



colegio
de dentistas
de gipuzkoa

gipuzkoako
haginlarien
elkargoa

SUPLEMENTO ESPECIAL PUBLICITARIO



VIII SEMANA GIPUZKOA DE LA SALUD ORAL

La publicidad sanitaria, A DEBATE

Del 7 al 14 de noviembre

TOMÁS GASTAMINZA

Presidente del Colegio de Dentistas de Gipuzkoa

«La sociedad está desprotegida ante la publicidad engañosa»

El presidente del Colegio de Dentistas de Gipuzkoa, Tomás Gastaminza, expone la preocupación de la profesión por la proliferación de publicidades engañosas y agresivas, que generan confusión y pueden acabar provocando riesgos para la salud de los pacientes.

¿Por qué se ha centrado la semana de salud oral en la publicidad engañosa?

Porque es la problemática relacionada con la salud oral que más afecta a la sociedad y se está prolongando en el tiempo. Desde que las franquicias han entrado en el mundo odontológico, la profesión ha cambiado. La publicidad que podemos ver ahora por todas partes es un buen ejemplo de estas prácticas mercantilistas, que solo buscan la rentabilidad a ultranza, y dejan el acto médico en un segundo plano, con el consiguiente riesgo para la salud de los pacientes.

Como Colegio de Dentistas, estamos preocupados porque no sabemos hasta dónde puede llegar la espiral generada con esta publicidad agresiva y engañosa. Además, estamos comprobando que generan confusión en los pacientes. Llegan a nuestras consultas con dudas por las ofertas que oyen, o bien porque los tratamientos que han recibido no son lo que esperaban, o porque han sido más costosos de lo que les decía la publicidad.

¿Qué puede hacer el ciudadano para filtrar toda esa publicidad que le llega?

Ante el aluvión de ofertas, descuentos y supuestos chollos, debería buscar siempre la atención profesional personalizada como garantía de calidad, así como profesionales colegiados. Y también debería informarse debidamente antes de comenzar el tratamiento y comprobar que las instalaciones son adecuadas.

Lamentablemente, proliferan las clínicas no regidas por dentistas, en las que los presupuestos son realizados por "asesores comerciales" sin formación sanitaria. También se observa una desmedida rotación de personal en algunos centros, lo que perjudica la relación directa entre profesional y paciente.

Los ciudadanos no deben dejarse atrapar por el cebo que utilizan estas campañas de publicidad engañosas. De ahí nuestro lema "No muerdas el anzuelo", porque no puede primar solo el aspecto

económico, porque estamos hablando de un acto médico. Conviene desconfiar de las "garantías de por vida" y de los precios "desde" porque suelen tener trampa. El acto odontológico es un acto médico que no debe banalizarse y al que hay que dar la importancia que tiene.

Y en caso de duda, cualquier persona tiene de forma gratuita abiertas las puertas del Colegio para consultas o peticiones de información.

¿Qué tipo de quejas y consultas están llegando al Colegio?

Cada vez son más los pacientes que nos llaman con dudas sobre los presupuestos que les han hecho o sobre alguna publicidad que han visto. En ocasiones les resultan extraños, confusos e incluso irreales, y quieren contrastar esa información con el Colegio, una decisión que nos parece muy acertada.

Y es que vemos presupuestos con trampa, con "letra pequeña" o incompletos. Por ejemplo, consideramos totalmente inadecuado incluir promesas de tratamientos "en un día" que no siempre se pueden realizar y tienen limitaciones. O promesas de resultados que no siempre se

consiguen. Y es que en Medicina no se puede garantizar un resultado concreto.

¿Cómo se explican las diferencias de precio que puede encontrar un paciente?

En todos los ámbitos hay diferencias de precios. En el caso de la Odontología, hay muchos tipos de tratamientos y de materiales, y eso implica diferentes precios en cada caso. Además de los costes que conlleva un tratamiento, está el bagaje profesional del dentista, su experiencia, su formación continua y la calidad del tratamiento que realice. Es conveniente señalar además que la sanidad, sea donde sea, es cara. Lo que pasa es que al no entrar la odontología en la sanidad pública y tenerla que pagar de nuestro bolsillo (aunque la pública también la pagamos de nuestro bolsillo), nos duele más.

