

Pastillas para el sexo

¿No rinde al 100% en la cama? Le dirán que vaya al médico, que hay una solución (pastilla). ¡Ojo, es un montaje!

En el sexo es muy difícil hablar de normalidad. No todos somos iguales, ni tenemos los mismos intereses, expectativas o gustos. Además hay circunstancias de la vida que nos llevan a no rendir siempre al 100% o según los estándares. Por ejemplo, ante un primer encuentro con una persona muy deseada

o cuando llevamos mucho tiempo sin tener relaciones sexuales o apenas tenemos experiencia puede surgir el miedo a no estar a la altura y producirse un gatillazo. A veces, cuando la relación de pareja no es muy satisfactoria, se ha caído en la rutina o se está con mucho estrés, podemos estar



más apáticos, tener menos deseo sexual o más dificultades para excitarnos.

El caso es que de un tiempo a esta parte parece que hay un interés especial en meter en el terreno de la medicina ese tipo de situaciones. Nos bombardean con mensajes que nos llevan a pensar que hay motivos para preocuparse. Pregonan a los cuatro vientos que hay muchísimos afectados, serias repercusiones, que quienes cuidan realmente de su salud van al médico, o bien para hacerse pruebas o bien para obtener la receta pertinente. Es toda una corriente medicalizadora que en el fondo tiene fines lucrativos. Es la llamada *medicalización* de la vida (siga el hashtag #MedicalizAcción en Twitter). Eso no quita que existan situaciones en las que sea recomendable orientación e incluso terapia, pero no nos vamos a referir a ellas en este artículo.

Una erección sin fin

Hay ejemplos bien conocidos y otros no tanto de estas campañas orquestadas para vender más fármacos. Los expertos hablan de *comercio de enfermedades* o *disease mongering* para referirse a este fenómeno.

Empecemos por el caso de los problemas para mantener la erección, la llamada disfunción eréctil. Es cierto que la llegada de algunos fármacos, como la conocida Viagra, ha supuesto un avance respecto a otros tratamientos, que implican

Las definiciones de lo que es trastorno, síndrome o enfermedad las establecen grupos de expertos, de forma consensuada, pero subjetiva

cirugía (prótesis) o inyecciones (al-prostadil). Pero su uso debiera haberse reservado para los pacientes que realmente lo necesitan, como los que tienen dañados los nervios implicados en el mecanismo de la erección por un problema de diabetes o una operación de próstata. Viagra con el tiempo ha pasado a ser la píldora azul que cualquier hombre sano toma para evitar los “gatillazos” o ese ingrediente secreto que tienen productos supuestamente naturales que se venden para estimular el deseo sexual. Se compra incluso de forma ilegal por internet. Su uso, pues, se ha extendido y banalizado. Además se juega con la desinformación: apenas trascienden sus efectos adversos y sus contraindicaciones, nada desdeñables; pocos saben que su efecto no es automático y que sin cierto grado de excitación no llega la erección. Además, con el Viagra también cala la idea (falsa) de que la relación sexual solo es satisfactoria en el momento que el hombre mantiene la erección.

Tres estrategias para vender

- 1 Una de las estrategias de la industria es mostrar las cifras más llamativas, para que le gente crea que el número de personas afectadas es muy alto. La primera cifra es más realista

2%

de los varones con andropausia

Fuente: Wu, F.C., *New England Journal of Medicine*, 2010)



83%

de los varones con algún síntoma de andropausia

Fuente: II Encuesta Nacional sobre Salud del Hombre y Andropenia, 13º Congreso Nacional de Andrología, 2007)



- 2 Otra artimaña: presentar un fenómeno natural de la vida como un problema de salud

Tenga en cuenta que el declive de la actividad sexual a partir de ciertas edades es un proceso natural al que se ha etiquetado como “andropausia”

- 3 Y como no pueden hacer publicidad de los medicamentos con receta, promocionan los síntomas o la enfermedad a través de webs “informativas”. Este ejemplo es una campaña de Bayer.



Entrevista a
Enrique Gavilán

Debemos ser independientes

Enrique Gavilán es médico de familia y trabaja actualmente en Cáceres. En 2013 publicó un interesante artículo sobre la influencia de los medios de comunicación en la promoción de la andropausia.

¿Cuál es el papel de los medios de comunicación?

Los medios divulgan lo que dicen los que se erigen a sí mismos como “expertos”, a menudo plagados de conflictos de interés. En la medida que dicha información no se cuestiona y se reproduce sin más, es fácil saber cuál será el resultado final.

¿Cree que la industria farmacéutica está detrás de la llamada andropausia?

Sin duda. A pesar de que se viene coqueteando desde hace más de siglo y medio con la idea de la andropausia, no ha sido hasta ver el éxito mundial de ventas que supuso la Viagra cuando se ha convertido en un fenómeno médico y mediático. Los suplementos de testosterona, que se utilizan para tratar este problema, alcanzaron en 2012 en EE.UU. unas ventas superiores a los dos mil millones de dólares.

Pero no son los únicos interesados. Muchas clínicas privadas y sociedades científicas se benefician de medicalizar el envejecimiento y la sexualidad del varón promocionando la testosterona.

¿Cómo intentan las farmacéuticas ganarse el favor de periodistas, expertos o sociedades profesionales?

