

Los peligros de los "hard seltzer", los "refrescos alcohólicos" de moda en Estados Unidos y que ya llegaron a América Latina

convencional, composición, nutricionistas, imagería, refresco, vulnerables, connotaciones, saborizadas, eufemismo, sabores, enmascarar, redes sociales, gremio

Son una bebida cuya principal _____ es agua carbonatada saborizada y alcohol. Sus fabricantes los venden como una especie de refrescos de baja graduación alcohólica -entre 3 y 5 grados- y baja proporción de calorías. En Estados Unidos están de moda. Solo entre la primavera y el otoño de 2019, estas bebidas atrajeron a más de 7,5 millones de nuevos consumidores y generaron US\$1.500 millones en ventas ese mismo año, según la consultora de datos Nielsen CGA, con sede en Estados Unidos.

Muchos fabricantes se han metido de lleno en este negocio en pleno crecimiento. Y Coca-Cola, una de las marcas de bebidas más poderosas del mundo, ya anunció su intención de incursionar en este mercado próximamente. El grupo Heineken México, por otra parte, también se estrenará en esta categoría en el país latinoamericano, vendiendo estas bebidas _____ "con 4,5% de alcohol y 99 calorías".

Sin embargo, _____ consultados por BBC Mundo piden poner el pie en el freno y no dejarse llevar tan fácilmente por esta nueva moda y campaña de marketing que tanto atrae a "jóvenes y personas que quieren disfrutar de bebidas alcohólicas sin añadir tantas calorías a su dieta".

A fin de cuentas, dicen, "se trata de una bebida alcohólica como cualquier otra", con todos los daños para la salud que eso conlleva.

BBC Mundo solicitó entrevistas con varios fabricantes de hard seltzers para hablar sobre este tema, incluyendo a Heineken México, Grupo Modelo y White Claw, pero no obtuvo respuesta.

"El 'mejor peor' marketing del mundo"

La _____ con la que se anuncian este tipo de bebidas se reproduce con frecuencia: playas, fiestas, sol, frescura. Mensajes que aparecen continuamente en redes sociales como YouTube o Instagram. Se venden en formatos parecidos a cerveza y refrescos, enlatados o embotellados.

Pero sus fabricantes insisten en la naturalidad de sus _____ (habitualmente fruta), su efecto refrescante, número reducido de calorías y la posibilidad de compaginarlo con una dieta sin gluten o keto.

"Se trata del 'mejor peor' marketing del mundo: vestir al lobo con piel de cordero", advierte a BBC Mundo Juan Revenga, nutricionista y profesor de la Universidad San Jorge en Zaragoza, España.

Según el especialista, la forma en que se intentan vender los hard seltzer es algo común en la industria alimentaria. Sobre todo cuando intentan buscar "_____ positivas a un producto que es malo para la salud". Porque este producto, dice Revenga, pertenece "sin dudas a la categoría de bebida alcohólica". "Que le llamemos hard seltzer es puro marketing, un esfuerzo publicitario por colarnos un producto que, además, tampoco es que sea novedoso. La novedad es solo el nombre", agrega el especialista.

La terminología seltzer, al menos en Estados Unidos, es usada con frecuencia para nombrar al agua con gas. Al agregarle "hard" delante y mantener seltzer, funciona como una especie de _____ "para evitar llamarle como lo que es: alcohol", coincide Julio Basulto, del Colegio de Dietistas y Nutricionistas de Cataluña, España.

¿Menos calorías y más nutrientes?

Los hard seltzer presumen de ser bajos en calorías, alrededor de unas 100 por cada 355 mililitros aproximadamente. Por comparar, la misma cantidad de cerveza ronda las 150 calorías y una lata de _____ estándar alrededor de 140.

"Ser un producto bajo o no en calorías depende, sobre todo, de la comparación con otro producto. Sí, los hard seltzer pueden tener menos calorías que un refresco _____ u otra bebida alcohólica, pero eso tampoco significa que la calidad de estas calorías sea buena", explica a BBC Mundo Basulto, quien recientemente escribió el libro *Beber sin sed*, sobre los entresijos de la industria de bebidas.

"Otra forma de _____ estos productos es anunciando que se les añadió potasio, magnesio u otros nutrientes. Algo bastante molesto, porque son componentes que pueden encontrarse sin recurrir a estas bebidas. Dicen que te dan salud, pero te cobran mucha más salud de la que te venden", agrega Revenga.

Inundación de mensajes

Tanto Basulto como Revenga manifestaron su preocupación ante la poderosa campaña publicitaria que los fabricantes de estas bebidas están llevando a cabo. A ambos les inquieta que el tipo de mensajes que intentan vender sea interiorizado por los más jóvenes, sobre todo por el alcance que tienen los anuncios en las _____.

"Dentro del _____ de nutricionistas nos preocupa el riesgo que esta moda puede representar para los más jóvenes. Los fabricantes, con toda conciencia, se están dirigiendo al público más joven porque, mientras antes les recluten, más fidelidad generan para toda la vida", dice Revenga.

Basulto, por otra parte, es cauto a la hora de afirmar si la moda de los hard seltzer está consiguiendo captar bebedores a más temprana edad. "Es difícil de saber con certeza, pero, en mi opinión, Instagram está inundado de mensajes dirigidos a públicos _____ como los adolescentes para consumir bebidas azucaradas, energéticas y alcohólicas", dice el especialista.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-54316375>

Editado y realizado por Hugo Rivero García