Un paciente, lógicamente, hará bien en comparar precios y buscar la opción profesional que mejor le parezca. Pero al tomar esa decisión debe estar informado y alerta, porque hay ofertas que no dicen los costes reales, porque no incluyen todos los elementos o fases que tendrá el tratamiento, o porque incluyen un "precio-gancho" de captación que luego se incrementará con otros costes, obligatorios, que no se habían mencionado.

Ante esta situación, ¿qué acciones ha puesto en marcha el Colegio de Gipuzkoa?

Hemos decidido pasar a la acción después de confirmar el nivel de confusión de los pacientes. Nosotros somos como un termómetro, porque estamos en

«Creemos que, como ocurre en otros países, la publicidad sanitaria debería estar prohibida o fuertemente regulada»



«No puede existir una sensación de 'barra libre' en publicidad sanitaria, porque supondría aceptar que la medicina se ejerza como un comercio»

contacto con ellos a diario y estamos viendo ya las consecuencias de estas prácticas engañosas. En junio pusimos en marcha una campaña de sensibilización ciudadana para alertarles de los riesgos de guiarse exclusivamente por criterios económicos. Y es que al hablar de salud, lo barato sale caro.

De igual forma, hemos realizado una campaña interna para informar a los propios dentistas colegiados de que está en riesgo el buen nombre de nuestra profesión. Y en breve anunciaremos otras iniciativas en la misma línea.

Esta preocupación que tenemos es compartida, además, con otros colegios de



dentistas del Estado, e incluso con otros Colegios profesionales sanitarios.

¿Qué demandan de las instituciones?

Creemos que, como ocurre en otros países como Francia, Alemania y Bélgica, la publicidad sanitaria debería estar prohibida o fuertemente regulada. Son las instituciones las que deben tomar cartas en el asunto, nosotros solo podemos transmitirlos los problemas e inquietudes de los ciudadanos. Y es que los pacientes están desprotegidos ante

estas prácticas. No puede existir una sensación de "barra libre", de que cualquier publicidad es válida como reclamo, porque supondría aceptar que la medicina se ejerza como un comercio. Y los riesgos y responsabilidades del acto médico no pueden ser comparables con la compra de una prenda de ropa en rebajas.

Nosotros nos sentimos respaldados por nuestros propios pacientes, que nos transmiten que esas publicidades engañosas no deberían ser permitidas, y por la inmensa mayoría de nuestros colegiados.

CAMPAÑA · PUBLICIDAD SANITARIA ENGAÑOSA



La campaña ha incidido en el concepto de que "con la salud no se juega".



Buena acogida de la campaña de sensibilización sobre la publicidad engañosa

El Colegio de Dentistas de Gipuzkoa ha puesto en marcha este año una campaña de sensibilización social para alertar a los guipuzcoanos sobre los riesgos de la publicidad sanitaria engañosa. Los resultados obtenidos hasta el momento han sido satisfactorios, ya que además de informar a la sociedad, se ha comprobado que existe un amplio respaldo social a la demanda de regulación de este tipo de publicidades, por el riesgo que suponen para la salud.

El Colegio de Dentistas, respaldado por el Consejo Vasco de Dentistas, ha diseñado este año un plan de comunicación que incluye varias vías para transmitir su mensaje de alerta ante las ofertas mercantilistas y engañosas. Es de destacar, en primer lugar, el apoyo de los medios de comunicación, que dieron una notable difusión a la rueda de prensa del 12 de junio en la que se presentó la campaña, y en la que se expresó que la

promoción de servicios sanitarios debe estar regulada mediante criterios estricta y puramente sanitarios.

