

Errores en la comunicación de posibles vacunas

Milagros Pérez Oliva

La pandemia de COVID-19 ha sido una especie de test de estrés que ha puesto a prueba a todos los estamentos sociales, políticos y mediáticos que han tenido que lidiar con ella. No ha sido fácil luchar contra una amenaza que ha llegado por sorpresa, pese a las muchas advertencias previas, y que está provocada por un virus que ha resultado ser más insidioso y difícil de doblegar de lo que lo fueron sus antecedentes, el SARS y el MERS. En la medida en que se ha convertido en una pandemia global, que rebrota en cuanto se relajan las restricciones a la interacción social, ha hecho mucho más perentoria la necesidad de una vacuna.

La ciencia y la industria farmacéutica han sido capaces de desarrollar en menos de un año diferentes prototipos de vacuna, y ello ha sido posible por el trabajo previamente desarrollado, pero también por un esfuerzo sin precedentes de cooperación e intercambio de información científica. Es un hito que la sociedad sin duda valora. Sin embargo, aunque la mayoría de los

ciudadanos confía en las vacunas como una herramienta para poder controlar la pandemia, las encuestas muestran una sorprendente proporción de personas que no están seguras de querer vacunarse de inmediato o que expresan abiertamente sus reticencias a hacerlo.

En este contexto, la comunicación sobre las primeras vacunas es un elemento crucial para despejar las dudas y lograr una mayor adherencia a las campañas de inmunización, de las que depende que se pueda alcanzar la inmunidad de rebaño capaz de hacer retroceder al virus. Cuidar la comunicación es siempre importante, pero en este caso lo es mucho más por las consecuencias que un rechazo infundado podría tener para el control de la pandemia.

Desde este punto de vista, ¿cómo ha sido la comunicación hasta ahora? ¿Se han cometido errores?

En el momento de celebrarse este seminario, una docena de prototipos han llegado a la fase 3 de ensayo clínico en humanos y lo

han hecho en un tiempo récord. Sus resultados se esperaban con ansiedad, pero la comunicación de los datos no ha sido todo lo pulcra y transparente que sería deseable. El modo en que se han comunicado no ha contribuido a la confianza necesaria en un momento de tanta incertidumbre.

El primer gran error ha sido que los esperados datos sobre eficacia y seguridad se han dado a conocer en notas de prensa de las propias empresas farmacéuticas. No solo se han comunicado directamente a la población a través de los medios de comunicación, sin revisión por pares independientes ni publicación previa en revistas científicas, sino también mediante notas corporativas que omitían información relevante para poder evaluar el alcance real de la información. Esta no es precisamente la mejor forma de comunicar la ciencia. Es información de parte que se emite sin posibilidad de evaluación inmediata, y eso le resta credibilidad.

La comunicación se produce, por otra parte, en una situación de gran ansiedad social y una notable fatiga pandémica, en la que es fácil que las buenas noticias se magnifiquen al tiempo que se baja el umbral de exigencia y crítica razonable. Las compañías promotoras de las vacunas han conseguido un gran eco mediático, pero la recepción de la información en esas condiciones

puede ser problemática y agravar la desconfianza previa de ciertos sectores, que precisamente tiene como gran argumento los intereses ocultos y la presunta opacidad de la gran industria farmacéutica.

Las noticias posteriores sobre la venta de acciones de directivos no han ayudado precisamente a desvanecer las sospechas. Ha ocurrido tanto con la vacuna de Pfizer como con la de Moderna, dos de las tres más avanzadas. Las noticias sobre la vertiente financiera, publicadas días después del anuncio, solo han servido para confirmar o despertar suspicacias. La intrahistoria de estos anuncios, expuesta con detalle primero en la prensa económica y más tarde en la general, invitaba sin duda a la desconfianza.

Los tiempos tampoco han sido inocentes. No es casualidad que todos los anuncios sobre eficacia se hayan hecho un lunes, coincidiendo con la apertura de la semana bursátil. Veamos la cronología y sus detalles.

