

| MEDIO            | FECHA      | CONCEPTO       | PRODUCTO                            | DESCRIPCIÓN   |
|------------------|------------|----------------|-------------------------------------|---------------|
| PAIS SEMANAL, EL | 19/01/2014 | PRENSA ESCRITA | CLINICA DERMATOLOGICA INTERNACIONAL | Informe Enero |
| PÁGINA           | DIFUSIÓN   | CATEGORÍA      | EDICIÓN                             | PERIODICIDAD  |
| 60 y 61          | 622.531    | SUPLEMENTOS    | NACIONAL                            | SEMANAL       |

# Con fecha de caducidad

por Ana F. Parrilla



¿Cuánto puede durar una sombra de ojos si no se usa habitualmente? Años, ¿verdad? Que levante la mano quien se haya deshecho de una que le encantara sin haberla consumido hasta que no quedara más que la caja”, explica Carmen Esteban. Las cifras avalan las palabras de la directora técnica de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa).

De los casi 4.000 encuestados por la consultora Opinium Research, el 15% desconocía que existiera una fecha de caducidad para los cosméticos; entre los que estaban al tanto, un 49% aseguraba no prestarle la menor atención, mientras que un 66% admitió seguir usándolos fuera del periodo recomendado en el envase.

Lo cierto es que el consumidor es libre de hacer caso omiso a las indicaciones. La normativa, en cambio, le impone al fabricante unas condiciones rigurosas: está obligado a explicar en el envase si el producto debe consumirse en menos de dos años y medio o si, una vez abierto, conviene usarlo antes de una fecha determinada.

Con el nuevo reglamento europeo, vigente desde el pasado julio, la fecha de consumo preferente también puede ir acompañada del símbolo de un reloj de arena; el del PAO (*period after opening*; tiempo después de abrirse, en español) es un tarro con la tapa levantada y el número de meses indicados. Esteban recalca: “No tenemos noticia de que el hecho de aplicar un cosmético fuera de su fecha de caducidad



**Simbología**  
En la parte trasera de los envases cosméticos, un dibujo de un tarro abierto con números explica el tiempo que la formulación se mantiene intacta tras estrenar el envase. En la imagen, hidratante protector de la piel de Kenzoki (44 euros).

### En el punto de mira

La fecha de consumo preferente que aparece reseñada en la etiqueta de un cosmético no busca tanto establecer un tiempo límite como animar al consumidor a que se pregunte si debe ir pensando en deshacerse del producto, especialmente cuando no se utiliza a diario (por ejemplo, ciertos tonos de barras de labios y sombras). Con las máscaras de pestañas, respetar las indicaciones del fabricante resulta de vital importancia: los ojos son muy vulnerables a las infecciones. Lo ideal es decirles adiós transcurridos tres meses desde su estreno, sobre todo si se usan lentes de contacto, porque el líquido de las lentillas es un excelente caldo de cultivo para las bacterias que queden en el cepillo.



| MEDIO            | FECHA      | CONCEPTO       | PRODUCTO                            | DESCRIPCIÓN   |
|------------------|------------|----------------|-------------------------------------|---------------|
| PAIS SEMANAL, EL | 19/01/2014 | PRENSA ESCRITA | CLINICA DERMATOLOGICA INTERNACIONAL | Informe Enero |
| PÁGINA           | DIFUSIÓN   | CATEGORÍA      | EDICIÓN                             | PERIODICIDAD  |
| 60 y 61          | 622.531    | SUPLEMENTOS    | NACIONAL                            | SEMANAL       |

Atender a la fecha mostrada en la etiqueta es importante, ya que da una idea del momento en que la fórmula corre riesgos de empezar a malograrse

haya provocado intoxicaciones ni problemas graves. Siempre que el producto se haya comprado en un establecimiento lícito y sea legal, es muy difícil que produzca una reacción". Ricardo Ruiz, jefe de dermatología del hospital Ruber y director de la Clínica Dermatológica Internacional, asegura que es muy poco frecuente que a su consulta acudan pacientes aquejados de síntomas relacionados con el mal estado de un cosmético. "Si acaso, aparece alguna pequeña alergia, pero es extraño que suceda", insiste.