En paralelo, y siempre haciendo hincapié en el concepto de que "con la salud no se juega", se colocaron durante el mes de junio llamativos carteles en autobuses y marquesinas de Gipuzkoa con lemas como "¿Está tu boca en buenas manos? Cuida tu boca como se merece" o "Morder el anzuelo te puede salir caro".

Los diseños, realizados por El Taller, se basaban en los riesgos de caer en consultas que priorizan los beneficios económicos, e ilustraban el mensaje, en tono humorístico, con retratos históricos en los que la dentadura había sido "modificada".

Al mismo tiempo, también se emitieron anuncios en varias emisoras de radio con los mismos mensajes, en euskera y castellano, siempre con el objetivo de defender los intereses de los

pacientes, proteger su salud bucodental y tutelar la actividad profesional para que se adecue a las necesidades de la población.

APOYO INTERNO

Además de recabar el apoyo de muchos pacientes que han aplaudido la demanda del Colegio de Dentistas de Gipuzkoa, también se ha realizado una encuesta interna para conocer el grado de respaldo de la propia colegiación a la campaña de sensibilización. Los resultados demuestran que la inmensa mayoría de los dentistas guipuzcoanos también defienden la necesidad de que la administración prohíba o regule de forma más estricta la publicidad sanitaria, como ocurre en países como Francia, Alemania o Bélgica.

Además, es importante destacar que la inmensa mayoría de los dentistas guipuzcoanos son profesionales contrastados, que por el propio interés de la profesión están preocupados por el peligro de que las malas prácticas de unos pocos acaben deteriorando la imagen de todo el colectivo y la debida atención al paciente.



Durante la Semana de la Salud Oral el Colegio de Dentistas entregará 700 kits a Cáritas para que los reparta en los comedores sociales que gestiona en Donostia.

VIII Semana Gipuzkoa de la Salud Oral

Como todos los años, el Colegio de Dentistas de Gipuzkoa celebra la Semana de la Salud Oral, que incluye diferentes actos con el objetivo de informar y aconsejar a la sociedad sobre los hábitos más saludables y los peligros a evitar. En concreto, en esta octava edición se ha optado por hacer hincapié en los riesgos de la publicidad sanitaria en el ámbito médico, y así, el viernes 14 de noviembre tendrá lugar una mesa redonda interdisciplinar en la que se abordará la creciente preocupación por la mercantilización de las profesiones sanitarias.

En la mesa, que tendrá lugar a las 16,30 horas en la sala de Kutxa de la calle Andia, participarán Pedro José Malagón Ruíz, magistrado titular del Juzgado de lo mercantil nº 1 de San Sebastián; Natividad Goñi Urriza,

Las jornadas científicas permiten un importante intercambio de experiencias y conocimientos entre los dentistas guipuzcoanos

vocal de la Autoridad Vasca de la Competencia; Juan Calparsoro Damián, fiscal jefe del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco; José Manuel

Urkiri Azpiazu, letrado de la Unión de Consumidores de Euskadi; José Manuel Etxaniz Makazaga, presidente del Colegio de Veterinarios de Gipuzkoa y jefe del Servicio de Salud Pública y Animal del Ayuntamiento de Donostia, y Blanca Castaño Garrido, técnico de Ordenación Sanitaria del Departamento de Salud del Gobierno vasco. La mesa estará moderada por Pablo Jiménez Sistiaga, asesor jurídico del Colegio de Dentistas de Gipuzkoa.

El altísimo nivel de los participantes en esta mesa redonda permite adelantar que supondrá un importante paso en la reflexión sobre los riesgos para los pacientes atraídos por publicidades engañosas. Entre otras cuestiones, se abordará también cuál es el papel de las autoridades sanitarias y de los poderes judiciales.

OTRAS INICIATIVAS

De igual forma, durante la Semana de la Salud Oral también se celebraron, el pasado 7 de noviembre, las VIII Jornadas Científicas, con ponencias que permitieron un importante intercambio de experiencias y conocimientos entre los dentistas guipuzcoanos, un colectivo que cuenta con grandísimos profesionales. Estas jornadas son parte de la formación continua impulsada desde el Colegio, que es fundamental en la profesión.

