

La bellezza non ha prezzo... oppure sì?

L'utilizzo di farmaci e di prodotti con azione terapeutica a scopo cosmetico è in crescita e si assiste a questo fenomeno senza che, apparentemente, vi sia un controllo adeguato sulla loro sicurezza.

Come per finasteride e minoxidil (cfr pag. 14), che hanno trovato un ampio mercato nell'uso cosmetico, anche **bimatoprost** segue l'esempio. Sfruttando un effetto collaterale, l'allungamento delle ciglia, del collirio antiglaucoma Lumigan® a base di bimatoprost,

la ditta ALLERGAN ha realizzato un nuovo farmaco per l'ipotricosi delle ciglia pubblicizzato per un uso cosmetico: Latisse® (con la stessa concentrazione di principio attivo di Lumigan®)^{1,2}. Attualmente è in commercio solo negli USA su prescrizione medica

e viene utilizzato come eye-liner per ottenere un infoltimento ed un allungamento delle ciglia. A fronte di un **risultato estetico, peraltro reversibile alla sospensione del trattamento e molto costoso** (\$ 120/mese)³, si possono manifestare altri effetti avversi: prurito ed eritema della palpebra, iperemia congiuntivale, edema maculare, modifica della pigmentazione dell'iride e della cute perioculare².

Vogliamo poi scordarci del mondo maschile? Certo che no, infatti, ecco l'ennesimo prodotto per la cura della calvizie e delle rughe della ditta LABO (Crescina®): **Cellule Staminali Vegetali Attive**⁴. **Le potenzialità delle cellule staminali sono ancora da definire chiaramente, ma cosa si sa di queste cellule staminali vegetali?**

Quindi, delle due l'una: o si tratta di un prodotto che ha una qualche efficacia, e quindi si possono avere anche degli effetti avversi, o non ha alcun effetto e quindi ci troviamo di fronte ad una pubblicità ingannevole, rispetto alla quale dovrebbero essere attuati maggiori controlli.

Dobbiamo concludere quindi che anche la bellezza ha un prezzo!

1. Lumigan®. Scheda tecnica.
2. Latisse™. Highlights of prescribing information. www.fda.gov/cder/foi/label/2008/0223691bl.pdf (accesso del 26.02.2008).
3. Addio mascara per gli occhi è in arrivo l'allungaciglia. Repubblica 15 gennaio 2009.
4. Pubblicità. Corriere della sera 15 febbraio 2009.