



Dejen al vino crecer



Pamela Villagra

Periodista gastronómica y consultora en turismo gastronómico
 Cambiando paradigmas desde Gastromujeres
 Viajamos en Ruta de Los Abastos
 Miembro de Mujeres en Turismo

Mientras la gastronomía crece como una industria turística importante en el país, el vino, su aliado estratégico, sufre la aplicación de normativas que siguen ahuyentándolo de las mesas nacionales.

El siete de julio entró en vigencia la Ley de Etiquetado de Alcoholes, que expande la exigencia de sellos en los licores con una graduación alcohólica igual o mayor a 5,0° que se comercializan en Chile. Una normativa que obliga a mostrar, impresa o adherida, una etiqueta de color blanco y negro con tres advertencias, enfocadas en automovilistas, mujeres embarazadas y menores de edad, y la leyenda: "El consumo nocivo de alcohol daña tu salud". La etiqueta no podrá abarcar menos del 15% de la superficie de la cara o etiqueta posterior del respectivo envase, caja o embalaje; y, con todo, no podrá tener una dimensión inferior a 6,2 centímetros de ancho y 3,5 centímetros de alto, y deberá estar siempre a la vista en todos los puntos de venta. La medida, aseguran las autoridades sanitarias, busca advertir sobre los efectos provocados por el consumo de bebidas alcohólicas en la salud de las personas.

Es una advertencia sensata, no podemos negarlo, sobre todo en un país al que siempre se le achacan estudios y cifras complejas respecto a los problemas de consumo de alcohol que padece su población. Una expansión legislativa que viene a engrosar las

normas sobre etiquetado nutricional y pone el acento en favorecer una alimentación saludable, sean estos alimentos sólidos o líquidos.

Ahora bien, considerar al vino un alcohol y no tratarlo como alimento, es quizá el mayor objeto de problema, porque disocia su elaboración del aspecto cultural que representa. El semáforo nutricional, en este caso, genera distorsión. Al vino se le asigna un rojo absoluto, una señal de alerta, una causal de riesgo que lleva asociado que un consumidor piense que beber vino es malísimo, cuando es todo lo contrario. Y está bastante demostrado.

Dicho en cristiano. Con la nueva ley de etiquetado seguimos desincentivando el consumo interno, que ya está bastante disminuido y sumamos un nuevo dolor de cabeza a la que, se supone, es nuestra bebida emblema, el embajador chileno en el mundo, uno de nuestros principales constructores de marca país.

El bajo consumo de vino en Chile puede parecer sorprendente dado que el país es conocido por su rica tradición vinícola y por ser el cuarto exportador de vino a nivel mundial, sin embargo, año a año la

cifra disminuye, situándose en unos 14 litros per cápita por año, lo que es significativamente menor comparado con países europeos como Francia o Italia, donde el consumo puede superar los 40 litros anuales o con Argentina, cuyo consumo se sitúa en los 25.

Mientras el esfuerzo esté puesto en crear normas que demonizan al vino como bebida perniciosa, en mantener o aumentar los impuestos específicos y no en diseñar una estrategia integral de cultura y educación frente al vino, que robustezca la forma en que se valora el vino en la sociedad chilena para que sea una bebida integrada a la vida diaria y a la gastronomía del país, seguro que no aumentaremos el consumo ni tampoco lo haremos más responsable.

Mientras escribo esta columna pienso en tantos productores de vino, grandes, medianos y pequeños, que dieron la batalla contra esta nueva medida, pero no fueron escuchados. Pienso en ellos porque estos años les ha tocado más duro que a otros. El vino tiene una importancia significativa en la economía y el patrimonio de Chile, abracémoslo con cariño, y aunque tenga etiqueta, démosle el lugar que merece en nuestras mesas.