho materno, chupa un largo puro al tiempo que exhala el humo cual zorrillo que marca territorio. Publicidad que, como los argumentos de la Canirac, se lleva el mismo humo que nos trae el cáncer.