

reimaginar la
**meno
pausia**



Iluminar la necesidad de visionarios

La menopausia es una transición natural por la que pasan todas las mujeres; de hecho, más de 47 millones de mujeres entran en la menopausia cada año en todo el mundo. Sin embargo, a menudo sigue considerándose un tema tabú y se percibe como el siguiente paso en la vida de una mujer al que sólo tiene que „enfrentarse“. Esto puede tener un gran impacto emocional en las mujeres, ya que la menopausia marca el final de la vida reproductiva de una mujer, lo que a veces la hace sentirse menos mujer o más mayor.

La menopausia conlleva una serie de síntomas que pueden ir desde sofocos, sudores nocturnos, sequedad vaginal, cambios de humor, depresión y ansiedad. Entre el 30 y el 50% de las mujeres experimentan síntomas menopáusicos que afectan a su calidad de vida y pueden repercutir en su confianza y sus relaciones.

Además, las consecuencias físicas de la menopausia pueden incluir pérdida ósea, aumento de la grasa abdominal central y cambios adversos en el perfil de colesterol y la función vascular de la mujer. Estos cambios predisponen a las mujeres posmenopáusicas a un mayor riesgo de osteoporosis y fractura ósea, y de enfermedades cardiometabólicas (por ejemplo, diabetes y enfermedades cardiovasculares).

Todos esos síntomas contrastan enormemente con la etapa vital en la que se encuentran. Las encuestas demuestran que las mujeres de más de 50 años saben lo que quieren y tienen más confianza en sí mismas. Las mujeres de más de 50 años suelen estar más asentadas; ganan más dinero, tienen carreras consolidadas, poseen propiedades y una vida familiar estable. Las mujeres de más de 50 años saben lo que pueden y lo que no pueden hacer; saben quiénes son y quiénes no son.

Entonces, ¿qué busca y qué le ayudaría a hacer más fácil esta transición vital?

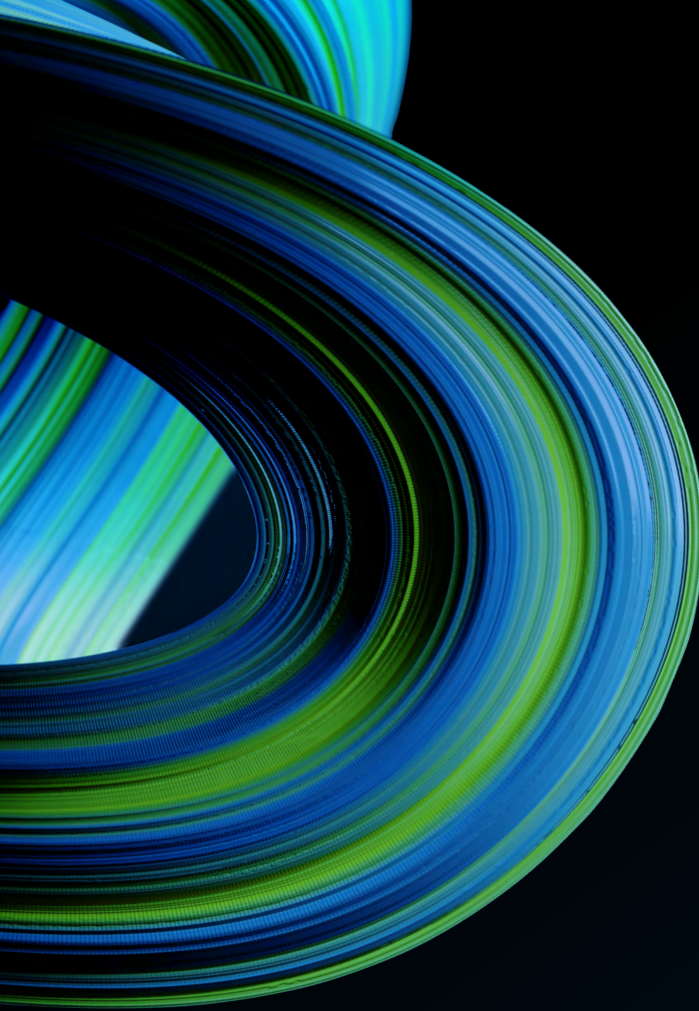
Durante este periodo de cambios, las mujeres buscan el apoyo de sus médicos, farmacéuticos o amigos. Aunque puede ser una carga para las mujeres, también puede considerarse una carga para los profesionales sanitarios, como médicos generalistas (MG), enfermeras, farmacéuticos y ginecólogos-obstetras (OB-GYN), ya que la formación y educación sobre la menopausia es alarmantemente baja, a pesar de su gran prevalencia.

