vinetur

Las etiquetas sanitarias del alcohol pueden hacer beber menos a parte de los consumidores

Una revisión de 30 estudios pide avisos claros y estandarizados en botellas y latas para reducir el daño asociado al consumo

viernes 15 de mayo de 2026



Las etiquetas sanitarias en las bebidas alcohólicas pueden ayudar a que parte de los consumidores beba menos, según una revisión científica publicada por la Universidad de Stirling (Escocia) y recogida por la revista especializada Nutrition Insight. El trabajo analiza 30 estudios realizados en distintos países y concluye que los avisos sobre riesgos para la salud aumentan el conocimiento sobre esos daños y pueden cambiar la intención de consumo.

La investigación revisa pruebas sobre etiquetas que advierten de problemas como el cáncer y otras enfermedades graves asociadas al alcohol. Según los autores, estos mensajes funcionan mejor cuando son claros, visibles y concretos. En cambio, las advertencias genéricas tienen menos efecto sobre la percepción del riesgo.

El estudio señala que el nivel de conocimiento sobre los daños del alcohol sigue siendo bajo entre muchos consumidores. Por eso, los investigadores consideran que hace falta reforzar el etiquetado para informar mejor al público. La autora principal, Catherine Beard, explica que esa falta de información justifica nuevas medidas en las botellas y latas.

Entre las conclusiones del trabajo figura que las etiquetas con mensajes específicos pueden mover a algunas personas a plantearse beber menos. El efecto no es igual en todos los grupos ni depende solo del mensaje, sino también del diseño de la etiqueta y del tipo de población al que va dirigida.

Los autores proponen que los gobiernos estudien etiquetas estandarizadas en las bebidas alcohólicas, de forma parecida a las advertencias sanitarias del tabaco. La idea forma parte de un paquete más amplio de políticas para reducir el daño asociado al alcohol.

La revisión llega en un momento en que varias administraciones y organismos de salud buscan nuevas fórmulas para limitar los efectos del consumo de alcohol. Los investigadores subrayan que el etiquetado puede ser una herramienta sencilla de aplicar y con capacidad para llegar a un gran número de consumidores, también en categorías como la cerveza.