



¿Por qué creemos en  
**LOS PRODUCTOS  
MILAGRO?**

Parches de titanio, pulseras energéticas, bayas de Goji...  
**PROMETEN SER LA PANACEA.** Arrasan en ventas a pesar de las  
incesantes advertencias que ponen en **DUDA SU EFICACIA.** ¿Qué  
tienen estos inventos que todos los queremos probar?

por Almudena Avendaño

**Parches y pulseras FAMOSOS Y 'FASHION VICTIMS'**  
El Príncipe utiliza los parches de titanio para combatir las migrañas y Kate  
Middleton se pone una pulsera energética para mejorar su equilibrio.

**E**ste verano tuvimos la oportunidad de descubrir dos cosas sobre el Príncipe Felipe que nadie sabía: que sufre migrañas de vez en cuando y que utiliza parches de titanio carbonizado para combatirlos. El dato no habría pasado de la mera anécdota (en España más de cinco millones de personas sufren jaquecas, según la Asociación Española de Pacientes con Cefalea) si no fuera por la particularidad del tratamiento en cuestión. Según Phiten, la empresa que comercializa los parches, su eficacia está respaldada por numerosos estudios científicos. Estudios que rara vez se encuentran en los circuitos científicos habituales y que muchos médicos y profesionales han cuestionado. Su creador, el quiropráctico japonés Yoshihiro Hirata, ha levantado un imperio en torno a su idea: que el titanio carbonizado o microsferizado aporta equilibrio bioenergético al organismo y reduce la sensación de dolor. Sus detractores, sin embargo, aseguran que el titanio es útil para la creación de prótesis, por ejemplo, pero ni cura ni evita las dolencias. ¿Por qué, entonces, el Príncipe Felipe ha sucumbido a sus cantos de sirena? Quizá por lo mismo que Sara Carbonero, la Infanta Elena,

*Según su creador, el titanio  
carbonizado aporta  
**EQUILIBRIO** bioenergético y  
reduce la sensación de dolor*

Esperanza Aguirre o Cristiano Ronaldo no han podido resistirse a lucir las pulseras energéticas que han causado furor en España a pesar de sus dudosas bondades: porque llevarlas demuestran un estatus y que su portador pertenece a un grupo 'selecto', que está 'en la onda'.

**"Se trata de productos de moda que se convierten más en símbolos** que la persona lleva (y nos dicen si pertenecemos a un colectivo u otro de la sociedad) que en productos utilizados para conseguir los resultados que predicán", explica Noemí Fernández Cuevas, psicóloga del Instituto Superior de Estudios Psicológicos ([www.iseclinic.es](http://www.iseclinic.es)) de Granada. Y es que la importancia de que sus efectos estén científicamente probados o no pasa a un segundo plano cuando los usa una persona que nos merece credibilidad o con la que nos identificamos, añade Vega González, psicóloga de AIS (Atención e investigación de socioadicciones: [www.ais-info.org](http://www.ais-info.org)): "Además, teniendo en cuenta que la sociedad actual promueve el derecho a la felicidad, la eterna juventud, la ausencia de enfermedad o dolor y que los 'productos milagro' buscan satisfacer estos deseos sin esfuerzo por parte de la persona, es comprensible que resulten muy atractivos".

**Aun así, resulta difícil comprender** cómo estos objetos de dudosa eficacia, ya sean parches de titanio, pulseras energéticas o bayas de goji han calado hondo entre tantas personas supuestamente bien informadas como miembros de la realeza, políticos, deportistas de élite o periodistas. "Tenemos que tener en cuenta que, por regla general, la población mejor informada suele pertenecer también a un sector de población bien situado económicamente -apunta Noemí Fernández- que tiene un alto índice de consumismo de todo tipo de productos, independientemente de sus beneficios".



**Lo último PARA DEPORTISTAS DE ÉLITE.**  
También hemos visto a David Beckham con parches de titanio.

**Pero existen otros factores importantes que fomentan la compra de estos objetos.** Damián de Olmo, tutor de Sociología del Consumo en la UNED, señala entre ellos la auto-sugestión, la psicomatización, el autoengaño y el miedo a la discrepancia. Si decimos que no nos funciona corremos el riesgo de sentirnos fuera del grupo, lo cual, como seres sociales que somos no nos gusta absolutamente nada. "Todo esto hace que, de alguna manera, minimicemos las objeciones que podamos encontrar y a la vez maximicemos los beneficios de estos productos", explica Fernández. Si además nos compramos los parches convencidos de que van a disminuirnos el dolor, seguramente mejoraremos, pero no por sus propiedades sino porque cambiará nuestra percepción de ese dolor. "No obstante, será una mejoría inicial y a corto plazo volveremos a sentirnos de forma parecida. Así también podemos explicar por qué estos productos son poco duraderos y enseguida dejan de comercializarse", añade. ■

**LOS 'MILAGROS'**  
*de los que todos hablan*

Todos hemos oído hablar del poder antioxidante (no demostrado) de las bayas de Goji o del Tíbet.

Pero en realidad provienen de China y, además, diferentes organizaciones de consumidores han pedido su retirada del mercado por contener un alto índice de metales.

**Lo último para nuestro bienestar es la colchoneta Prana ([www.prananailmat.es](http://www.prananailmat.es)), cuyas 6.000 puntas de plástico, al entrar en contacto con la piel, favorecen la liberación de endorfinas y oxitocina, provocándonos cierta sensación de felicidad.**