Lunes 9 de noviembre

La farmacéutica Pfizer anuncia que la vacuna que investiga con el laboratorio alemán BioNTech alcanza una eficacia del 90% con dos dosis administradas con un intervalo de 28 días. Tras el anuncio, las bolsas europeas suben un 5% en apenas unas horas. Las acciones de

la compañía se revalorizan un 15%. Dos días más tarde se sabe que dos directivos han vendido paquetes importantes de acciones el mismo día del anuncio. En concreto, el director ejecutivo Albert Bourla vendió un total de 132.508 títulos a un precio de 41,94 dólares, lo que le reportó ingresos por un valor aproximado de 5,6 millones de dólares. El valor máximo que habían alcanzado las acciones de la compañía era de 41,99 dólares, es decir, que Bourla vendió casi a la máxima cotización de las últimas 52 semanas.

La normativa vigente sobre información privilegiada y conflicto de intereses obliga a los directivos de las compañías que cotizan en bolsa a notificar con antelación su intención de vender acciones de la propia empresa. La venta debe realizarse a partir de la fecha indicada, siguiendo instrucciones previas sobre un momento preciso o un determinado nivel de cotización. Con ello se pretende que los directivos no puedan beneficiarse de información privilegiada a costa de los demás accionistas. Sin embargo, lo que la normativa no prevé es que esos directivos tienen en sus manos otra llave: la de anunciar hechos relevantes que afectarán a la cotización en el momento que más convenga a sus intereses.

Obviamente, la divulgación de esta forma de proceder de los directivos

de Pfizer, aunque sea legal, no ayuda a generar confianza sobre la vacuna. Los intereses económicos de las compañías son legítimos, como también los de cualquiera de sus accionistas, pero negocio y salud son términos que maridan mal en la consideración de la opinión pública.

Lunes 16 de noviembre

La empresa norteamericana Moderna, que investiga junto a los National Institutes of Health de los Estados Unidos una vacuna con el mismo procedimiento de Pfizer (fragmentos de RNA mensajero), emite una nota pública en la que anuncia también una eficacia del 95%. Asegura que protege de las formas graves de la enfermedad y también a las personas vulnerables, lo que constituye una ventaja importante. Las acciones de la compañía se disparan en la bolsa hasta un 20% durante la jornada, y en los días posteriores consolida una subida del 9,5%. En el pico de la cotización, el consejero delegado Stéphane Bancel, con un patrimonio estimado por Forbes de 3900 millones de dólares, vende parte del 6% de las acciones que posee de la compañía. Entre enero y noviembre, los títulos de Moderna se han revalorizado un 356,6%.

Dos días después de este anuncio, el miércoles 18, Pfizer contraataca con un nuevo comunicado en el que afirma la plena validez estadística

de los resultados anunciados de su ensayo con 44.000 participantes y asegura que los nuevos datos confirman la eficacia de su vacuna en todos los grupos de edad y condiciones. Afirma que se han producido 170 contagios, de los que solo ocho habían recibido dos dosis de la vacuna real; el resto, 162 voluntarios, recibieron placebo (dos inyecciones de agua con sales). La compañía anuncia además que puede producir 50 millones de dosis en 2020 y 1300 millones en 2021.

Cuando hace este anuncio, más del 80% de esas vacunas ya están comprometidas en precontratos con países de alto nivel de desarrollo, según el grupo británico Global Justice Now.

Lunes 23 de noviembre

AstraZeneca, la compañía aliada con la Universidad de Oxford que desarrolla la tercera vacuna más avanzada, emite un comunicado que pretende colocarla en la rampa de salida en competencia con las dos anteriores. En este caso, la vacuna se basa en un método diferente: utiliza un adenovirus que provoca catarro en los chimpancés como vector para introducir material genético del coronavirus y generar inmunidad. Puede presentar, por tanto, ventajas sobre las otras dos vacunas, especialmente de conservación. Pero la información que emite es tan confusa que consigue todo lo

contrario y es un ejemplo de lo que nunca debe hacerse en comunicación.

En su nota habla de una eficacia del 70% basada en resultados preliminares de un estudio con 24.000 voluntarios en el Reino Unido, Brasil y Sudáfrica. Más tarde precisa que ese porcentaje corresponde al promedio de dos ramas del estudio, una con 8900 participantes, en la que se obtiene un 62% de eficacia, y otra con 3700 participantes, en la que la eficacia sube hasta el 90% pese a que en la primera inyección solo han recibido media dosis, sin que pueda explicar la razón. ¿Serendipia? Resulta muy sorprendente que con media dosis inicial y una segunda entera mejore la eficacia. En realidad, la administración de media dosis no responde a una prueba prediseñada, sino a un error en la dosificación. Así lo reconoce el vicepresidente de la compañía, Manelas Pangalos, en una entrevista.

