

“Sigue habiendo usuarios que no entienden la finalidad del tratamiento semanal”

LA PIEL SANA ES SALUD, NO ES UNA MODA PASAJERA. POR ELLO, ES MUY IMPORTANTE LA FORMACIÓN CONTINUADA EN TODOS LOS ÁMBITOS DE UN FARMACÉUTICO. ES LO QUE LE HACE ESTAR AL DÍA DE LOS AVANCES CIENTÍFICOS Y, DE ESA MANERA, PODER ABORDAR CORRECTAMENTE CUALQUIER TEMA QUE PROPONGA EL PACIENTE.



Ana Fernández

Uno de los principales errores que comete la población a la hora de cuidar su piel, según **Ana Fernández Barrionuevo-Pereña** (@veloursandco), *directora del Departamento de Formación del Laboratorio GH*, marca de cosmética creada y desarrollada en 2017 en base a la experiencia en Dermofarmacia adquirida por su fundadora **Gema Herrerías**, es “no llevar a cabo una rutina cosmética adecuada, ya sea facial o corporal, sino dejarse llevar por modas o consejos sin base”.

Es cierto que aumenta el número de personas que acuden a especialistas para el cuidado de la piel, pero “aún nos queda mucho trabajo por delante para llegar cada vez más a las que se dejan llevar por consejos de ‘influencers’, por anuncios publicitarios o simplemente por consejos de familiares a los que les ha ido bien un producto”. Destaca que “la piel sana es salud, no es una moda pasajera”.

¿Qué es lo más olvidado? Respecto a la rutina facial, “los productos semanales y el fotoprotector”. Aunque cada vez es menos habitual encontrar dudas acerca del empleo del tratamiento semanal, “sigue habiendo usuarios que no entienden su finalidad y objetivo”. Respecto al fotoprotector, “parece que aún, hoy en día, gran parte de la población no es consciente de la necesidad de su uso diario”. En cuanto al resto de productos, “los pies son los grandes olvidados”. Señala que, “generalmente, nos acordamos de ellos en verano, cuando hay que usar sandalias o exponerlos en playas y piscinas”.

En su experiencia, la gente es asidua a “un tratamiento”. Es decir, “a cuidar la piel”. Si bien, “no suele ser fiel a los productos, se cansa, se aburre, quiere cambiar, conocer, quiere testar productos que recomiendan los ‘influencers’ o que escuchan en un directo de Instagram, pero, por lo general, algún tipo de tratamiento suele seguir, aunque no sea el idóneo para ella”. No cree que los hábitos dermocosméticos de los consumidores cambien mucho tras la pandemia. “Igual pensábamos que cambiaría el pensamiento y las costumbres tras el confinamiento y la diferencia es poca”, reflexiona. Cuando la mascarilla se deje de usar y el estrés deje paso a la calma, “las lesiones producidas por ambas causas en la piel desaparecerán”. Lo que se ha percibido es un aumento del interés sobre el cuidado cosmético en general. Antes, “consultaban aquellas personas

que ya sabían en qué consistían las rutinas cosméticas, pero querían personalizarlas". Ahora, tras el confinamiento, "en general, la población ha leído y estudiado más sobre el tema, dando como resultado consultas para la iniciación en los protocolos cosméticos".

No es de las que generalizan

Le cuestionamos qué rutina de cuidado de la piel recomienda en estos momentos. "No soy de las que generalizan, depende del tipo y estado de la piel. Es verdad que, desde que empezó la pandemia, existen determinadas alteraciones de la piel que destacan por encima de las demás, como es la aparición de lesiones acnéicas, generalmente en la zona de la mascarilla, cuperosis en las mejillas y muchos casos, más de los que había, de ojeras vasculares. Por lo que la rutina va dirigida a paliar estas lesiones", argumenta. ¿Cómo? "Con una rutina basada en ingredientes cosméticos que disminuyan, o incluso eviten, ese 'maskné', con lociones de ácido salicílico que no resequen ni irriten, tratamientos semanales con arcillas y mascarillas hidratantes o, por ejemplo, con contornos de ojos con una función global que, además de disminuir las ojeras vasculares, aporten un plus al tratamiento", aclara. En cuanto a las rojeces, sostiene que hay que distinguir cuál es su origen y si es de derivación al especialista, ayudando con una rutina que contenga ingredientes cosméticos calmantes como el bisabolol, la alantoína y las ceramidas para mejorar la función barrera. Resume que su consejo es "una limpieza diurna y nocturna, con productos que respeten la barrera hidrolipídica de la piel". Después, una loción para hidratar (diurna) y para controlar las lesiones acnéicas (nocturna). Respecto al tratamiento intensivo, "depende de las necesidades de la piel, aunque siempre incluiría alguno que incorporara ingredientes cosméticos antioxidantes por la mañana y por la noche transformadores y regenerantes de la piel".

