

suposadament, aconseguen que el cervell s'adapti a aquestes evitant l'insomni, l'estrès o la depressió. Anàlisis realitzats indiquen que aquells aparells no emeten cap tipus d'ona electromagnètica.

Malgrat això són molts els usuaris que testimonien que tal o qual producte funciona. Les autoritats sanitàries adverteixen que això pot ser degut a l'efecte placebo sobre el pacient quan pren substàncies inactives a la quals s'atribueixen propietats terapèutiques. Gràcies a aquest efecte, la imaginació i la picaresca del fabricant semblen inacabables. Així, s'anuncien des de pinces i pitilleres per a deixar de fumar, fins a polseres per al mareig, passant per matalassos, coixins cervicals, plantilles i cremes aprimadores, cinturons reductors, allargadors del penis, antifàços antiestrès o estalviadors de benzina. En

concret quan es tracta de productes aprimants per mitja de diurètics i laxants, l'Administració sanitària adverteix que amb aquests productes es perd aigua però no greix, el que podria portar a una deshidratació.

En definitiva, el fabricant coneix molt bé el perfil dels seus clients: molts d'ells són malalts al quals la medicina convencional no pot oferir guariment, persones de la tercera edat, dones (i també homes) que volen millorar el seu cos, adolescents obsessionats pel seu pes o per l'acne, etc.

Quan es tracta de productes suposadament terapèutics, la forma de vendre'ls és oferint dades reals sobre una malaltia i unes quantes "parrafades" pseudocientífiques basades en aspectes com la vida moderna, qüestions com la contaminació i l'estrès, i la relació del producte anunciat amb cultures

quan es tracta de productes aprimants per mitja de diurètics i laxants, l'Administració sanitària adverteix que amb aquests productes es perd aigua però no greix, el que podria portar a una deshidratació

mil·lenàries, que inclouen cites de professors d'universitats desconegudes i amb noms difícils. Molts d'aquests anuncis incorren en publicitat enganyosa i cal no confondre'ls amb els medicaments, que tenen una normativa publicitària específica (veure requadre).

En definitiva : Cal estar a l'aguait! La nostra butxaca i, de vegades, també la nostra salut poden estar en joc.

Tingueu en compte:

- Els "productes miracle" no són medicaments.
- La llei disposa d'un rigorós sistema de registre de medicines.
- Els productes controlats porten en l'angle superior dret de l'envàs un número de 6 xifres, que correspon al Codi nacional de medicaments.
- El Control Previ Sanitari que es fa de la publicitat dels medicaments queda patent per les sigles C.P.S.
- Si es compleixen aquests requisits, l'Administració garanteix la correcció de les indicacions terapèutiques.



Cal estar a l'aguait! La nostra butxaca i, de vegades, també la nostra salut poden estar en joc