

Más humo

JOAQUÍN LEGUINA

El presidente del Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo, don Rodrigo Córdoba, ha publicado en este diario (6-12-2004) una tribuna polemizando con otra mía: *Tabaco y humo* (26-11-2004). Desgraciadamente, el artículo del señor Córdoba no ha hecho sino confirmar mis peores presagios. Critica lo que el prójimo no ha escrito y, de paso, lo descalifica por insolvente. A la vez, insinúa que el discrepante está a sueldo de otros, en este caso de las tabaquerías. Ya se sabe, cuando se está en *campaña* (refugio ideal para todos los fundamentalismos) aquel que se oponga a la marea, quien rompa la sagrada e impuesta *espiral del silencio*, no sólo será calificado de *políticamente incorrecto*, ha de ser lapidado. Pero vamos al grano.

El señor Córdoba me atribuye cosas que no he escrito. Por ejemplo, que el tabaco es inocuo. Digo y repito que el tabaco es malo, que perjudica la salud, que deteriora la calidad de vida, etcétera. Tampoco he dicho que el automóvil mate más gente que el tabaco, pero sí he dicho que las muertes por accidentes de tráfico son fácilmente contabilizables —cosa que no ocurre con el tabaco— y que, al ensañarse sobre personas muy jóvenes, los años de vida eliminados por el automóvil son más.

En mi artículo sólo abordé dos datos de los que se utilizan en la campaña antitabaco: los 55.000 muertos atribuidos a él y el coste económico que se le imputa (3.000 millones de euros anuales).

Respecto al primer asunto, he de insistir en que las únicas estadísticas que existen con una cobertura adecuada y total son las que sobre fallecidos, según la causa de muerte, suministra el INE y éstas no permiten saber cuántos de esos muertos son atribuibles al tabaco. Lo demás son estimaciones, cuya discusión exigiría papel, pluma y pizarra y no pocas fórmulas matemáticas para comprobar si es correcto extrapolar datos clínicos al total de la población. A este respecto, el señor Córdoba habrá de admitir, al menos, que su involuntario contradictor algo ha de saber acerca de qué es y cómo se elabora una *tabla de mortalidad*. Conviene saber, por ejemplo, que la construcción de una tabla de mortalidad según las causas de muerte no es metodológicamente tan simple como pudiera parecer, entre otras razones porque nadie está en condiciones de asegurar que una persona cuya muerte prematura se le atribuye al tabaco no moriría más tarde, en ausencia del tabaco, de esa misma enfermedad. Y aquí no valen argumentos de autoridad ("Estamos hablando del profesor Doll..."), sino del rigor de los datos y de su manejo. Conviene recordar a este respecto un elemental principio de la lógica: es a quien afirma (los 55.000 fallecidos prematuros) al que le toca demostrar y no a quien niega.

Por cierto, que el epidemiólogo doctor Richard Doll, cuando en Gales, durante los años sesenta y setenta, comenzó a crecer la incidencia de ciertos cánceres a causa del estroncio 90, proveniente de las explosiones nucleares al aire libre, fue quien dijo *not problem*, porque, según sostuvo entonces, las radiaciones detectadas eran muy bajas. Luego se demostró que las radiaciones serían "bajas", pero también eran letales.

Pero lo más dudoso (y peligroso) de la *campaña* en curso reside en la supuesta contabilización económica del gasto que el tabaco arroja sobre la espalda del Estado, es decir, sobre el bolsillo de todos los españoles. Es

peligroso porque ya se oyen voces que apuntan una solución: no atender en la Sanidad pública a los fumadores y eso, en cualquier caso, es pasarse de la raya y resulta dudoso (por no decir mentiroso), porque, vamos a ver, si el tabaco produce gastos al Estado, también le suministra ingresos. Para empezar, los fiscales, que no son pocos. Además, si nos atenemos a los mismos datos de la *campaña*, los 55.000 muertos prematuros, habrá de reconocerse que esas muertes son malas... pero no para las arcas del Estado que se ahorraría, de ser ciertos los muertos, una millonada en gastos sanitarios, los que se hubieran producido desde la muerte *real* del fumador hasta la muerte teórica del mismo, que, según la campaña, son 10 años, amén de las pensiones que dejaría de percibir el muerto.

"Campaña" es un término bélico y, como es bien sabido, lo primero que niega la guerra es la palabra, por eso las *campañas*, cualesquiera que sean sus fines —que en este caso, obvio resulta decirlo, son buenos—, no admiten discusiones ni matices. A quien se oponga o dude, se le arrolla y se acaba la historia, pero en este caso y a riesgo de ser quemado en plaza pública, insistiré en la crítica. Señalar y perseguir al eslabón final, por ejemplo, los consumidores de tabaco o los usuarios del automóvil, es más injusto y menos eficaz que poner el dedo de la ley sobre el primer eslabón de la cadena, es decir, sobre los fabricantes. Si los coches se fabrican para correr a 200 por hora, eso no es culpa de los conductores, y si al cigarrillo le meten aditivos, adictivos y venenos de toda laya, no es cosa de la que se pueda culpar a los fumadores, sino a las tabaqueras. Ahí está la llaga y hacia ahí debiera ir el dedo. Si el tabaco es tan letal. ¿,por qué se permiten su fabricación y su venta?

Sé muy bien, por haberlo comprobado en mis carnes, que el intentar oponerse con matices a la riada de cualquier *campaña* se corren riesgos personales. Así, si la *campaña* es feminista, uno será llamado, inexorablemente, machista, pero en este caso del tabaco el señor Córdoba ha ido más lejos. Aparte de tacharme de ingenuo e insolvente, me unce al carro del presidente Bush, quien "ha tenido y continúa teniendo en las grandes multinacionales del tabaco sus más importantes patrocinadores electorales". Un argumento, como se ve, definitivo, y de ahí al corolario mayestático: "Lamentamos que el señor Leguina haya cambiado de bando, de su pasado compromiso ético y moral con la sociedad... a creador de confusión". Por suerte, ningún compromiso moral obliga a comulgar con ruedas de molino, al menos que yo sepa.

Para concluir, sólo diré que me aterra el hecho de que en la sociedad española los debates, los argumentos, los matices... se vean cada vez más preteridos por las *campañas* mediático-publicitarias (ésta del tabaco es un grano de arena en la gran playa), en verdad, apabullantes, en la sociedad y en la política, donde las actitudes dicotómicas ("contigo o contra mí") se pretenden imponer a martillazos, excomulgando al disidente o al, simplemente, blando.

Joaquín Leguina es demógrafo experto por el Instituto de Demografía de la Universidad de París.

El País, 14 de diciembre de 2004