



Productes miracle, farmàcia i els seus

Vicenç Terrades

Vocal d'Oficina de Farmàcia

Des dels seus inicis els fabricants han desenvolupat tècniques de venda i promoció enrevessades per posar els seus productes en el mercat, arribant fins i tot a usar l'engany, o si més no, tècniques èticament reprovable. Aquest és el cas de l'anomenat "màrketing emocional" i que es dirigeix als col·lectius més influenciables (nens, ancians, afectats desesperats, etc...), i on hi trobam la majoria de casos que anomenam productes miracle, o més bé, productes engany.

Els productes miracle són articles de gran varietat: des de productes dietètics i cosmètics fins a imants i ormejos mecànics o elèctrics. El que tenen en comú són les seves suposades propietats curatives o preventives de problemes de salut i estètics. Aquests productes, que resulten ser totalment inútils, són, en el millor dels casos, innocus; no obstant, el seu ús indiscriminat pot produir un doble perjudici: en la salut i en la butxaca del consumidor, aquest últim molt menys important...

Cal tenir molta cura amb "el màrketing emocional"; és alarmant, malgrat les prohibicions, la llibertat publicitària d'aquests productes, i és que més sovint del desitjable solem rebre publicitat de productes miraculosos que presumeixen de les seves propietats curatives i fins i tot estètiques. L'estiu es presta més que mai a caure en aquest tipus de "temptacions sense fonament". Molts es venen per telèfon, catàleg o Internet, però cal tenir en compte que es poden trobar, encara que amb molta menys mesura, productes d'aquestes ca-

racterístiques a les farmàcies. El farmacèutic té un problema amb aquests productes, ja que dispensem medicaments, cosmètics i molts altres productes eficaços, i realment no ens interessen productes que no valen o que confonen l'usuari, ja que la nostra relació amb el client es basa en la credibilitat i confiança dels nostres consells. En aquest sentit la tan emprada frase utilitzada en els anuncis "de venda en farmàcies", (si és que realment el producte es ven en farmàcies, que aquest és un altre tema...), els farmacèutics tenim l'obligació d'usar els nostres coneixements per donar opinions i consells precisos relacionats amb aquest producte.

El gran problema és que, mentre els productes farmacèutics i medicaments estan sotmesos a estrictes controls, i la seva publicitat també, hi ha tota una gamma de productes de pretesa finalitat sanitària que no estan sotmesos a aquestes normes, o bé, si ho estan, són ignorades. Quan el corresponent procediment sancionador va a executar-se, desapareixen i tornen a comercialitzar-se amb un altre nom.

Gràcies a controls cada vegada més rigorosos, les oficines de farmàcia s'han anat alliberant d'una llista de productes miracle, que en el seu moment van fer un buit en els seus aparadors, cosa

avui dia impensable. Com a la resta dels consumidors, també ens han enganyat. Entre aquestes joies es troben per exemple les polseres magnètiques, que prometien reduir la tensió i alleujar dolors articulars; els famosos filtres que imantaven l'aigua, per a dissoldre càlculs renales; unes plantilles que aprimaven i que aconseguien un efecte extraordinari al moment; oblidats ja estan uns dispositius que situats en la capçalera del llit servien per deixar de roncar; també unes pinces ajustades a l'orella per a deixar de fumar i algun altre producte màgic.

La unió entre el contemporani i la tradició és un argument molt emprat en aquesta publicitat; hi ha una perpetuació del natural (concepte que està molt de moda) amb la garantia científica. Altra propietat que caracteritza els productes miracle és la rapidesa amb la qual s'aconsegueixen resultats sorprenents, per exemple, un ritme de pèrdua de pes de gairebé un quilo diari (el quilo perdut serà d'aigua en lloc de greix). Una dieta d'aprimament prescrita per un autèntic especialista persegueix dos objectius: un, perdre pes seguint unes pautes saludables tant des del punt de vista dietètic (menús equilibrats, nombre de menjars adequat, etc.) com de l'estil de vida (realització d'exercici físic, no consum de tabac, etc.). I dos, ensenyar al pacient les causes de la seva sobrecà-

un problema per a la consumidors.



rrega i la forma d'evitar-ho: és un pla d'acció més lent, però es pretén que sigui definitiu.

