

Haz primero una lectura rápida del texto para comprender el sentido global y captar las ideas principales; después, vuelve a leerlo más despacio y con mucha atención para responder a las preguntas.

Criticar los anuncios publicitarios

«Nada refresca más que la limonada Se-Me-Hace-La-Boca-Agua». «Blanquee su sonrisa con Blanquín, la pasta dentífrica que deja los dientes blancos». A diario nos bombardean los *spots* publicitarios, que intentan persuadirnos de comprar esto o hacer aquello. En el mejor de los casos son entretenidos e informativos, proporcionando datos útiles acerca de productos y servicios. Y en el peor, molestan y engañan. Sí, es cierto, existen leyes contra la publicidad engañosa, pero a menudo son difíciles de aplicar. Por otra parte, algunos anuncios, aunque no mienten, presentan las cualidades del producto confundiendo al público acerca de la «investigación» sobre la que se basan. Muéstrate escéptico y no caigas en la trampa.

Confianza ciega

Si te vistes como un médico y actúas como un médico, no significa necesariamente que seas un médico. Aun así, algunos anuncios de TV, revistas y periódicos muestran a hombres y mujeres de aspecto profesional, con bata blanca, hablando maravillas de un producto. «Un fármaco que puede utilizar con toda confianza», aseguran mostrando un remedio contra la gripe. «Se lo recomiendo». Las compañías que realizan *spots* de este tipo no están diciendo que su portavoz sea un investigador médico, pero cuentan con que pensarás que sí lo es y que comprarás sus productos «médicamente probados».

¿Y qué decir de aquellos anuncios que se valen de personas conocidas y respetadas para hablar de sus productos o servicios? El mero hecho de que A. Gol sea un jugador de fútbol extraordinario no quiere decir que sus opiniones sobre lo saludable que es beber zumo de piña «La Palmera» sean fundadas. Un producto que recurre a un famoso probablemente esté ofreciendo menos que la competencia. Incluso nada.

[...]

¿Cansado de tanta publicidad? Quéjate y dirígete a las asociaciones de consumidores, que llaman la atención del público ante las precarias prácticas publicitarias de determinadas empresas.

Diane Swanson, *Hurgando en el cerebro de Einstein*.
Aprende a pensar como un genio. E. Oniro. (Texto adaptado).

1 Según el texto, ¿qué intentan los spots o anuncios publicitarios?

.....

.....

2 ¿Cómo es la publicidad que da información falsa? Subraya la respuesta correcta:

Buena

Social

Engañosa

Cierta

Rara

3 ¿Por qué no te puedes fiar de un anuncio en el que salga un médico recomendando el producto? Subraya la respuesta:

- Porque un médico que hace anuncios no es un buen médico.
- Porque lo más probable es que sea un actor y no un médico.
- Porque las opiniones de los médicos no siempre son fiables.

4 Cuando un famoso hace un anuncio sobre un producto, ¿nos podemos fiar?

.....

.....

5 El texto nos recomienda «ser excépticos» y no caer en la trampa, ¿qué quiere decir?

.....

.....

6 ¿Qué recomienda el texto hacer ante tanta publicidad?

.....

.....

Piensa un poco más

7 ¿Antes de leer este texto, ¿te fiabas de los anuncios publicitarios?

.....

.....