

OPINIÓN

EN BUENAS MANOS

La ministra y el dr. Castro



Bartolomé Beltrán

Jefe de servicios médicos A3Media

La Sociedad Española de Epidemiología y Salud Pública Oral (SESPO) organizó la Jornada de Primavera "Alianza por un futuro libre de caries". Se trata de un evento para abordar el estado del conocimiento actual en relación con los avances en la lucha contra la caries dental, una de las enfermedades más prevalentes del mundo, y la situación actual sobre los agentes remineralizantes para la prevención y la reparación de la caries dental.

Para abordar este y otros asuntos reconocidos profesionales expertos en Salud Oral Pública no han querido perderse la cita para exponer su punto de vista sobre la situación que vive la salud bucodental en nuestro Sistema Nacional de Salud (SNS).

El Dr. Óscar Castro, Presidente del Consejo General de Dentistas, señaló que la salud oral es la gran olvidada del SNS. "Desde el Consejo General de Dentistas insistimos en que se tiene que incidir sobre todo en los colectivos más vulnerables: niños, ancianos y discapacitados. El Plan de actuación es la intervención por parte del Ministerio de Sanidad, así como las distintas consejerías de las comunidades mediante presupuestos específicos", afirmó el presidente de los dentistas.

Además, Castro recordó que la caries es absolutamente predecible y tratable. Por tanto, se pueden hacer programas preventivos para evitar que se produzca.

Para Jesús Rueda, presidente de SESPO, lo más importante es que los niños se cepillen los dientes desde la erupción de los mismos. La caries dental es una enfermedad

provocada por bacterias. Asimismo, afirmó que estas bacterias producen un ácido a partir de que metabolizan el azúcar. Ese ácido entra en contacto con la superficie del diente y lo destruye. "Lo que tenemos que hacer es por una parte no ingerir azúcar de forma frecuente y por otra cepillar los dientes para reforzarlos con el flúor que lleva la pasta de dientes", concluyó el experto.

Tal y como indicó Elías Casals, especialista en odontología, las principales deficiencias en el campo de la salud oral en el SNS siguen siendo el escaso catálogo de prestaciones. Casals indicó que las enfermedades orales se repercuten siempre en los mismos colectivos; con los bajos niveles de renta, con los bajos niveles de educación, y con los problemas socioeconómicos. "Siempre identificamos las enfermedades orales con determinadas áreas. Las enfermedades orales se relacionan mucho con el código postal, dónde vive la gente. Estas poblaciones que llamamos vulnerables son las que tienen más tendencia a enfermar de caries, hasta tal punto que un pequeño porcentaje de la población, un 20 por ciento, aglutina el 80 por ciento de la patología", afirmó el dentista.

Finalmente María Luisa Carcedo, Ministra de Sanidad, Consumo y Bienestar Social en funciones matizó que "toda política sanitaria pública debería ser capaz de hacer posible que la atención bucodental llegue a toda la población independientemente de sus recursos y les ofrezca prestaciones esenciales para asegurar la salud oral y con la suficiente calidad y seguridad". Seguro.

La caries dental es una de las dolencias más prevalentes del mundo

PERSONAJES DE LA SEMANA



Vicente Guillem y Enrique Sánchez de León

Presidentes de Fundación ECO y Fundamed

La jornada impulsada en torno a un nuevo plan del cáncer ha sido calificada de 'imprescindible' por sus asistentes para el proyecto sanitario de la nueva legislatura.



Jesús Vazquez Almuiña

Consejero de Sanidad de la Xunta de Galicia

La que será la nueva Ley de Ordenación Farmacéutica de Galicia sigue cumpliendo etapas; tras el 'ok' de la Comisión de Sanidad, solo le falta pasar por el Pleno.



Gregg Szabo

VP y líder comercial global de Virología de MSD

Szabo analiza los retos pendientes para avanzar en VIH; entre ellos, insta a avanzar en los diagnósticos o mejorar la duración de los tratamientos farmacológicos.

CON LA VENIA:

El Ministerio actualiza sus directrices sobre publicidad de medicamentos dirigida al público



Eduard Rodellar

Abogado de Faus & Moliner

En los tiempos que corren todo cambia a un ritmo cada vez más vertiginoso. Las nuevas tecnologías y el progreso del mundo digital han favorecido la aparición y uso masivo de nuevos soportes publicitarios que hacen que las reglas que regulan la publicidad deban adecuarse a esta nueva realidad, y la publicidad sobre medicamentos dirigida al público en general no es ajena a esta cuestión.

Conscientes de ello, la Dirección General de Cartera Básica de Servicios del SNS y Farmacia del Ministerio ha publicado la actualización de la guía para la publicidad de medicamentos de uso humano dirigida al público. Sin duda una excelente noticia. No sólo porque habían pasado ocho años desde que se editó su versión inicial y convenía revisarla, sino porque para ésta se ha contado con la participación activa de los dos organismos con mayor peso en el ámbito de la publicidad de medicamentos no sujetos a receta médica: Anefp y Autocontrol.

La nueva guía sigue la estructura de su versión inicial, pero introduce diversas novedades. Por una parte, actualiza las definiciones y principios que informan esta publicidad. Por otra parte, clasifica los diversos soportes publicitarios según el medio de comunicación al que pertenecen, pero sin hacer una lista cerrada de los mismos, consciente de que pueden ir surgiendo nuevas formas y variantes de éstas.

También establece directrices específicas en temas especialmente sensibles para la industria, como los patrocinios publicitarios o la modalidad publicitaria conocida como "emplazamiento de producto". Sin olvidarnos de la medida estrella, la eliminación de las referencias al Control Previo Sanitario (CPS), que ya había sido suprimido en una modificación en 2013 de la Ley de Garantías y que desaparece de la guía. Con dicha medida se buscaba flexibilizar el control de estas actividades promocionales, sustituyendo el control previo por uno post que viene a ser reforzado mediante la autorregulación del sector, a través de los servicios que ofrecen Anefp y Autocontrol.

También incluye una segunda parte (el código de buenas prácticas) en el que se recogen, actualizadas, recomendaciones y criterios interpretativos que deben seguirse para que la información contenida en los mensajes publicitarios sea precisa, equilibrada, honesta, objetiva y veraz. Asimismo, actualiza los criterios sobre lo que se considera o no publicidad comparativa, la de recuerdo, o los casos en los que resulta admisible la participación de profesionales sanitarios.

Esta guía será una herramienta útil en la que los actores implicados podrán apoyarse cuando diseñen y pongan en práctica proyectos publicitarios sobre medicamentos. Como potenciales consumidores de estos productos lo agradeceremos.