Per a defensar-nos d'ells, el Consell General de Col·legis Oficials de Farmacèutics acaba de crear un Centre de Detecció de Productes Miracle, per tal de contribuir a la seva localització, denúncia i eradicació. Les reclamacions passen de l'oficina de farmàcia al Col·legi provincial i, d'aquí, al Consell General, que valorarà les denúncies degudament documentades i formularà una denúncia formal davant les autoritats sanitàries.

Un exemple proper és que la Direcció General de Salut Pública del Ministeri de Sanitat ha actuat sobre dos nous "productes miracle" amb pretesa finalitat publicitària que s'anunciaven a Internet. Amb aquests, ja són més de seixanta els productes detectats des de l'entrada en vigor del Reial decret 1907/1996 que regula aquesta matèria.

Els productes la publicitat dels quals infringeix aquesta normativa són l'Inmunomodulador Friatroy, al qual s'atribueixen propietats curatives del càncer i SIDA, i els productes de la mar-

ca "Life Plus", als quals s'atribueixen propietats preventives i curatives com la regulació dels nivells de glucosa i colesterol en sang, i la prevenció del càncer.

Segons ha informat el Ministeri de Sanitat en un comunicat, l'Inmunomodulador Friatroy sembla comercialitzar-se des d'una adreça de la comunitat autònoma de Balears, i els productes "Life Plus" des d'una adreça postal del País Basc. Per això, la Xarxa d'Alerta ha donat notificació als directors generals de Salut Pública d'aquestes dues comunitats perquè actuïn en conseqüència. ■

Consells útils que el farmacèutic pot oferir a l'usuari pel que fa als productes miracle:

- 1.- Els productes miracle no són medicaments. La legislació espanyola disposa d'un rigorós sistema de registre de medicaments: han de dur un nombre de sis xifres -Codi Nacional de Medicaments-. A més el control previ sanitari queda palès per les sigles C.P.S. Si duu aquestes dues xifres l'administració li garanteix la indicació del producte.
- 2.- Desconfiï de les grans promeses. No hi ha cap seguretat que els denominats productes miracle compleixin amb la funció correctora o terapèutica que anuncien (sobretot els que prometen resultats espectaculars en poc temps i amb poc esforç).
- 3.- Tant els medicaments com els aliments, i en general tots els productes que s'ingereixen no poden vendre's a domicili. Rebutgi i denunciï totes les ofertes d'aquests tipus de productes realitzades en mitjans de comercialització tals com catàleg, telèfon, etc.
- 4.- Recordi que davant l'existència d'una veritable malaltia o lesió que precisi un tractament terapèutic, l'ocupació de productes miracle pot fer-li perdre un temps preciós que alenteixi o impedeixi iniciar aquest tractament en el moment adequat. No abandoni un tractament farmacològic ni prengui altres productes substituïdors sense consultar abans amb el metge o el farmacèutic.
- 5.- Els cosmètics poden netejar, mantenir o protegir en bon estat o modifiquen l'aspecte de les parts superficials del cos però mai no poden atribuir-se accions terapèutiques.
- 6.- Fins a la data no s'han demostrat científicament els suposats efectes benèfics de productes industrials basats en el magnetisme.
- 7.- Dubti de qualsevol producte alimentari que en el seu etiquetatge o publicitat indiqui alguna acció terapèutica preventiva o curativa o bé expressions com: "permet aprimar", "lleva pes" o altres similars.
- 8.- La frase comercial "de venda en farmàcies" no assegura l'eficàcia del producte, consulti'l amb el seu farmacèutic habitual.
- 9.- No utilitzi cap producte suposadament beneficiós per a la salut sense consultar amb el seu metge o farmacèutic. ("El natural" no està exempt d'efectes secundaris. Els productes miracle, a més de ser un possible frau, poden danyar la salut.).
- 10.- Algun d'aquests productes tenen "efecte placebo", que consisteix a prendre substàncies inactives i creure que tenen virtuts terapèutiques.

