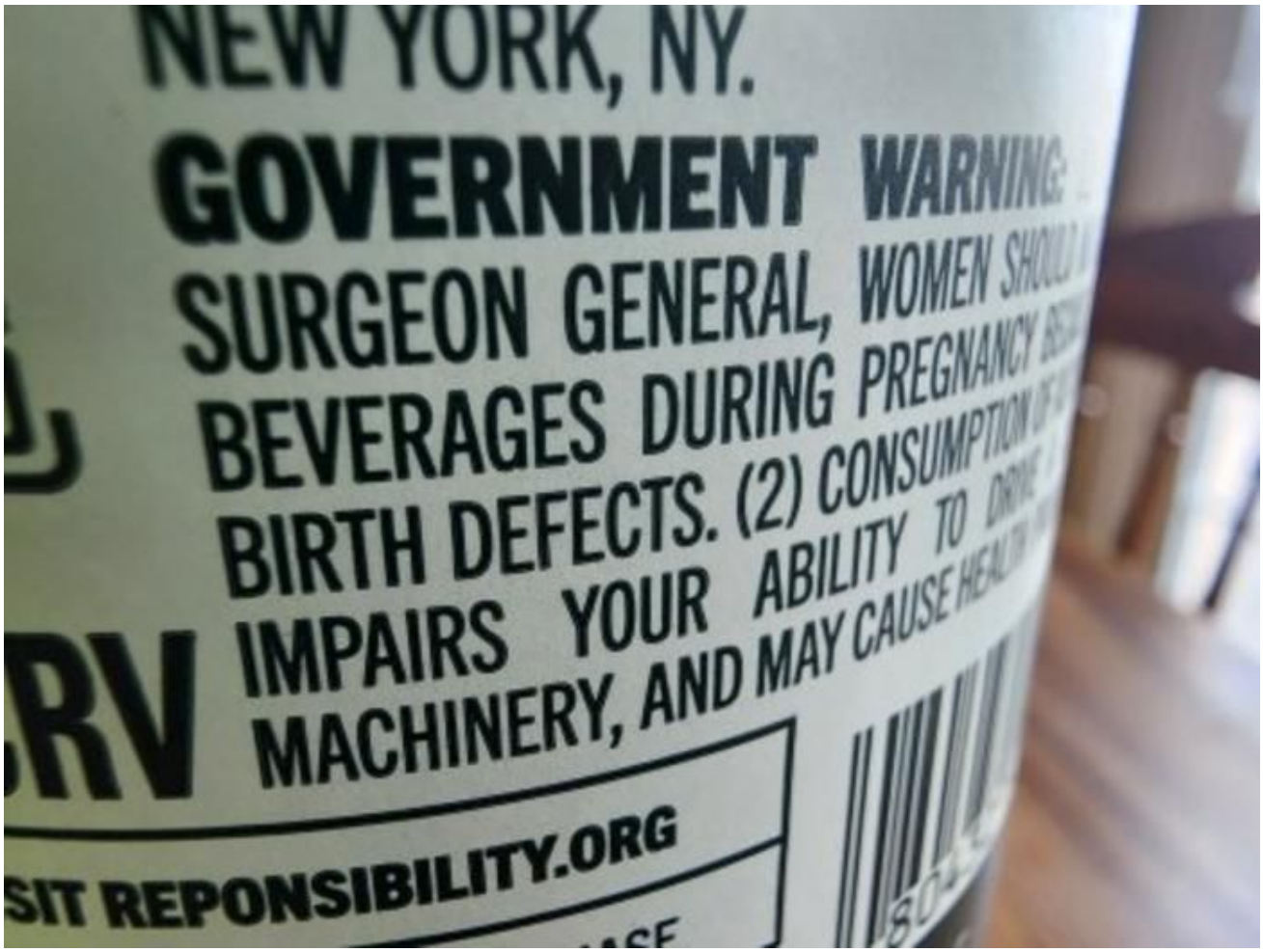
vinetur

Las nuevas etiquetas sobre alcohol ganan fuerza frente a la advertencia actual

Los mensajes que mencionan cáncer y enfermedad hepática resultan más eficaces para reducir el consumo, según un estudio en Estados Unidos

miércoles 6 de mayo de 2026



Un estudio publicado en el Journal of Studies on Alcohol and Drugs señala que nuevas etiquetas de advertencia en bebidas alcohólicas, con mensajes más concretos sobre cáncer y enfermedad hepática, pueden llevar a algunas personas a reducir su consumo.

La investigación se hizo en Estados Unidos con 1.036 adultos en edad legal para beber, todos ellos consumidores al menos una vez por semana. Los participantes vieron diez mensajes distintos: uno de control, ocho etiquetas nuevas y la advertencia que se usa ahora en ese país desde 1988. Después valoraron cada mensaje según su capacidad para animar a beber menos, recordar los daños del alcohol e informar de algo nuevo.

Según el equipo investigador, todas las etiquetas nuevas funcionaron mejor que la advertencia actual. Las que mencionaban el riesgo de cáncer fueron las que obtuvieron mejores resultados. También se probaron distintos diseños visuales y los triángulos y octógonos fueron percibidos como más eficaces que otros símbolos, como una lupa.

La advertencia obligatoria en Estados Unidos apenas ha cambiado desde su aprobación hace casi cuatro décadas. Ese texto avisa sobre el consumo durante el embarazo y al conducir o manejar maquinaria, y añade de forma general que el alcohol “puede causar problemas de salud”. Los autores del trabajo sostienen que ese mensaje suele pasar desapercibido y no se recuerda con facilidad.

Anna H. Grummon, profesora adjunta en la Facultad de Medicina de la Universidad de Stanford y autora principal del estudio, explicó que el objetivo era comprobar si nuevas advertencias podían informar mejor sobre los daños del alcohol y animar a pensar en reducir la ingesta. El trabajo se realizó junto con Marissa G. Hall, profesora asociada en la Universidad de Carolina del Norte.

Los investigadores subrayan que el debate sobre estas etiquetas está abierto en varios países. Irlanda prevé exigir avisos sobre cáncer en envases de alcohol en los próximos años, mientras que Alaska ya obliga a mostrar esa advertencia en bares, restaurantes y tiendas donde se vende alcohol.

El estudio forma parte de una línea de trabajo más amplia. El equipo prepara ahora un ensayo aleatorizado para comprobar si estas advertencias logran que la gente beba menos con el paso del tiempo y si también mejoran el conocimiento sobre los daños asociados al alcohol.

Grummon señaló además que la experiencia acumulada en control del tabaco muestra que unas advertencias bien diseñadas pueden informar al consumidor y favorecer decisiones más saludables. Añadió que, ante el aumento de las muertes relacionadas con el alcohol, los responsables públicos deberían valorar si actualizar las etiquetas puede formar parte de una estrategia más amplia para reducir esos daños.