

Por todo ello...



RECUERDA

El cuidado de la salud es también una responsabilidad individual. Seguir una dieta variada y equilibrada, así como aumentar nuestra actividad física, son la clave para gozar de buena salud a largo plazo.



INFÓRMATE

La información es un derecho básico de los consumidores y es esencial para hacer una elección adecuada de cualquier bien o servicio.



ACTÚA

Ten una actitud crítica ante la publicidad, recuerda que su principal objetivo es persuadir nuestra decisión de compra a través del uso de palabras e imágenes que resuelven o satisfacen una necesidad concreta.



RECHAZA

No compres productos que no cumplan con las exigencias de veracidad, claridad e información sobre su contenido, composición, naturaleza o efectos.



DENUNCIA

Interésate por denunciar la publicidad de productos que, sin ser medicamentos, se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades.

Depósito Legal: V-4651-2010



que no
te digan,

que no
te cuenten

*Los secretos de la publicidad
de los productos milagro*



diciembre
2010

Programa subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Política Social
e Igualdad – Instituto Nacional del Consumo.
Su contenido es responsabilidad de CECU



www.ceu.es



www.consumo-inc.es

Publicidad y comercialización de productos milagro



que no te digan, que no te cuenten

Reconocer algunas de las características de la publicidad y los mensajes de estos productos es primordial para que el/la consumidora pueda elegir disponiendo de información:

Publirreportajes

La publicidad de estos productos utiliza un formato tipo reportaje o noticia científica, confundiendo al receptor acerca de lo que lee dado que no sabe a ciencia cierta si se trata de un anuncio o de un reportaje.



Testimonios

Generalmente, se aportan testimonios de personas o famosos que han utilizado el producto refiriendo resultados extraordinarios en poco tiempo. También es frecuente que aporten el testimonio de supuestos médicos para reforzar la idea de su efectividad.

Grandes soluciones

en poco tiempo y sin esfuerzo



Un elemento importante de este tipo de productos son los resultados conseguidos en poco tiempo, generalmente un par de semanas o un mes, sin tener que cambiar nuestros hábitos de vida. Por ello, ante este tipo de aseveraciones se debe sospechar de su eficacia.

Imágenes de antes y después

Es frecuente la utilización de imágenes tipo “antes” y “después” para demostrar los resultados que se pueden obtener. Sin embargo, la comparación entre el “antes” y el “después” es prácticamente imposible dada la calidad de la imagen, sin contar las avanzadas técnicas de posibles retoques fotográficos.



antes

después

Naturales

y sin efectos secundarios



Muchos de estos productos hacen referencia a que se trata de un producto “cien por cien natural” y que por ello no tienen efectos secundarios. Aunque sean productos naturales, no es garantía de ausencia de efectos secundarios. Es importante conocer los ingredientes, sobre todo aquellas personas que sufren intolerancias o alergias alimentarias.

Identificación

del domicilio social

En algunos productos (generalmente los que utilizan publicidad en revistas o prensa gratuita), no se hace referencia al domicilio social de la empresa que distribuye o fabrica el producto. Facilitan únicamente un apartado de correos o un número de teléfono.