A los periodistas los invitan a “seminarios de formación” u otro tipo de eventos pseudocientíficos, donde les entre-



“Muchas clínicas privadas y sociedades científicas se benefician de medicalizar el envejecimiento y la sexualidad del varón”

gan dossiers de información sesgada y parcial, resultados de encuestas trucadas que dibujan un panorama apocalíptico donde la única salvación posible viene de la mano del gel hormonal, etc. A los expertos, directamente pagándoles para que den charlas promocionales o trabajen como consultores para ellos. Sin mucho disimulo, por cierto. A las sociedades profesionales, financiando sus congresos. Nos estamos olvidando de que los profesionales de la información y de la salud debemos ser independientes, y no meras marionetas.

La sexualidad es algo más que el coito o el orgasmo, aunque quieran hacernos creer lo contrario



Deseo y excitación a tope

Si a usted le apetece tener menos sexo del que se considera “normal”, si no se excita lo suficiente, si tiene pocas fantasías o pensamientos eróticos... y eso le ocurre de forma constante o recurrente, habrá quien le diga que podría estar enfermo y no sería algo inventado. Lo podría haber extraído del manual que utilizan la mayoría de los psiquiatras del mundo, el DSM V. Le podrían incluso decir que son “síntomas” del *trastorno de interés/excitación sexual femenino*, si usted es mujer, o del *trastorno de deseo sexual hipoactivo*, si es un varón. Pero hay que tener en cuenta que estas definiciones del DSM V son subjetivas e incluso las diferencias por sexo resultan artificiales (no se hacían igual en la edición anterior del DSM). Parece como si estuvieran preparándole el camino a los laboratorios, que dicen estar buscando una “Viagra femenina” para mejorar la libido.

Con estos ingredientes y con la ayuda de los medios de comunicación, el boca a boca, etc., el resultado es que personas que ya no se excitan como antes, porque llevan mucho tiempo con su pareja, han caído en la rutina o tienen relaciones sexuales poco satisfactorias, se alarman y empiezan a pensar que deben ir al médico.

PARA LA EYACULACIÓN PRECOZ

LA “NUEVA ESTRELLA” SE LLAMA PRILIGY

Si sopesamos sus beneficios y riesgos el balance es negativo, sin embargo tratan de hacernos creer que es la pera limonera. Lea cuáles son los ingredientes de este caso y juzgue por sí mismo.

- ◆ Eyacular “demasiado pronto”: un episodio que afecta a los varones, muy relacionado con factores psicológicos y que suele mejorar solo. Cuando no es así, suele recomendarse psicoterapia conductual.
- ◆ Se le bautiza como eyaculación precoz y se prepara una definición amplia: cuando la eyaculación se produce antes de 1 min tras la penetración vaginal, aunque solo sea en ocasiones. Eso da pie a que muchos varones puedan pensar que les afecta.
- ◆ La esperanza: un fármaco a base de dapoxetina, cuyo nombre comercial es Priligy, que cuesta de 7,8 a 10,1 euros por pastilla. Se presenta como un hito en los medios de comunicación, aunque por sus inconvenientes ni siquiera se ha aprobado en EE.UU.

- ◆ Un anuncio muy ingenioso (el de las cerillas, ¿le suena?) y una web que “informa”, www.enelmomentojusto.es, y que cuenta con el aval de varias sociedades científicas. Detrás, el laboratorio Menarini, que es el que comercializa Priligy en Europa.



- ◆ Sus beneficios son muy modestos: vea abajo lo que retrasa la eyaculación en comparación con un placebo. Además, la satisfacción subjetiva de los usuarios y de sus parejas es baja.



- ◆ Numerosos riesgos: efectos adversos (síncope), contraindicaciones (en caso de problemas cardíacos, renales, hepáticos, trastorno bipolar, depresión), interacciones (con alcohol, drogas, otros medicamentos).

Envejecemos en el sexo

Unos hablan del síndrome por déficit de testosterona, otros de andropausia y, coloquialmente, de pitopausia. Se están refiriendo a una serie de cambios ligados al envejecimiento que provocan una disminución del deseo, dificultades para lograr una erección o alcanzar el orgasmo. Tienen relación con el declive natural de una hormona, la testosterona. Por eso quienes comercializan los parches, geles, inyecciones o pastillas de testosterona tiene interés en que aumenten sus ventas o en divulgar el “problema”, como hace Bayer con la web www.tenemosunaedad.com. Pero OCU y muchas otras voces críticas estamos en contra de convertir en enfermedad este cambio hormonal. Además, de los tratamientos con testosterona ya se sabe que ofre-

cen pocos beneficios y tienen importantes efectos adversos; se desconoce su seguridad a largo plazo; es falsa su acción favorable sobre los problemas cardiovasculares. Todas estas informaciones que circulan, que al principio tienen tintes de ciencia, de rigor, que solo hablan de las bondades de un tratamiento, a la larga se descubre que son sesgadas. Muchas son campañas orquestadas por la industria farmacéutica, que no duda en financiar o en aliarse con medios de comunicación, afamados expertos, sociedades médicas, asociaciones de pacientes, etc. El objetivo es vender medicamentos, que pueden tener muchos beneficios y ser de gran ayuda para tratar muchas enfermedades, sí, pero también tienen riesgos y no siempre son necesarios. No caiga en la trampa.

LA VOZ DE OCU

La publicidad de fármacos está prohibida pero...

... los laboratorios que los fabrican y comercializan han encontrado la forma de hacerlo de forma encubierta: con noticias, artículos, estudios, webs, etc., que “informan” sobre los síntomas, la enfermedad o los beneficios de sus medicamentos. Se debería:

- ◆ Vigilar y poner límites a estas campañas de promoción.
- ◆ Velar por el derecho a una información veraz y objetiva dirigida a pacientes y profesionales sanitarios.
- ◆ Revelar las fuentes de financiación o conflictos de intereses por parte de científicos, periodistas, expertos o líderes de opinión... ♥