Etiquetas de advertencia llegan a las bebidas alcohólicas en Chile: ¿Un paso hacia un consumo más saludable?

Se busca regular la comercialización y publicidad de estas bebidas para mitigar efectos como enfermedades hepáticas, accidentes de tránsito y mortalidad relacionada con su consumo.

A partir de este domingo, los fabricantes de bebidas alcohólicas en Chile están obligados a incluir etiquetas de advertencia en los envases, destacando el consumo nocivo del alcohol. Estas etiquetas también deben especificar la cantidad de calorías por cada 100 ml, una medida que ya ha comenzado a ser visible en algunas botellas y cajas. El tamaño y color de estos mensajes están regulados y advierten sobre los peligros del consumo de alcohol para mujeres embarazadas, menores de 18 años y al conducir un vehículo, entre otros. Esta normativa es parte de la Ley 21.363, promulgada en 2021, que establece normas específicas sobre la comercialización y publicidad de bebidas alcohólicas en el país, con el fin de regular su venta y producción, así como imponer ciertas restricciones en su publicidad.

Expertos en el tema consideran que la introducción de estas etiquetas es un paso importante para reducir el consumo de alcohol en la población, complementando otras medidas ya existentes, como la venta solo a mayores de edad, y futuras restricciones en la publicidad. Según estimaciones, entre el 10% y el 13% del total de muertes que ocurren cada año en Chile están relacionadas directa o indirectamente con el

consumo de alcohol. “Junto al tabaco, el alcohol está entre las principales causas evitables de mortalidad y enfermedad”, afirman los especialistas.

Para la nutricionista y docente adjunta de la carrera de Nutrición y Dietética de la Universidad de O’Higgins (UOH), Camila Gutiérrez, la normativa busca ir más allá de la simple información. “Al incluir etiquetas de advertencia en los envases de bebidas alcohólicas, el objetivo es concienciar a la población sobre los riesgos asociados al consumo de alcohol. Considerando que se busca reducir las consecuencias sanitarias como enfermedades hepáticas y muertes relacionadas con el consumo crónico y excesivo de alcohol; económicas pensando en los costos asociados a las enfermedades y consecuencias sociales como violencia y accidentes de tránsito. Al destacar estos riesgos y proporcionar información sobre el contenido calórico, la normativa busca influir en las decisiones de los consumidores, promoviendo un consumo más responsable”, asegura.

Cada día, 36 chilenos mueren por causas relacionadas con el alcohol, abarcando desde homicidios, accidentes de tránsito, suicidios hasta enfermedades en las que el alcohol es un factor de riesgo significativo, como la cirrosis y algunos tipos de cáncer. Estudios indican que el 50% de las muertes entre hombres de 15 a 29 años están relacionadas con el consumo de alcohol.

“Las etiquetas de advertencia en las bebidas alcohólicas pueden ayudar a los consumidores a tomar decisiones más saludables de varias maneras, entre las cuales se encuentra disuadir el consumo de alcohol en situaciones de alto riesgo (embarazadas, menores de edad y conductores), proporcionar información que permite ser consciente sobre el impacto del alcohol en el contenido calórico de la dieta y salud en general. Además, las etiquetas de advertencia actúan como recordatorios constantes de los riesgos asociados al consumo excesivo de alcohol, lo que esperamos lleve a una

autorregulación efectiva”, añadió la profesional.

Según cifras de 2022 del Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (Senda), dos de cada cinco chilenos habían consumido alcohol en el último mes (39,2%), una disminución respecto al 44,3% en 2020. De estos consumidores, el 50,7% se embriagó en al menos una ocasión. Además, la estadística revela que por cada 10 mujeres que consumen alcohol, hay 12 hombres que lo hacen. Un tema preocupante para Natalia Riffo, directora de Senda, es que, en el último Estudio de Drogas en Población Escolar, las adolescentes mostraron una mayor tasa de consumo de alcohol (26,8%) que sus pares hombres (21,4%), revirtiendo una tendencia histórica.

Pero, ¿qué impacto tendrán estas etiquetas en la reducción del consumo nocivo de alcohol en la población? Camila Gutiérrez es tajante: “dependerá de varios factores, pero hay razones para ser optimistas, como el incremento en la conciencia sobre los riesgos del consumo de alcohol, sobre todo en los grupos de riesgo. Por ejemplo, entre los adolescentes existe la tendencia de preocuparse sobre su físico, ir al gimnasio y están tomando en cuenta la información que traen los alimentos, por lo que creo que también van a considerar la información de las etiquetas de advertencia en las bebidas alcohólicas”.

Educación nutricional

Educar y sensibilizar al consumidor para moderar el consumo de alcohol es clave para potenciar un estilo de vida saludable. Un consumo de alcohol excesivo puede causar o exacerbar enfermedades como las enfermedades cardiovasculares (hipertensión arterial, dislipemia, arritmias) y las enfermedades hepáticas (hepatitis, esteatosis, cirrosis) e incluso estar relacionado con algunos tipos de cáncer.

La educación nutricional y de salud pública juega un papel

crucial en complementar las etiquetas de advertencia para promover un consumo más responsable de alcohol, reforzando el mensaje, proporcionando información adicional sobre los riesgos y cómo reducir el consumo, sobretodo orientando respecto de las implicancias nutricionales del consumo excesivo de alcohol, como la acumulación de grasa visceral, daño hepático, entre otros.

Para Camila Gutiérrez, la educación en esta materia puede ofrecer estrategias prácticas para reducir el consumo de alcohol de manera progresiva, como alternativa de bebidas no alcohólicas, técnicas para decir “no” en situaciones sociales y cómo buscar ayuda si es necesario. Además, las campañas de salud pública pueden proporcionar apoyo comunitario y recursos tanto sociales como económicos para aquellos que desean apoyo en rehabilitación o los que desean reducir su consumo de alcohol, creando un entorno propicio para cambios positivos en el comportamiento”.