

Proyecto Publicidad y comercialización de productos milagro

Desde sus inicios, CECU trabaja en diferentes temas relacionados con el interés general del consumidor. En cada una de las líneas de trabajo, el objetivo principal es proteger los intereses de los consumidores y consumidoras, así como facilitar información que les permita conocer, tanto sus derechos como obligaciones, para la toma de decisiones informadas, responsables y acorde a sus necesidades.

De esa cuenta, desde hace varios años, CECU viene denunciado el continuo bombardeo ejercido por la publicidad de los llamados *productos milagro*; publicidad que, utilizando un lenguaje poco claro y ambiguo, alega supuestas propiedades adelgazantes, reductoras, cosméticas, de salud o estéticas en general, que carecen de cualquier validez científica. Esta situación confunde al consumidor, especialmente a las consumidoras, quienes bajo la presión publicitaria y los cánones de belleza que ésta impone, invierten dinero en estos productos, bajo la falsa promesa de alcanzar la aceptación y el éxito social, constituyendo un fraude tanto económico como sanitario.

CECU cree que la publicidad empleada por los fabricantes de estos productos, juega con la confianza del consumidor y lo induce al error cuando:

- Utilizan alegaciones sanitarias, estéticas y/o nutricionales confusas;
- Emplean supuestos profesionales sanitarios que avalan las propiedades anunciadas, para intentar persuadir a los consumidores en su elección de compra;
- Hacen referencia a que se han realizado estudios científicos en universidades lejanas - incluso inexistentes- y remiten los hallazgos al trabajo de científicos extranjeros;
- Promoción a través de personajes públicos que gozan de cierto prestigio y seriedad.
- Utilización de imágenes antes y después
- No facilitan los datos necesarios para que el consumidor pueda realizar una consulta o interponer una reclamación.

Además, la publicidad de este tipo de productos vulnera la imagen de la mujer, colocándola en posiciones de inferioridad y en funciones limitadas e infravaloradas, carentes de autoridad o como meros objetos, que dependen de su cuerpo para ser aceptadas socialmente.

En este sentido, el proyecto plantea los siguientes objetivos:

1. Defender los derechos del consumidor ante la Administración mediante acciones de denuncia.
2. Fomentar en los consumidores la actitud crítica ante estos productos y su publicidad a través de información clara y sencilla.
3. Orientar a los consumidores sobre las pautas para interponer una reclamación.
4. Identificar los compuestos y/o ingredientes a los que se les atribuye propiedades estéticas, reductoras, sanitarias, adelgazantes.



5. Verificar, a través de una revisión bibliográfica, las propiedades estéticas, reductoras, sanitarias, adelgazantes, que se le atribuyen a los ingredientes y/o compuestos de los productos seleccionados.
6. Comprobar los datos administrativos de estos productos.
7. Realizar un análisis jurídico del cumplimiento normativo para la comercialización y publicidad de los productos seleccionados para el presente proyecto.

Las actuaciones previstas para el presente proyecto, se resumen en cuatro fases:

- I. Identificación y compra de productos
- II. Revisión bibliográfica
- III. Diseño, redacción e imprenta de materiales
- IV. Difusión del proyecto



**CONFEDERACIÓN
DE CONSUMIDORES
Y USUARIOS**

Este proyecto está subvencionado por el Instituto Nacional del Consumo,
Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad

