

**DENUNCIAS CONTRA LA INDUSTRIA**

# La vacuna contra el papilomavirus humano o el triunfo del marketing

- En España 6.000 personas han pedido que se retrasen los programas de vacunación
- Algunos expertos critican la presión de la industria para acelerar su aprobación
- Previene lesiones precancerosas pero aún no ha mostrado eficacia a largo plazo

Actualizado jueves 21/08/2008 02:32 (CET)

## MARÍA VALERIO

MADRID.- Una treintañera espera su turno en la consulta del ginecólogo mientras se entretiene leyendo un cartel en la pared sobre la nueva vacuna del papilomavirus. Al entrar, le pregunta a su médico si ella debe ponerse la inyección. "Pensaba que se trata de una terapia para niñas y adolescentes que aún no han mantenido relaciones sexuales...", musita ella, que acude religiosamente a su revisión anual. Su especialista le responde que le costará alrededor de 400 euros recibir los tres pinchazos necesarios, pero que no estaría de más que se la pusiera.



Una de las dos vacunas autorizadas en España  
(Foto: Alberto Di Lolli)

La escena se repite desde hace meses en las consultas españolas a medida que el cáncer de cuello de útero **ha dejado de ser un tumor casi desconocido** (y minoritario) para pasar a ser protagonista de una gran campaña de marketing.

El diario estadounidense 'The New York Times' ha publicado esta semana en su portada un largo análisis en el que destacados investigadores manifiestan sus dudas por los métodos que las compañías fabricantes de la vacuna han empleado para crear en los padres la necesidad ("la urgencia") de inmunizar a sus hijas.

El virus del papiloma humano se transmite por vía sexual aunque **la mayoría de las infecciones que provoca desaparecen por sí solas**. Sólo si el problema persiste y no se detecta a tiempo (mediante una citología, por ejemplo) puede llegar a desarrollarse un tumor maligno en el cuello del útero. Las dos vacunas en el mercado (Cervarix, de GlaxoSmithKline; y Gardasil, comercializada en España por Sanofi Pasteur MSD) están diseñadas para prevenir la infección por cuatro cepas del virus: el 16 y el 18, causantes del 70% de los tumores; y el 6 y 11, responsables de las verrugas genitales.

## Eficacia probada, dudas pendientes

En el terreno científico nadie duda de la eficacia científica de ambas inyecciones. Sin embargo, cada vez son más las voces que subrayan las cuestiones aún no resueltas de la terapia, y que critican la prisa con que se ha autorizado su uso a gran escala. ¿Cuánto dura su protección? ¿Será necesaria una dosis de recuerdo al cabo de ciertos años? ¿Cómo afectará a la inmunidad natural del organismo contra el virus? ¿Es más rentable para el sistema sanitario que la citología capaz de detectar las lesiones precancerosas? ¿Crearé en las mujeres una falsa sensación de protección?

En nuestro país, más de 6.000 personas han firmado ya un manifiesto a favor de una moratoria en la aplicación de la vacuna en nuestro país. Un documento que solicita "un período de reflexión, de seguimiento en poblaciones reales (...) para solventar las dudas razonables que existen sobre la idoneidad de este programa de vacunación en España".

El texto, que promueve el catedrático de Salud Pública de la Universidad de Alicante Carlos Álvarez-Dardet, señala que para cuando se empiecen a prevenir los primeros casos de cáncer de cuello uterino en España, "dentro de 30 años", **el Sistema Nacional de Salud se habrá gastado unos 4.000 millones de euros**. Prevenir una sola muerte por cáncer de cérvix habrá costado alrededor de ocho millones de euros, apuntan, sin ahorrarse nada del actual sistema de detección precoz mediante citología, que sigue siendo recomendado incluso aún estando vacunada.

Y es que el cáncer de cuello de útero sigue siendo, a pesar de lo que pueda parecer, una enfermedad de los países en desarrollo, donde carecen de los medios para hacer un cribado adecuado mediante citologías. Organizaciones como la de Bill y Melinda Gates están centrando sus esfuerzos en **que la terapia esté disponible a bajo precio en los países de África y Latinoamérica, allí donde la incidencia de este cáncer femenino es mayor**. En España se diagnostican 2.000 cánceres de este tipo al año (una de las cifras más bajas de Europa), que provocan alrededor de 600 muertes.

## Estrategias publicitarias

"El problema es que se ha comercializado demasiado pronto", explica Álvarez Dardet a elmundo.es. "Pueden aparecer efectos secundarios desconocidos hasta ahora, y tampoco sabemos a ciencia cierta si la vacuna previene las muertes por cáncer de cuello de útero". Los Centros de Control de las Enfermedades (CDC) de EEUU han recibido por ahora 9.749 notificaciones de reacciones adversas tras el pinchazo, ninguna de ellas graves, pero que sí serán investigadas.

Este catedrático es una de las voces críticas con las técnicas de marketing utilizadas por las compañías fabricantes de la vacuna para **crear en la sociedad la sensación de que es necesario vacunarse**.

Él mismo solicitó al organismo de autocontrol de la publicidad la retirada de una campaña por publicidad engañosa, que contaba con el aval de la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia (SEGO) y la Asociación Española de Pediatría. "Cuál fue mi sorpresa cuando me respondieron por escrito diciendo que una compañía farmacéutica había decidido retirar la campaña 'Cuéntaselo'", relata. Este documento, que obra en poder de elmundo.es, no hace ninguna referencia a las dos sociedades que ponían su sello en la campaña (cuya [página web](#) está también desactivada desde entonces). "En España", recuerda este especialista, "la publicidad directa de fármacos está prohibida, pero éste era un buen disfraz".

El presidente de la SEGO, José Manuel Bajo Arenas, no niega esta acusación, pero insiste en que "sólo ponemos nuestro sello en temas razonables". Según este especialista, "de las mil cosas organizadas por la industria, de todo lo que han orquestado, hay algunas cosas que nosotros sí hemos respaldado. Otras no".

Pero Álvarez Dardet no se corta al criticar que estas sociedades científicas "están defendiendo más los intereses de la industria que de las mujeres y niñas" y añade que "están minando su credibilidad". El ginecólogo responde que la sociedad científica respalda únicamente los datos de los ensayos llevados a cabo hasta ahora, "que dicen que **la vacuna es muy eficaz y que sin duda va a beneficiar a las adolescentes**".

Sin embargo, el catedrático cuestiona que no haya aparecido ningún estudio nuevo sobre la vacuna en el último año y medio en las revistas médicas de prestigio que sí recogieron los trabajos iniciales.

## Presión de la industria

En esta polémica, concluye, se mezclan a partes iguales la evidencia científica y la ética empresarial. El diario NYT denuncia por ejemplo las ingentes cantidades de dinero invertidas por la industria en actividades con grupos de pacientes, asociaciones de padres y conferencias de reputados expertos ("a 4.500 dólares por charla"). Ninguna de las dos compañías que venden la vacuna en España han querido facilitar a elmundo.es datos sobre las cantidades de dinero invertidas aquí en promoción o marketing.

"Toda esta presión está haciendo que la gente piense que es un mal padre si no vacuna a sus hijos",

ha declarado Abby Lippman, profesora de la Universidad canadiense de McGill. "Merck [que comercializa Gardasil en EEUU] ha creado un sentimiento de pánico, de que hay que vacunarse ya", añade por su parte Diane Harper, una de las principales investigadoras de los estudios iniciales de esta terapia. "Debido a esta agresividad me **temo que todo ha ido demasiado rápido**". Gardasil sólo tardó seis meses en ser autorizada por la agencia estadounidense del medicamento (FDA) cuando este plazo suele rondar hasta los tres años.

Una de las principales preocupaciones de los especialistas es cuánto durará la protección que confiere la vacuna, algo que los ensayos no han podido certificar de momento porque sólo llevan cinco o seis años de seguimiento. "Es evidente que es una incógnita en el aire", reconoce Bajo Arenas, "pero se irán despejando".

El coste de la terapia tampoco ha pasado desapercibido; mucho más cara que una vacuna cualquiera de otro tipo. "Los altísimos costes de la vacunación atacan a la sostenibilidad financiera, no sólo del calendario vacunal sino de todo el servicio de salud pública", defiende el manifiesto, que firmó el actual director general de Salud Pública, Idefonso Hernández Aguado, cuando aún no ocupaba este cargo público y ejercía como presidente de la Sociedad Española de Epidemiología.

## **SIGUE**

---

Portada > Salud > **Cáncer**



© Mundinteractivos, S.A.

Dirección original de este artículo:

<http://www.elmundo.es/elmundosalud/2008/08/20/oncologia/1219249667.html>