Según los expertos, síntomas comunes como sofocos, sudoración, irritabilidad, ansiedad y depresión, pero también trastornos del sueño y dolores articulares, con demasiada frecuencia no se diagnostican ni tratan médicamente de forma adecuada. Por ejemplo, a muchas mujeres con estados de ánimo depresivos se las envía a casa con un antidepresivo. „Sólo al 14% de las afectadas se les diagnostica el „síndrome menopáusic“, afirma la Prof. Petra Stute, médico jefe y adjunta de Endocrinología Ginecológica y Medicina de la Reproducción de la Clínica Universitaria de Ginecología de Berna.

Resulta alentador ver que empiezan a producirse algunos cambios. En el Reino Unido, a partir del 1 de abril de 2023, las mujeres podrán obtener un certificado de prepago para la mayoría de los productos para la menopausia. Sin embargo, muchos gobiernos aún no cuentan con políticas sanitarias y carecen de apoyo financiero para la inclusión de la menopausia. En cuanto a la atención y la facturación, en Alemania existe un número de facturación para las afecciones perimenopáusicas, pero los profesionales, incluidos los ginecólogos, no reciben incentivos ni reembolsos por consultar sobre síntomas menopáusicos.

Más del 41% de las facultades de medicina del Reino Unido no incluyen la menopausia en su plan de estudios obligatorio y el 80% de los residentes de medicina interna que se gradúan en EE.UU. no se sienten competentes para hablar de la menopausia o tratarla. Sólo el 20% de las residencias de obstetricia y ginecología de EE.UU. ofrecen formación sobre la menopausia.

re
imaginar
la
menopausia



Las dos caras de las redes sociales

Como ocurre con muchas cosas, las redes sociales pueden ser una fuerza para el bien o para el mal. Plataformas como Instagram o Twitter pueden romper el tabú de la menopausia permitiendo a las usuarias hablar de sus experiencias, interactuar con otros y sentirse menos solas. Pueden ayudar a normalizar esta fase de la vida y convertirla en parte de la conversación cotidiana. El efecto de desinhibición en línea facilita que se compartan ansiedades, experiencias y consejos. Siempre que esto no se plantee como un consejo médico, sirve de apoyo, alivia la sensación de aislamiento y a menudo anima a la gente a ponerse en contacto con su médico. Además, las redes sociales son una herramienta fundamental para los activistas de la menopausia, como la campaña #MakeMenopauseMatter.

Pero las diferencias de opinión también pueden degenerar en inútiles disputas online, y la información contradictoria de Internet puede crear aún más confusión entre los pacientes. La cara oculta del efecto de desinhibición online es que puede llevar a que los espacios de las redes sociales se vuelvan tóxicos.

La desinformación se comparte libremente en las redes sociales, ya sea involuntariamente o a veces con fines comerciales: el 16 % de las publicaciones de Instagram con el hashtag #menopausia anuncian servicios o productos. Además, las redes sociales se nutren de frases hechas; los estudios matizados se simplifican y a menudo se tergiversan. Las experiencias personales o anecdóticas se confunden con pruebas y a veces desacredita a los médicos. Las plataformas de las redes sociales son negocios no regulados y a menudo es difícil para las mujeres saber qué información procede de una fuente fiable.