Durante la Semana de la Salud Oral también se efectuará una entrega de 700 kits a Cáritas para que los reparta en los comedores sociales que gestiona en Donostia. Además de un cepillo y dentífrico, se entregará información sobre la importancia del cepillado y de una correcta higiene oral.

askóra
Alimentación sana y servicios

ASKORA, y los profesionales del Colegio de Dentistas de Gipuzkoa, os recordamos la importancia de una buena higiene buco-dental. Una dieta sana y equilibrada, junto a una boca cuidada nos ayuda a mantener una buena salud.



Alimentación



Monitores



Limpieza



Atención geriátrica



Personal de apoyo



Guarderías



Colegios e Ikastolas



Residencias de estudiantes



Empresas



Comunidades y tercera edad

OPINIÓN

JUAN PAGOLA



Profesor de Ética de la Comunicación. Universidad de Deusto-San Sebastián

“SUPERMERCADOS” DE LA SALUD

EL PASADO MES DE AGOSTO el Consejo General de Dentistas en todo el Estado denunció la proliferación de publicidad engañosa y poco ética en la que se ofrecen precios muy económicos por tratamientos dentales que ocultan otros costes no anunciados. El mismo órgano alertó a los pacientes para que desconfiaran de tratamientos anunciados cuando sus costes vayan precedidos de la preposición “desde” o estén acompañados de asteriscos. Incluso, nos recordó que algunas prestaciones se anuncian como gratuitas cuando en realidad forman parte del tratamiento y normalmente no suelen cobrarse. El propio Consejo General de Dentistas consiguió en julio de este mismo año la retirada, por parte de la aseguradora Néctar, de una campaña en la que se comparaban de forma falsa descuentos en tratamientos odontológicos.

Las noticias sobre publicidad fraudulenta por parte de cadenas y franquicias dedicadas a la salud no son nuevas. Este mismo verano, los medios han dado a conocer que la comisión de control de la publicidad sanitaria del Gobierno Vasco ha abierto un expediente a Dentix por las infracciones detectadas en su publicidad. Se trata del segundo expediente abierto en cinco meses a la misma empresa y por la misma razón. Con anterioridad, en marzo de este mismo año, el Juzgado de lo Mercantil N°12 de Madrid ya había sentenciado que la publicidad difundida por las clínicas Vitaldent era “ilícita como acto de competencia desleal” por resultar engañosa. Esta franquicia anunciaba una “tecnología de implantología que recupera

toda la funcionalidad y estética de la boca en un solo día”.

Uno de los argumentos que esgrimen los profesionales de la salud para realizar dichas denuncias radica en que estas “clínicas anteponen el beneficio económico a la salud de los pacientes”. Como afirma la filósofa Adela Cortina, una profesión no sólo es un medio para el sustento personal sino fundamentalmente una actividad humana que se presta a la sociedad. La trascendencia social y moral que adquiere cada profesión tiene mucho que ver con el aporte, el bien específico, que cada una de ellas proporciona a la ciudadanía. Desde un punto de vista más corporativo, el sesgo con el que algunos negocios tiñen cotidianamente su práctica corre el riesgo de acabar empañando al conjunto de la profesión.

Aunque el entorno de mercantilización economicista lo inunde todo, en ninguna profesión, y menos cuando nos referimos al mundo de la salud, deben instrumentalizarse ni la actividad ni los beneficiarios en pos de un negocio. La “materia prima” con la que trabajan los profesionales de la salud son las personas y, por lo tanto, colocarse al mismo nivel que otros sectores en el momento de recurrir a ciertos métodos para obtener réditos se convierte en una iniciativa poco ética. Nunca la viabilidad/rentabilidad se puede alzar en una máxima que pase por encima de los bienes propios (internos) que una actividad, por sí misma, es capaz de generar en favor de la sociedad. Cuando se anteponen de forma descarada los intereses ajenos a la actividad profesional éstos

mediatizan de raíz sus objetivos y su filosofía original. Por ejemplo, no se puede admitir que distintas empresas de la salud funcionen como unidades de negocio que trabajan por objetivos. Este modelo responde a una iniciativa de producción más que a una oferta con un espíritu de servicio y de cooperación.