Cremas, geles o lociones son productos estables que no incuban bacterias patógenas. En la práctica, atender a la fecha mostrada en la etiqueta es importante porque da una idea del momento en que la fórmula empieza a ser susceptible de malograrse, aunque los márgenes con los que trabaja la industria son mucho mayores que los que indica el fabricante. Para que se haga una idea, acabada la fórmula de un cosmético, los laboratorios diseñan el *sistema conservante* y la someten al *challenge* (reto, en inglés). "Empezamos a añadirle carga bacteriana, tanta como hayamos calculado que va a recibir, a sabiendas de que no vivimos en un mundo aséptico. Contamos con que la consumidora se la aplique con las manos o incluso que un día se olvide el bote abierto. Es decir, que cuando llega a la estantería, el fabricante se ha preocupado de tener en cuenta la mala vida que se le va a dar", explica Esteban. "Hay productos cuyo envase señala: 'Consumir antes de 30 días', pero normalmente son perecederos. Cuando

hablamos de fecha de caducidad, tenemos la cabeza puesta en un alimento que no suele llevar conservantes. Por eso, en cosmética solemos referirnos a la fecha de consumo preferente y no de caducidad", dice esta experta en bioquímica.

Aunque la mayoría de los cosméticos no pierden propiedades antes de tres meses desde su apertura, las mascarillas BioFresh de Lush lo hacen a los 21 días. Lo mismo sucede con algunas ampollas y monodosis: están formuladas para ser usadas en el mismo momento en que se abren, porque después su efectividad desaparece.

Que en la etiqueta no se mencione la palabra *conservante* no significa que la fórmula no contenga sustancias que la protejan de la contaminación. En la lista de ingredientes aprobados por la directiva europea hay 57 que son considerados como tales, pero hay otros que se agregan a la composición para mejorar el olor, el color o la galénica que además funcionan como agentes antimicrobianos. Son los *simil conservantes*. "Muchos productos aprovechan la oportunidad que brinda la regulación y utilizan solo conservantes no listados para asegurar que contienen 0% de conservantes. Sin embargo, si la fórmula no es estéril, debe contar inevitablemente con algún ingrediente que preserve el contenido", aclara el director de comunicación de los laboratorios Pierre Fabre (Avéne, A-Derma), el farmacéutico Manuel López.

Un cosmético se considera estéril si la asepsia está avalada durante todo el proceso de producción, la selección de ingredientes se limita a los estrictamente indispensables y el cierre del envase es hermético. Ojo: no confundir con los envases *airless*. "Ambos evitan cualquier entrada de aire e impiden la oxidación del producto, pero estos dosificadores no garantizan que no queden residuos en la parte superior del frasco, lo que implica que existe riesgo de contaminación", aclara López. ¿Significa esto que la fecha de caducidad de los cosméticos es una información baladí? La presencia de grumos, los cambios en la consistencia, hacen pensar que no, pero que no cunda el pánico: como en casi todo, es más una cuestión de sentido común ●

PATRONES DE CONDUCTA

## Resucitar está de moda

¿Se imagina que todos los estrenos de la cartelera fueran 'remakes' del cine clásico? ¿O que todos los discos que salieran al mercado fueran álbumes de versiones? La moda, esa industria que se define por el deseo de novedad, funciona de esta forma.

No se trata solo de ejercer su derecho al 'revival' y recuperar estilos de otras décadas con la óptica de esta, sino de acatar a rajatabla eso de que cualquier tiempo pasado fue mejor y practicar la resurrección literal de su historia.

A Marco Zanini se le ha encomendado la complejísima tarea de actualizar el estilo de Elsa Schiaparelli, una diseñadora muy ligada a un tiempo -los años veinte- y un espacio -el París de las vanguardias- demasiado concretos como para dejar espacio a las reformulaciones. Aun sin desvelarse la primera colección, los dueños de Jean Patou también han anunciado su intención de reabrir una casa que cerró sus puertas en 1987. La Maison Irfé, que en su día fue propiedad de la dinastía rusa, pretende volver a realizar los majestuosos trajes de alta costura que le dieron fama hace más de ochenta años. Y Worth, considerado el fundador de la moda, lleva años viviendo un tímido relanzamiento basado en la reedición de perfumes.

Como si estuviera pasando por un proceso de negación de su presente, parece que la moda necesita recuperar su relato fundacional, aquellas casas de costura del París de entresiglos, para poder seguir mirando hacia delante. El problema es que evocar algo que muy pocos recuerdan, más que a la resurrección, suele conducir a la eutanasia. Que se lo digan, si no, a Vionnet y su larga lista de directores creativos.

Leticia García

