

La homeopatía tendrá que advertir que carece de evidencia científica

La recomendación de la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos es indicar en el etiquetado que no hay evidencia científica de que funcione y los supuestos beneficios se basan solamente en teorías homeopáticas del siglo XVIII

La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC) va a exigir que los productos homeopáticos adviertan en su etiquetado que no hay pruebas científicas que los avalen. El gobierno americano rompe así con la tradicional 'no regulación' de este tipo de productos.

En 2007, los norteamericanos se gastaban 3.000 millones de dólares y el mercado no ha hecho sino crecer. La decisión de la Comisión de Comercio puede parecer un golpe contra la pseudociencia, pero es justo lo contrario, al menos desde nuestro punto de vista.

El informe de la Comisión dice textualmente que "ninguna razón convincente se ha presentado sobre la eficacia y seguridad de estos productos para pensar que la venta libre de medicamentos homeopáticos no deba cumplir los mismos estándares de veracidad en la publicidad que los que tienen otros productos de salud".

No es un análisis gratuito, la FTC organizó un grupo de trabajo y una serie de consultas públicas para determinar hasta qué punto las afirmaciones que se hacen desde la homeopatía están basadas en pruebas. Y su conclusión es que "la inmensa mayoría de los medicamentos homeopáticos carecen de justificación adecuada para sostener las afirmaciones sobre su eficacia".

Y, tras todo esto, la recomendación de la FTC es indicar en el etiquetado que no hay evidencia científica de que funcione y los supuestos beneficios se basan solamente en teorías homeopáticas del siglo XVIII que no son aceptadas por la medicina moderna.

Pese a que hay compañeros que ven la medida como un "cerco" a la homeopatía, pero a mí me cuesta entenderlo así. Este mismo año la misma Comisión multó con 2 millones de dólares a Lumosity (una empresa de "brain training") por publicidad engañosa: la compañía decía que sus programas de entrenamiento podían mejorar el desempeño del día a día y proteger del declive cognitivo.

¿Por qué el caso de Lumosity se ha saldado con una multa millonaria y la homeopatía, un negocio de más de 3000 millones de dólares, esquiva la publicidad engañosa indicando que "no hay evidencia científica" en el envase? ¿No es un caso homologable de publicidad engañosa? Sinceramente, yo no entiendo nada.

No sólo es una medida inconsistente con otras de las decisiones de la FTC, sino que puede llegar a

ser contraproducentes

Más bien, como ocurrió en España con la equiparación de la homeopatía con el resto de fármacos, parece una victoria de la industria homeopática. Todo un "lavado de cara" o un "disclaimer", si lo prefieren, al que homeópatas, compañías y defensores podrán agarrarse cuando pase lo inevitable: que el producto no funcione.

O peor aún, una medida inútil e incluso contraproducente. En 2004, un estudio de la propia FDA (la agencia estadounidense que aprueba medicamentos) descubrió que afirmaciones del tipo "este producto no ha sido aprobado por las autoridades sanitarias" no tienen efecto o incluso pueden hacerlos más atractivos. Es más, como expone el propio informe de la FTC, hasta un 45% de los consumidores siguen creyendo que un producto está aprobado para su uso incluso después de leer en el paquete que no lo está. Si esta medida es un tratamiento contra la homeopatía, debe de ser un tratamiento homeopático en sí mismo.

La noticia La homeopatía tendrá que advertir que carece de evidencia científica fue publicada originalmente en Xataka

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Internacional](#) [Medicina](#) [Medicina alternativa](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>