A menudo la equidad de matices, la inclusión y la diversidad de experiencias no están representadas, y los médicos en las redes sociales suelen ser muy escasos. Una excepción en el Reino Unido es la Dra. Nighat, médico de cabecera especializada en salud femenina y planificación familiar con más de 15 años de experiencia en el NHS y en la práctica privada, que sensibiliza sobre la menopausia y la atención sanitaria a mujeres negras y asiáticas. Desde Buckinghamshire, puede atender a sus pacientes en urdu y punjabi, lo que le permite llegar a un grupo mucho más amplio de mujeres a través de las redes sociales. La Dra. Nighat es muy activa en Instagram y TikTok, y sus publicaciones van desde „Consejos para la THS“ hasta consejos generales sobre la menopausia. Pero es más la excepción que la regla.

3 | Internet como mal consejero

Muchos profesionales sanitarios se sienten abandonados en su lucha por encontrar las opciones de tratamiento adecuadas y seleccionar las opciones correctas en función de las necesidades individuales de sus pacientes. Es posible que no se sientan preparados para debatir eficazmente las opciones de tratamiento de la menopausia y entablar una conversación sobre la toma de decisiones compartida.

La colaboración entre médicos de cabecera y ginecólogos es esencial para proporcionar a las mujeres la mejor atención posible durante la menopausia. Los médicos de cabecera suelen ser el primer punto de contacto para las mujeres que buscan ayuda con los síntomas menopausia y, si es necesario, pueden remitirlas a un ginecólogo para que reciban atención especializada. Los ginecólogos pueden trabajar con los médicos de cabecera para desarrollar planes de tratamiento individualizados que aborden las necesidades y preferencias únicas de cada mujer.

A lo largo de la menopausia, las mujeres cambian con sorprendente frecuencia de médico para tener consultas ginecológicas significativas. Muchas mujeres se sienten solas y recurren a buscar y compartir opciones de tratamiento con sus compañeras en las redes sociales. Pero el tono pasa de la frustración a la ironía o incluso al sarcasmo.

Opciones de tratamiento actuales

La opción terapéutica más utilizada actualmente es la Terapia Hormonal Sustitutiva (THS), que puede ayudar a aliviar los síntomas de la menopausia sustituyendo las hormonas que el cuerpo ya no produce. Sin embargo, existen distintos tipos de THS y puede que no sea adecuada para todas las mujeres.

La THS también puede conllevar algunos riesgos, como un mayor riesgo de cáncer de mama y de coágulos sanguíneos, que deben explicarse en un debate informado sobre la toma de decisiones compartida. Dados los riesgos potenciales asociados a la THS, es esencial que las mujeres reciban información personalizada, atención, revisión de los antecedentes familiares y orientación por parte de sus profesionales sanitarios. Los ginecólogos son especialistas en la salud reproductiva de la mujer y se encuentran en una posición única para proporcionar asesoramiento experto y apoyo a las mujeres que atraviesan la menopausia. Los ginecólogos pueden ayudar a las mujeres a comprender los beneficios y riesgos de la THS y orientarlas sobre otras opciones de tratamiento, como terapias no hormonales, cambios en el estilo de vida y terapias complementarias y alternativas. Para sentirse cómodos, los médicos, enfermeros, farmacéuticos y ginecólogos-obstetras necesitan formación para entablar conversaciones abiertas sobre la toma de decisiones compartida con las mujeres en la perimenopausia. Existe una gran oportunidad para que las empresas farmacéuticas y sanitarias aborden y reduzcan el estigma de la menopausia para impulsar un mejor compromiso y planes de tratamiento más eficaces. Las mujeres necesitan productos para tratar sus síntomas específicos de la menopausia, y el mundo necesita una marca lo suficientemente valiente como para abordar el estigma social asociado a la menopausia.

La menopausia es un problema complejo y polifacético que requiere un enfoque holístico

Las empresas farmacéuticas y sus marcas pueden ayudar a combatir el estigma en torno a la menopausia y garantizar que todas las mujeres reciban el tratamiento adecuado e información fiable. Pueden colaborar con las aseguradoras médicas y los médicos para incluir el tema en la agenda de las consultas, en las redes sociales y, junto con el público, incluidos los periodistas, las organizaciones no gubernamentales (ONG) y las organizaciones internacionales, pueden estimular la investigación, educar y contribuir a un nuevo discurso.