El uso fraudulento de la publicidad se convierte en uno de los tentáculos más habituales que emplea este modelo de salud “a la carta”. La generación de falsas expectativas en los consumidores es la esencia de uno de los artículos dedicados a la publicidad engañosa en el Código de Conducta de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, Autocontrol. La publicidad puede invitar, e incluso persuadir, al cliente potencial a la contratación de un servicio, pero siempre que lo haga respetando escrupulosamente la verdad. Contar la verdad significa, entre otras cuestiones, no silenciar ni manipular un solo ápice de la realidad. Aunque no se transgreda ninguna línea roja, la implementación de una estrategia de marketing vinculada a la promoción de ventas (ofertas, sorteos, descuentos...) tampoco parece la forma más adecuada de anunciar servicios destinados a la salud.

Nos encontramos ante un modelo emergente de negocio sanitario que, mientras se ejerza en los términos de la deontología profesional será bienvenido, pero cuando para instalarse e incrementar su cuota de mercado requiera del empleo de turbios métodos, desinformando y engañando a sus potenciales usuarios, se topará de frente con el conjunto de la sociedad.

El Seguro de Auto que protege su vida



Hasta un
50%
BONIFICACIÓN



LA CONFIANZA ES MUTUAL



Llame al 902 30 30 10
o entre en www.amaseguros.com



ROCÍO BARRIOS RODRÍGUEZ
Becaria del Programa de Formación del Profesorado Universitario del Ministerio de Educación, Ciencia y Deporte. Universidad de Granada.



MANUEL BRAVO PÉREZ
Catedrático de Odontología Preventiva y Comunitaria. Universidad de Granada.

Los dentífricos y colutorios son productos ampliamente utilizados para el cuidado oral. Ante la diversidad de dichos productos en el mercado, surgen dudas a la hora de su elección y utilización.

Dentífricos y colutorios

¿Qué debemos tener en cuenta a la hora de elegir una pasta dental de uso diario?

El elemento esencial en la pasta dental es el flúor. El uso de dentífrico fluorado dos veces al día (mejor tres veces) durante más de un minuto, es una medida de prevención de caries dirigida a toda la población cuya eficacia está totalmente demostrada. En los dentífricos fluorados, el flúor aparece en forma de fluoruro de sodio, monofluorofosfato de sodio o ambos combinados, así como fluoruro de aminas y fluoruro de estaño.

¿Es importante tener en cuenta la concentración de flúor que contiene el dentífrico?

Sí, sobre todo en niños menores de 6 años, por el riesgo de que una ingestión excesiva de flúor durante la formación dentaria provoque una fluorosis dental. Por ello, en niños de 6 a 24 meses que ingieran flúor en el agua de bebida no se recomienda el uso de dentífrico fluorado (en Euskadi, el agua del grifo contiene flúor). Si no ingieren flúor en el agua de bebida, se recomienda usar un dentífrico de 500 partes por millón (ppm) de flúor, poniendo una cantidad similar a una lenteja en el cepillo o usar un dentífrico con 1000 ppm, manchando levemente las cerdas del cepillo. En niños de 2 a 6 años, se recomienda usar un dentífrico con 1000 ppm, poniendo una cantidad similar a un guisante en el cepillo. Durante estas edades, el cepillado debe ser siempre supervisado por los padres o tutores. En niños mayores de 6 años, al no haber riesgo de fluorosis, se recomienda usar un dentífrico con 1450 ppm y 1-2 centímetros de pasta.

¿Los dentífricos pueden dar lugar a reacciones adversas?

Los dentífricos son una mezcla de productos químicos en una suspensión estable. Estos productos químicos pueden dar lugar a reacciones adversas pero su aparición es muy infrecuente. Si aparece cualquier síntoma (inflamación de algún tejido, descamación...) tras su utilización, se debe suspender su uso y consultar con un dentista.

