

## ¿Qué son los cosmecéuticos?

Francisco Kerdel Vegas

Con un mercado afluente cada vez más numeroso de los países desarrollados del mundo (léase Estados Unidos, Canadá, Europa Occidental y Japón) constituido por una población que envejece rápidamente, no es de extrañar que la industria farmacéutica haya dedicado tiempo y esfuerzo a buscar con renovado interés y entusiasmo, el equivalente de lo que en el pasado se llamó el elixir de la vida o la piedra filosofal, con una nueva modalidad en gran boga actualmente para combatir, de las maneras más diversas, los embates de la edad, en otras palabras.... del envejecimiento.

El término cosmecéutico, “acuñado” apenas en 1960 en los Estados Unidos, se utiliza para designar aquellos productos situados entre lo que habitualmente se considera un cosmético y un medicamento, buscando un acomodo entre la industria de los cosméticos y los cuerpos regulatorios oficiales (la “Food and Drug Administration” o FDA).

Hasta ahora cualquier producto que pretenda tener un efecto médico es considerado legalmente como producto farmacéutico. Sin embargo, la línea divisoria no es clara y existe sin duda una zona de penumbra como son por ejemplo los filtros solares y las lociones para pigmentar y despigmentar la piel.

Muchas de estas “drogas” o “medicamentos” han sido desarrolladas en los laboratorios de investigación de las grandes compañías farmacéuticas y están listos para ser distribuidos en los mercados internacionales. La primera en la cola es una crema anti-arrugas, llamada “Renova” y patentada por John-

son & Johnson.

Renova aparecerá como producto farmacéutico, aunque existen en el mercado cosméticos con similar composición y efectos, registrados y distribuidos como cosméticos.

Sin duda es una tendencia que se va a hacer más pronunciada y popular, pues se estima que este mercado de las nuevas lociones anti-envejecimiento ha aumentado en un 7% en 1992, y llega a un monto de 1,2 billones de dólares, como se desprende de un estudio de los consultantes Kline and Company de New Jersey (The Economist, 17 de abril de 1993, pag 78).

Pero no se limitan al cuidado cutáneo estas nuevas drogas, pues las hay para otros síntomas de la vejez, como por ejemplo la pérdida de la memoria.

No tenemos dudas pues de que estamos frente a una nueva tendencia que va a tener significativas consecuencias en la industria farmacéutica, y a medida que la sociedad de consumo envejece y exige cremas y píldoras que la mantengan en mejores condiciones físicas y con mejor apariencia, la inventiva humana, financiada por la gran industria farmacéutica, se dedicará a complacerla.

Posiblemente no todo este tipo de drogas serán capaces de cumplir con las promesas que declaran, pero si algo logran de lo mucho que se proponen estaremos asistiendo a una verdadera revolución en esa industria y en el ejercicio de la profesión médica.