



Este domingo entra en vigencia la normativa que estipula llamativas advertencias sanitarias

Contar las calorías de la pisco será más fácil con la ley de nuevo etiquetado de alcoholes

ARIEL LARA

Cuando este domingo compre su merlot preferido, para el almuerzo, se dará cuenta de que la botella de siempre traerá unos sellos de advertencia y otras indicaciones novedosas. Desde este 7 de julio será obligatorio por ley que las botellas y envases de bebidas alcohólicas cuenten con unos sellos de advertencia sobre los riesgos que representa el consumo de este tipo de brebajes, especialmente, para mujeres embarazadas, personas menores de 18 años y conductores.

El sistema es similar estéticamente a los sellos de advertencia de los alimentos. En las bebidas espirituosas la leyenda en las botellas, latas, cajas y otros envases dirá: "Advertencia, el consumo nocivo de alcohol daña tu salud", seguido de tres sellos, impresos en color negro o blanco: "No beber al conducir"; "Riesgo para tu bebé"; "No beber menores de 18 años".

Calorías cada 100 ml

Esta ley de nuevo etiquetado contempla también la obligación para fabricantes, productores, distribuidores e importadores de "indicar en el envase, rótulo o etiqueta de toda bebida con graduación alcohólica igual o mayor a 0,5°, el valor energético o energía expresado en calorías. El valor energético deberá expresarse

se por cada 100 mililitros del producto". En base a eso podrá hacer el cálculo fácilmente por cada centímetro cúbico de trago que se sirva. Para resultados confiables se recomienda sumar y restar antes del primer sorbo de la velada.

Otros aspectos de la norma incluyen: prohibición de emitir publicidad dirigida a menores de edad, la prohibición de emitir publicidad de bebidas alcohólicas entre 06:00 y las 22:00 horas en televisión, y en radio entre las 16:00 a 18:00 horas. Y la obligación de incorporar las advertencias sanitarias descritas en los sellos, en toda publicidad difundida a través de medios de comunicación escrita, carteles o avisos publicitarios de todo tipo, sean ellos físicos o virtuales, publicidad audiovisual y avisos radiales.

La subsecretaria de Salud Pública, Andrea Albagli, comenta: "Una de las principales modificaciones que introduce esta ley son las advertencias sanitarias visibles en los envases de las bebidas con una graduación alcohólica igual o superior a 0,5 grados. Además, se incorpora una rotulación del valor energético en bebidas alcohólicas con

una graduación igual o superior a 0,5 grados. Por último, se suman advertencias sanitarias en la publicidad, sobre todas las acciones gráficas o publicitarias difundidas a través de medios escritos, carteles o avisos publicitarios, ya sean físicos o virtuales, incluidos los dispuestos en puntos de venta".

Desde el punto de vista de la salud pública, ¿cuál es el objetivo?

"Esta ley viene a hacerse cargo de las consecuencias sanitarias, sociales y económicas del consumo de alcohol, especialmente, el consumo nocivo. El alcohol es el principal factor de riesgo que causa muerte o discapacidad en el país, responsable del 12,4% de los años de vida saludables perdidos, el doble de los causados por obesidad o presión arterial. Estas políticas afectan especialmente al consumo de alcohol en la infancia y adolescencia, retardando la edad de inicio y protegiendo a niñas, niños y adolescentes, favoreciendo su desarrollo futuro en la edad adulta".

Especialistas opinan

Cristóbal Ruiz-Tagle Osses, director de la Escuela de Salud Pública de la U.

"Esta ley viene a hacerse cargo de las consecuencias sanitarias, sociales y económicas del consumo de alcohol", comenta la subsecretaria de Salud Pública, Andrea Albagli.

Mayor, opina: "Las leyes de etiquetado sobre productos de consumo masivo y que generan daño en la población tienen como objetivo aumentar la percepción del riesgo sobre su consumo y las secuelas que generan. Alrededor del 5% de la carga de morbilidad del mundo se relaciona con el consumo de alcohol (patologías y problemas asociados). Por lo tanto, creo que es una buena medida para buscar reducir el consumo o que se haga de manera responsable".

Álvaro Castillo, doctor en Salud Pública de la U. San Sebastián, agrega: "Entregar información por sí sola es difícil que tenga impacto, pero sumado a un conjunto de otras acciones que, por ejemplo, dificulten el acceso en puntos de venta de alcohol, que aumenten los precios, o que se restrinja la publicidad, todas ellas en conjunto pueden ayudar a disminuir las prevalencias de consumo".

El médico y senador Juan Luis Castro (PS) de la comisión de Salud, remata: "Las medidas de advertencia sobre el consumo de alcohol son razonables en cuanto a colocar una señal de precaución, tanto para conducir, los riesgos para el niño que está por nacer en el caso de una mujer embarazada, y el consumo en niños y adolescentes, que todas las estadísticas demuestran que ha ido al alza, por lo tanto, esto va a ayudar, no es la solución, no, pero ayuda mucho porque es una advertencia persistente".