Fernández Barrionuevo-Pereña indica que las últimas tendencias que se siguen son "fórmulas cada vez más minimalistas, ingredientes cosméticos seleccionados cuidadosamente, transparencia y aval científico".

En relación a la finalidad de los cosméticos, de acuerdo con sus palabras, la tendencia es incorporar ingredientes cosméticos que mejoren la función barrera (productos con cica) y el microbioma de la piel, ya sea facial como corporal. Declara que "debemos recordar que la piel ha sufrido y sufre mucho con el uso continuado y recurrente de productos de limpieza e higienizantes por el Covid-19". Además, "se está viendo el desarrollo de productos relacionados para evitar los efectos adversos de la polución en la piel y la luz azul".

"El packaging eco-friendly está a la orden del día", añade. Cada vez son más las empresas cosméticas que dirigen la creación del packaging para que sea sostenible y fácil de llevar de viaje.

Si tuviera que elegir un producto como imprescindible para un buen cuidado facial, la directora del Departamento de Formación del Laboratorio GH se decantaría por el fotoprotector, "ya que no sólo nos protege de la radiación ultravioleta UVA-UVB, sino de la luz visible e IR-A y que están formulados para aportar un plus, ya sea de hidratación, despigmentante, etcétera, y que hacen de él un producto cosmético versátil, útil y efectivo si se aplica adecuadamente". De todas formas, "no podría vivir sin un buen producto de limpieza".

La lucha contra los efectos de la contaminación no es una novedad

¿Se está luchando especialmente contra los efectos de la contaminación? "Sí, pero esto realmente no es una novedad, ya hace años que aparecieron en el mercado y en particular en el canal farmacia productos enfocados a evitar este tipo de consecuencias", contesta Ana Fernández Barrionuevo-Pereña. Sin embargo, "no ha sido hasta ahora que se ha tomado conciencia firme de su uso e integración en las rutinas cosméticas". Ya no sólo enfocadas a tratar esas alteraciones como son la de la función barrera o un incremento en la oxidación celular, sino que se trata de prevenirlas, combinando moléculas antioxidantes (como superóxido dismutasa, vitamina C o derivados, ácido ferúlico, etcétera) y aquellas que refuerzan y regeneran la función barrera (ceramidas, ácidos grasos insaturados, etcétera). De esta manera, la protección de la piel, tanto a nivel físico como redox, queda menos comprometida y a punto para luchar contra los contaminantes. Asimismo, se hace mucho hincapié en llevar a cabo una limpieza adecuada, mañana y noche, para retirar los restos de polución que se hayan quedado en la piel, así como el uso de tratamiento semanales que crean un efecto sinérgico.

"Aún nos queda mucho trabajo para llegar cada vez más a las personas que se dejan llevar por consejos de 'influencers' o por anuncios"

Por otro lado, subraya que la dermo debe trabajarse en las Oficinas de Farmacia como se trabaja cualquier categoría, "desde el corazón y con estudios". "La dermo en la farmacia es un pilar fundamental para conseguir mantener y cuidar la salud de los pacientes, ya que no sólo se trata de mejorar la belleza. La dermatofarmacia incluye protocolos para prevenir y tratar alteraciones cutáneas frecuentes como pueden ser las lesiones acnéicas, las rojeces o la xerosis", asevera.

No duda en que las redes sociales son un instrumento clave para fomentar la dermo desde la farmacia. Define que "son un trampolín para hacer llegar a los usuarios los conocimientos de los que la mayoría de los 'influencers' carece por no ser especialistas en el tema". "Somos profesionales, somos sanitarios y somos capaces de transmitir los conceptos y aplicarlos a cada uno de los casos de manera sencilla y directa", insiste. Lo que importa en este caso es "hacerlo de una forma amena y sencilla, que pueda llegar al público, sin confundirlo y evitando crear falsas expectativas de los resultados que se pueden obtener de los tratamientos". Por último, remarca lo esencial que es la formación continuada en todos los ámbitos de un farmacéutico. Concluye que es lo que le hace "estar al día de los avances científicos y, de esa manera, poder abordar correctamente cualquier tema que proponga el paciente".