

El timo de los alimentos “milagrosos”

El autor desmonta los supuestos beneficios de populares productos

Qué tienen en común un Red Bull, un Actimel o una crema antiarrugas? Pues simplemente que muchas de las propiedades que se les atribuyen en las etiquetas y en los anuncios publicitarios no han sido comprobados por la ciencia. La industria de la alimentación y la belleza mueven miles de millones de euros al año y difícilmente encuentran una postura tan crítica como la que plantea el investigador de la Universidad de Murcia, José Manuel López Nicolás, que tras un exhaustivo análisis de los ingredientes de productos de gran consumo, a los

que se les atribuyen grandes propiedades, amén de las propias de los alimentos, desmonta una serie de abusos de los fabricantes.

Las marcas se enriquecen a costa de la ignorancia del consumidor, que da por válidas afirmaciones y propiedades que les llegan a través de la publicidad y algunos medios de comunicación.

Es un trabajo de divulgación serio y muy documentado, en el que este investigador pone

en práctica sus conocimientos sobre la composición de los alimentos para, de una forma amena y divertida, plantear la realidad de un negocio que engorda cifras año a año. En este libro, López Nicolás no dice qué hay que comprar y qué no, simplemente arroja luz sobre alimentos y cosméticos, para poder ver qué dice la ciencia sobre ellos. Puede seguir a este autor en su blog scientiablog.com □



VAMOS A COMPRAR MENTIRAS.

José Manuel López Nicolás.

[Cálamo] 20,80€

www.edicionescalamo.es