Juntos, pueden conseguir que los responsables políticos vuelvan a prestar más atención a este tema, inviertan en la formación de médicos, ginecólogos-obstetras, enfermeros y farmacéuticos, e integren firmemente el tema en los planes de estudio universitarios para garantizar que la menopausia se convierta en parte integrante de la formación de médicos de cabecera y otros profesionales sanitarios, a fin de que puedan ofrecer una atención personalizada que aborde los síntomas y necesidades específicos de las mujeres.

Los medios sociales pueden ser fuente de información fiable procedente, en primer lugar, de expertos cualificados, como médicos, asociaciones médicas, compañías de seguros médicos, grupos de defensa del paciente y otras ONG. Sin embargo, las redes sociales no deben descontrolarse y hay que sensibilizar a la opinión pública sobre las marcas de confianza. Por ejemplo, a través de iniciativas como PIF TICK en el Reino Unido, una marca de calidad para la información impresa y en línea sobre la salud de los pacientes. De este modo, los pacientes y el público pueden estar seguros de que lo que leen, ven o escuchan está basado en pruebas, es fácil de digerir, está actualizado y se produce con el mejor nivel de calidad posible. Las empresas farmacéuticas y sus marcas tienen una oportunidad única de apoyar a las mujeres en esta importante etapa de su vida.

En un momento en que la salud de la mujer está en el punto de mira, todos tenemos la oportunidad -en realidad la obligación- de arrojar luz sobre el peso de la menopausia y las experiencias de las mujeres. Tenemos que concienciar sobre los retos a los que se enfrentan las mujeres durante esta transición y la importancia de una gestión eficaz de los síntomas menopáusicos. También tenemos que reconocer el papel que pueden desempeñar los ginecólogos y el equipo profesional sanitario en general para apoyar a las mujeres en su viaje hacia la menopausia.

La menopausia es una parte natural e inevitable de la vida de toda mujer. Trabajando juntos, podemos garantizar que las mujeres tengan el apoyo que necesitan para superar esta transición con éxito y tomar decisiones informadas que sean adecuadas para ellas como personas. Aceptemos la menopausia como un proceso normal y natural, y proporcionemos a las mujeres los recursos fiables y el apoyo que necesitan para gestionar esta etapa de la vida con confianza y facilidad.

meno pausia

inka ficht

6 |



Vicepresidenta Ejecutiva, Directora de Compromiso con el Cliente, IPG Health Europe

Profesional de alto nivel en marketing farmacéutico con más de 20 años de experiencia en comunicaciones sanitarias que abarcan marcas de medicamentos recetados, de venta libre y de consumo; Inka ha desempeñado funciones directivas en IPG Health.

A lo largo de su carrera, ha dirigido equipos internacionales que trabajan en diversas indicaciones, como salud de la mujer, cardiología, enfermedad renal crónica, tos y resfriado, higiene dental, dispositivos médicos, atención renal, artritis reumatoide, oncología, dermatología y gastroenterología.

Inka ocupa el cargo de Directora Ejecutiva de Specialty Services Europe desde febrero de 2022. Su principal objetivo es dirigir un equipo de expertos en toda la región y garantizar que la relación cliente-agencia fomente el desarrollo de una asociación mutua que ofrezca oportunidades de crecimiento, a través del trabajo de un equipo de agencias apasionado y con talento.

inka.ficht@ipghealth.com

IPG HEALTH
EUROPE

Linda Cowie

8 |



Vicepresidenta, Directora de Ciencias del Comportamiento y Experiencia del Paciente, SOLVE(D)

Linda cuenta con más de 30 años de experiencia internacional en el sector sanitario en el Reino Unido, Europa, Estados Unidos y Japón. Al principio de su carrera trabajó con clientes y ocupó cargos directivos en marketing y comunicación en empresas farmacéuticas como SmithKline Beecham/GSK.

Más tarde se dedicó a la consultoría y a las agencias, y ha ocupado puestos de dirección en planificación estratégica, participación de pacientes y servicios al cliente. Su especialización en estrategia e impulso del cambio de comportamiento está respaldada por una maestría centrada en la identificación y el tratamiento de los problemas de comportamiento y por su formación en PNL. También es farmacéutica titulada y posee un MBA.

linda.cowie@solved.health

IPG HEALTH
EUROPE