Lo más grave es que en la primera nota pública se omite que los resultados del estudio más favorable corresponden a personas menores de 55 años, lo que deja fuera a las franjas de edad de mayor riesgo y coloca a la vacuna en desventaja respecto a sus competidoras.

¿Por qué una compañía que se juega el prestigio publica datos confusos de dos estudios diferentes, con una

cifra de eficacia promedio cuando son dos grupos que no pueden compararse, y una dosificación cuyo resultado desafía la lógica? Por las prisas. AstraZeneca lleva ya dos semanas de retraso y acusa la presión competitiva.

Los medios de comunicación estamos acostumbrados a notas que, sin ser falsas, ofrecen una percepción distorsionada de los resultados que a veces da lugar a titulares mucho más optimistas de lo que la realidad permite. Por ejemplo, cuando de un tratamiento oncológico experimental se nos dice que dobla la supervivencia media, omitiendo de qué supervivencia estamos hablando. Obviamente, no es lo mismo doblar una supervivencia media de 3 años que de 3 meses. Siempre es una mala estrategia, pero cuando hay una lupa tan grande sobre un ensayo, puede ser un grave error.

El hecho de no poder dar una explicación plausible de por qué media dosis es mejor que una dosis entera genera dudas, tanto sobre el diseño del estudio como sobre los resultados. Para colmo, pretendieron hacer de la necesidad virtud y en la segunda nota destacaban que, al necesitar media dosis, la vacuna podría llegar a más población, lo que a todas luces era un argumento oportunista. No es de extrañar que, con estos errores de comunicación, el efecto fuera el contrario del deseado y las acciones de

AstraZeneca cayeran esa semana en la bolsa de Londres un 6%.

Todo esto es consecuencia de la carrera por ser los primeros. Cuando estas comunicaciones se producen hay 48 vacunas candidatas en fase de ensayos en humanos, nueve de ellas en estudios avanzados de fase 3. La primera que llegue a la ventanilla de las agencias reguladoras tiene muchas ventajas. Puede que las primeras en hacerlo no sean las mejores, pero serán las que se lleven los contratos más importantes. De hecho, antes incluso de obtener la aprobación ya se han firmado preacuerdos de suministro y contratos a riesgo. Solo la Unión Europea tiene encargados 1300 millones de dosis.

En la cobertura mediática sobre las vacunas se ha hecho hasta ahora mucho énfasis en los aspectos técnicos, pero muy poco en los sociales. Conforme se acerca el momento de la comercialización se abordan otras cuestiones, como

el precio y las condiciones de fabricación y distribución, pero apenas se discute sobre el acceso a pesar de que existe una iniciativa global, el proyecto Covax, para asegurar el suministro a los países pobres. Esa será la piedra de toque de las vacunas y en esta fase de la pandemia apenas se habla de ello. Queda fuera del marco de discusión si la subasta al alza entre los países ricos por asegurarse el suministro es el mejor método para garantizar el acceso universal a las vacunas y acabar con la pandemia.

En realidad, hay grandes diferencias entre las compañías al abordar esta cuestión tan importante. Por exigencia del equipo científico de la Universidad de Oxford, la farmacéutica AstraZeneca se ha comprometido a suministrar la vacuna sin ánimo de lucro durante la pandemia y a mantener el precio de coste a perpetuidad en los países con menos recursos. Esta vacuna saldrá a un precio de entre 2 y 3 euros

por dosis, frente a los 15 euros de la de Pfizer y los 20 euros de la de Moderna. AstraZeneca asegura haber firmado acuerdos para vender 3000 millones de dosis en todo el mundo y hace tiempo que comenzó el proceso de producción de acuerdo con una planificación orientada a garantizar los suministros en los cinco continentes.

Estos detalles tienen mucha relevancia social y, en cambio, apenas forman parte del marco de la discusión. Las informaciones se han fijado más en los diferentes requerimientos de conservación de las vacunas, especialmente en que las de Pfizer y Moderna requieren temperaturas de -70 y -20 °C, respectivamente, mientras que la de Astra-Zeneca solo precisa refrigeración convencional. Es de esperar que, en el momento en que estén aprobadas, estos temas sean objeto de mayor atención informativa.