¿Qué características especiales tienen las pastas denominadas "blanqueantes" y "desensibilizantes"?

Dentro de los componentes de los dentífricos se encuentran las sustancias abrasivas que permiten una mejor limpieza de la superficie dentaria. Las pastas blanqueantes suelen ser las más abrasivas. No obstante, hoy en día, hay nuevas sustancias no abrasivas con propiedades blanqueantes y que son incorporadas a dichas pastas como, por ejemplo, el laurilsulfato de sodio (por su acción detergente) o el covarine azul (por sus propiedades ópticas).

Por el contrario, las pastas desensibilizantes suelen ser las menos abrasivas. Además, contienen agentes que intentan evitar esa sensación dolorosa que aparece frente al frío, calor, ácido, dulce o, incluso, durante el cepillado en los dientes sensibles. La combinación más empleada es el nitrato potásico (agente desensibilizante) junto con el fluoruro de sodio.

¿Qué tipo de colutorios hay?

Fundamentalmente, podemos distinguir entre colutorios para el control de la placa dental y la gingivitis y colutorios para el control de la caries dental.

¿Cuándo es necesaria la utilización de un colutorio para el control de la placa dental y la gingivitis?

Deben ser usados cuando sean prescritos por el odontólogo. Su acción es muy beneficiosa pero en situaciones clínicas concretas como, por ejemplo, cuando el paciente no puede realizar un adecuado control mecánico de placa (después de una cirugía

oral o periodontal o pacientes con insuficiente destreza manual) o en situaciones clínicas que requieren un control de placa complementario (paciente en una fase activa de enfermedad periodontal o pacientes con ortodoncia). De todos los agentes utilizados en este tipo de colutorios, destaca la clorhexidina por su excelente control de la placa dental y la gingivitis. Las concentraciones oscilan entre el 0,05 % y el 0,2 %. El odontólogo debe decidir la concentración, la frecuencia y el tiempo de utilización del mismo.

¿Y cuándo es necesaria la utilización de un colutorio para el control de la caries dental?

Los colutorios para el control de caries dental contienen, esencialmente, flúor. Del mismo modo que ocurre con los anteriores, deben ser usados cuando sean prescritos por el odontólogo, ya que sólo se recomienda su utilización en sujetos con un alto riesgo de caries. No deben de utilizarse en menores de 6 años ya que no controlan el reflejo de la deglución, lo que podría dar lugar a una ingesta excesiva de flúor aumentando el riesgo de fluorosis dental. Las formulaciones más habituales de los colutorios fluorados utilizan fluoruro de sodio en dos concentraciones diferentes: 0,05 % para uso diario y 0,2 % para uso semanal o quincenal. El sujeto debe enjuagarse durante un minuto y no beber ni comer durante 30 minutos.

¿Puede ser sustituido el cepillado dental por los enjuagues con colutorio para el control de la caries dental?

El cepillado dental con un dentífrico con flúor no debe ser sustituido por la utilización de un colutorio. Los colutorios para el control de la caries dental deben formar parte del programa preventivo que establezca el odontólogo.

¿Es bueno que el colutorio contenga alcohol?

Algunos colutorios contienen alcohol para aumentar la sensación de frescor que experimenta el paciente al enjuagarse, pero hoy día es preferible que sean colutorios libres de alcohol.

Los colutorios únicamente deben ser usados cuando sean prescritos por el odontólogo



OPINIÓN

JAVIER SANZ ACHA



Médico Estomatólogo.
Servicio de
OdontoEstomatología
de Policlínica Gipuzkoa

LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO ORAL EN LOS MAYORES

¿Es importante que las personas mayores cuiden su boca?

La función oral está directamente relacionada con la alimentación y la comunicación, además de con la relación social y la autoestima. Con el envejecimiento, se producen cambios que conducen a su deterioro. Para los mayores, la masticación es la función oral más importante. Es un hecho probado que las personas con una buena función masticatoria, en condiciones equiparables de salud, suelen tener una expectativa de vida mayor.

