

¿Le saco la sal?



“Se parte del supuesto de que vida sana es incompatible con lo que da alegría y sabor”.

Primero, una prevención. Fumo, aunque no mucho, me gusta el chocolate y el vino; los mejores recuerdos de mi infancia tienen el sabor de berlinas rellenas con dulce de membrillo vendidos en el recreo del colegio. Dicho eso, resulta particularmente difícil comentar el proyecto de ley de ambientes libres de humo de tabaco, al que se suma el de rotulación de bebidas alcohólicas y la «Ley del Súper 8» ya aprobada, en que en nombre de la salud se afectan también derechos y libertades individuales.

En general, las iniciativas se fundan en razones atendibles, como promoción de hábitos saludables, entrega de información a los consumidores y necesidad de dirigir la publicidad de ciertos productos a los adultos. Junto con ello, profundizar en la solución de fondo, que no es otra que educar. Sin embargo, las buenas intenciones vienen con restricciones cuestionables, como regulaciones que tienden a emitir juicios

SILVIA BAEZA

Libertad y Desarrollo

más que a informar sobre el contenido de los productos o advertir de los riesgos del consumo excesivo. Un tema aparte es la comida no envasada, que difícilmente cumplirá los estándares de exigencia que se imponen, lo que puede afectar gravemente a las pymes.

Sobre el tabaco, se prohíbe el *placement* o inserción de un producto en la narrativa de un programa. Cabe preguntarse si ello permitiría censurar películas que contengan imágenes de fumadores o cigarrillos, lo que es un exceso, con indicios de inconstitucionalidad. Aunque en el texto actual se aplicaría sólo al *placement* financiado por las tabacaleras, se genera un problema de prueba y fiscalización de la norma a las producciones extranjeras.

La prohibición de fumar en colegios u hospi-

tales es adecuada, pero en otros sitios debe regir la lógica de las zonas diferenciadas, en consideración no sólo a las inversiones efectuadas por los empresarios gastronómicos, sino a la libre elección de los adultos de acudir o no a esos locales.

Respecto del alcohol, se prohíbe la publicidad directa o indirecta en actividades deportivas y *merchandising*, que no permite incluir advertencias o disociar la marca del producto. Se prohíbe también la publicidad en actividades destinadas a menores, planteando la pregunta de si, por ejemplo, una viña auspicia un espectáculo cultural, los menores podrán o no asistir.

Así, este tipo de regulaciones parten del supuesto de que la vida sana es un imperativo del todo incompatible con aquello que, en torno a la mesa, da alegría y sabor a la vida de las personas. Al menos habemos algunos que pedimos al Estado dejarnos la sal...

