

Especialistas advierten sobre el riesgo de la sidra sin alcohol para niños

31/12/2022



Una especialista en derechos de las infancias y otra en toxicología, advirtieron que la decisión de cadenas de supermercados y comercios minoristas de presentar a aguas saborizadas como «sidra sin alcohol» y, en algunos casos, disponer sus envases junto a bebidas alcohólicas de alta graduación ocurre en un contexto sanitario en el cual la ingesta de alcohol se inicia a edades cada vez más tempranas.

«El (abordaje del) consumo problemático (de alcohol) es una responsabilidad de todos, no solo a través de políticas públicas orientadas a la prevención y la atención, sino generando mayor sensibilización en la población, sobre todo en la que cuida a niños. Por tal motivo, todo aquello que de alguna manera promueva directa o indirectamente el consumo de alcohol no está bien», reflexionó en diálogo con Télam Marisa Graham, defensora de los Derechos de Niños, Niñas y

Adolescentes de la Nación.

Una primera advertencia fue dada el miércoles pasado por parte del **Foro de Sociedades Científicas Argentinas de Organizaciones de la Sociedad Civil y de Universidades**, el cual señaló que las «sidras sin alcohol» presentadas bajo etiquetas de dibujos animados de «tanques» cinematográficos como Minions, Frozen, Toy Story, Cars, Mickey y hasta Papa Noel constituye una «publicidad engañosa» por venderse en las góndolas junto a las bebidas alcohólicas.

«Dado que el consumo de alcohol durante la niñez y la adolescencia puede perturbar el curso del desarrollo de ciertas regiones cerebrales, debido a la mayor vulnerabilidad del cerebro en estas etapas, no se debe promocionar y promover su consumo en esos grupos etarios», señaló en esa oportunidad el Foro.

La descripción «sidra sin alcohol» no se encuentra impresa en el envase de las bebidas, sino que fue incorporada por grandes y pequeños comercializadores en el etiquetado de góndola, en sus catálogos impresos de productos y ofertas y en sitios web. Esos mismos productos aparecen así descriptos en plataformas de comercialización como MercadoLibre. Graham sostuvo que «es bastante difícil saber si hay o no publicidad engañosa en este caso, porque por lo que pudimos ver del packaging de la botella no se incluye la palabra 'sidra'. El problema es que los supermercados o las páginas que venden por Internet este producto le agregan 'sidra sin alcohol' y lo ponen en las góndolas junto con las bebidas alcohólicas».



La defensora remarcó que la palabra «sidra» se asocia con «alcohol», aunque no lo tenga, sumado al uso de dibujos animados «genera controversia», ya que, no puede haber propagandas que puedan incitar a los chicos a consumir alcohol.

En ese sentido, el artículo 6 de la Ley Nacional de Lucha contra el Alcoholismo N° 24.788 indica: «Queda prohibida toda publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas, que sea dirigida a menores de 18 años».

«Todo metamensaje que induzca al consumo de alcohol en niños o adolescentes es un serio problema y debe estar controlado por las autoridades, no solo de la fabricación sino presentación de los packing. El mensaje que se da es 'consumí sidra tranquilo que no genera problemas', y la población tiene que entender que el consumo de alcohol es un problema de salud», expresó Omar Tabacco, Presidente Sociedad Argentina de Pediatría (SAP).

Según el último informe de la Secretaría de Políticas Integrales sobre Drogas de la Nación Argentina (Sedronar), que data de 2017 y fue realizado por la Dirección Nacional del

Observatorio Argentino de Drogas, más de la mitad (54,4%) de las personas pertenecientes al grupo etario de 12 a 17 años consumió bebidas con alcohol en el último año.

«El grave problema que tenemos en las infancias es que el consumo de alcohol es cada vez más a temprana edad, presentándose consumos problemáticos a partir de los 12 años», expresó Graham.

En tanto, remarcó la importancia que tendrá la aplicación de la Ley de Etiquetado Frontal N° 27.642 para que «las familias sepan qué están comprando y qué van a consumir sus hijos e hijas», y para que se informen de modo adecuado los componentes que tiene el producto y ver «cuán saludable es esta o cualquier bebida».

Fuente: La Mañana de Neuquén