¿Qué tipo de problemas suelen tener las personas mayores?

La patología múltiple es frecuente en la edad avanzada de la vida, con predominio de enfermedades crónicas. Como resultado, el consumo de fármacos es desproporcionadamente elevado y con frecuencia entraña la administración de varios medicamentos de forma simultánea. Muchos de estos fármacos, antidepresivos, antihistamínicos, antihipertensivos o diuréticos, producen una disminución de la salivación dando una sensación de "boca seca" que contribuye a dificultar la masticación. De este modo, muchos pacientes mayores tienen un flujo salival deficiente, que combinado con la reducción de prácticas de higiene oral, da lugar a una mayor acumulación de placa bacteriana sobre sus dientes.

«Es un hecho probado que las personas con una buena función masticatoria suelen tener una expectativa de vida mayor»

¿Qué importancia tiene la dieta que siga cada uno?

En los mayores, la dieta juega también un papel clave en la prevención de enfermedades. La pérdida de dientes y una pobre salud oral producen un efecto negativo en la calidad de la dieta y por ello en el estado nutricional. Reponer los dientes que nos faltan contribuye a recuperar la capacidad masticatoria y deglutoria, mejorando así nuestra calidad nutricional, ya que aumentamos la ingesta de frutas, vegetales y productos lácteos.

¿Tiene ventajas utilizar aparatos dentales para sustituir dientes?



La función oral está directamente relacionada con la alimentación y la comunicación. Y con el envejecimiento, se producen cambios que conducen a su deterioro.

Las prótesis dentales, fijas o removibles, facilitan la masticación, la fonación (el habla) y la estética. Los mayores que conservan un número suficiente de piezas dentales propias (se considera 10 pares de dientes como el mínimo eficaz) y los portadores de prótesis fijas ingieren en su dieta mayor cantidad de vitaminas y nutrientes que los portadores de prótesis removibles. A su vez, estos últimos tienen una dieta con mayor aporte nutricional que los desdentados totales que no utilizan ninguna prótesis dental.

¿Es importante limpiar bien los aparatos dentales?

El cepillado regular de las dentaduras, sean éstas fijas o removibles, en personas de cualquier edad, mejora la higiene oral, disminuyendo el biofilm bacteriano y la prevalencia de bacterias patógenas en la cavidad bucal. Esto contribuye a prevenir el riesgo de infecciones tales como neumonías por aspiración, enfermedades cardiovasculares o digestivas.

Es conveniente limpiar a fondo las prótesis dentales diariamente. En el caso de las removibles, se debe utilizar un cepillo específico (de cerdas más duras que el convencional para dientes). Debe hacerse al menos 1 vez al día, con agua y jabón. Las partes metálicas se pueden frotar con algodón empapado en alcohol, hasta que queden brillantes, desalojando la placa bacteriana. Si no lo hacemos así, esta placa bacteriana puede producir caries en los cuellos de los dientes en contacto. Conviene también quitar la prótesis por la noche para que las encías descansen de

la presión y sumergirla en un recipiente con agua a la que se añaden pastillas desinfectantes y limpiadoras específicas. No hay que olvidarse de cepillar el dorso de la lengua, por el importante acúmulo bacteriano presente en su superficie. Para realizar el cepillado de la lengua existen instrumentos específicos que nos evitan la sensación nauseosa inicial, aunque el cepillo de dientes habitual nos sirve igualmente.

¿Con qué frecuencia deben acudir los mayores al dentista?

A pesar de esta limpieza diaria, con el tiempo se pueden producir depósitos de sarro, manchas o contaminación bacteriana de la resina acrílica que la compone, por lo que debe ser valorada por su dentista al menos dos veces al año.

Las encías, con el tiempo, también sufren modificaciones, produciéndose desajustes de la prótesis que deben ser corregidos por el dentista. Esto se consigue rellenando con resina acrílica el interior de la misma (la zona en contacto con la encía), mejorando así la estabilidad y la adherencia de la misma.

Es posible que debido al uso prolongado en el tiempo de una prótesis removible, ésta se deteriore de manera que no sea posible su reparación, debido al desgaste de los dientes de resina, pérdida de adaptación de las bases de apoyo o fractura de los componentes metálicos. En tal caso, no habría otra solución que confeccionar una nueva prótesis adaptada a la nueva situación.

PAULA SIGWALD odontóloga

«El servicio de urgencias odontológicas está teniendo mucha aceptación»

La doctora Paula Sigwald ha sido la colegiada que más turnos de urgencias ha cubierto desde que comenzó a funcionar el servicio en 2013, por lo que aporta una visión privilegiada para valorar este servicio puesto en marcha por el Colegio de Gipuzkoa para atender a una necesidad social. El servicio, en marcha desde junio del año pasado, atiende a los pacientes que durante un fin de semana o día festivo se enfrentan a situaciones como la fractura de un diente o una prótesis, una endodoncia de urgencia, la caída de una funda justo la víspera de un evento importante o una dolorosa pulpitis.



Eres la colegiada que más turnos de urgencias ha cubierto desde el inicio del servicio en 2013 ¿Qué balance haces de tu experiencia de urgencias odontológicas?

Comencé en octubre de 2013 y en lo que quedaba de año llamaron 14 personas de las que acudieron nueve. Y este año ya hemos recibido 39 llamadas, de las que han acabado acudiendo a la consulta 24 personas. Con estos datos en la mano, pensamos que el Servicio de Urgencias tiene mucha aceptación por parte de la población. De hecho, la gente se desplaza desde todo el territorio guipuzcoano, incluso desde Bizkaia y Navarra.

¿En qué consiste el servicio?

Cuando recibo una llamada telefónica del paciente en el horario de guardia, se establece un diálogo para conocer su situación y poder valorarla, y también para informarle del servicio. Si finalmente se decide a acudir a la consulta, yo me desplazo a la clínica para que esté todo preparado para cuando él llegue. Y todo ello en el plazo máximo de una hora.

La labor consiste fundamentalmente en solucionar los problemas odontológicos de urgencia de los pacientes. En ocasiones son por traumatismos varios, aunque en la mayoría de los casos son por dolor o infección.

¿Se ha demostrado el acierto de la iniciativa, cree que responde a una necesidad social?

Sí, la iniciativa ha sido muy aceptada y ha tenido mucha repercusión, y estamos solucionando un problema como es el dolor de forma casi inmediata.

¿Recibís llamadas que acaban no acudiendo a la consulta? ¿Qué razones suelen exponer para decidir finalmente no acudir a la consulta?

Sí, recibimos llamadas que, tras pedir información, finalmente deciden no acudir. Los motivos suelen ser por la distancia o por el tema económico.

¿Qué tipo de casos se encuentran habitualmente durante el servicio de urgencias?

Los casos más habituales son: desvitalizaciones, radiografías, pegar dientes caídos, empastes, medicación, extracciones, fracturas y carillas estéticas.



Teléfono de urgencias

943 29 02 04

Fines de semana y festivos

de 9 a 21 horas



La odontóloga Paula Sigwald junto a las higienistas Maider Argintxona y Maitane Cabanillas.

¿Cómo suele ser la relación con el paciente en estos casos? La primera llamada, sus dudas, la satisfacción que detectan...

La reacción del paciente suele ser muy positiva, ya que se le soluciona el problema con el que viene a pesar de que sea un fin de semana. Y la verdad es que quedan muy agradecidos.

¿Recuerdas algunos casos especialmente llamativos o curiosos a los que tuviste que dar respuesta?

Pues sí. Cuando fue el festival de Jazz de San Sebastián, estaba yo de guardia y vino uno de los integrantes del grupo VINTAGE TROUBLE con una fractura en un premolar. Le solucioné el problema y me invitó al "backstage" de la actuación de ese mismo día. La verdad es que si no hubiese sido por mí no podría haber actuado...