



# 2040?

## RETOS FUTUROS DE LAS CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN

Josep Lobera

# INTRODUCCIÓN

Las campañas de vacunación en España han sido eficaces, pero enfrentan transformaciones profundas en el contexto social.

**Desconfianza**

**Demografía**

**Difusión**

**Digitalización**

**Desigualdades**

# 1. DESCONFIANZA (Y DESINFORMACIÓN)

## ❖ Desconfianza Institucional

La erosión de la confianza en instituciones gubernamentales y sanitarias. requerirá estrategias de comunicación más sofisticadas y transparentes para mantener la confianza pública.

## ❖ Desinformación

Puede propagarse más rápido que los virus, creando resistencia incluso a vacunas bien establecidas. La experiencia del COVID-19 ha mostrado cómo las redes sociales y la polarización política amplifican la desinformación.

## ❖ Movimientos Antivacunas Organizados

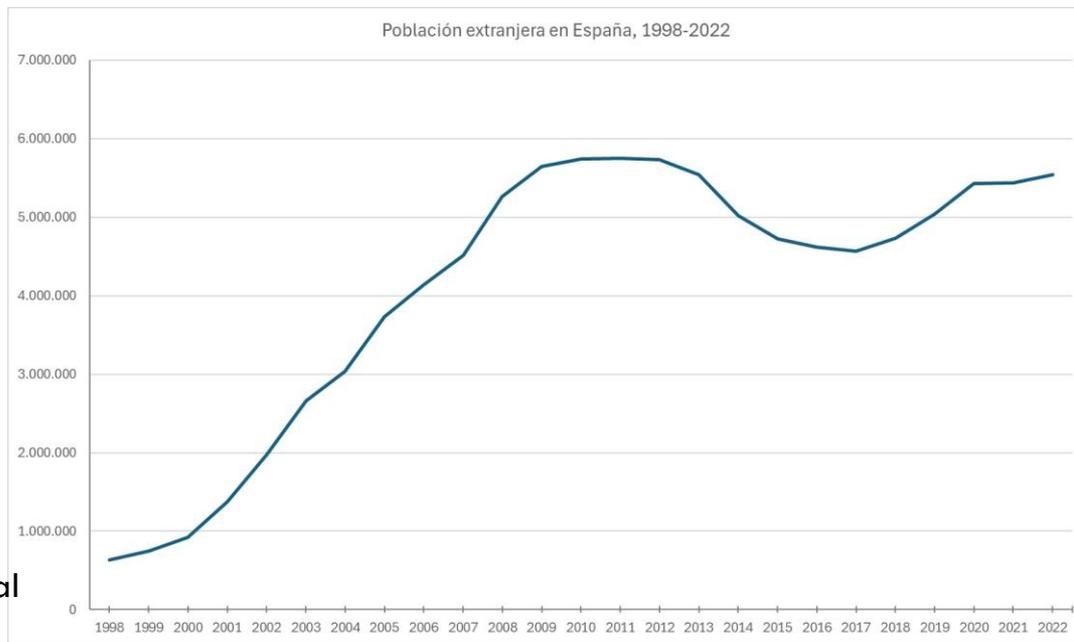
Estos grupos probablemente se volverán más sofisticados, utilizando inteligencia artificial para crear desinformación más convincente y dirigida, requiriendo contramedidas igualmente avanzadas.

Creciente importancia de comprender estos fenómenos. Atajos cognitivos, ciencia de la comunicación del riesgo, identidad, etc.

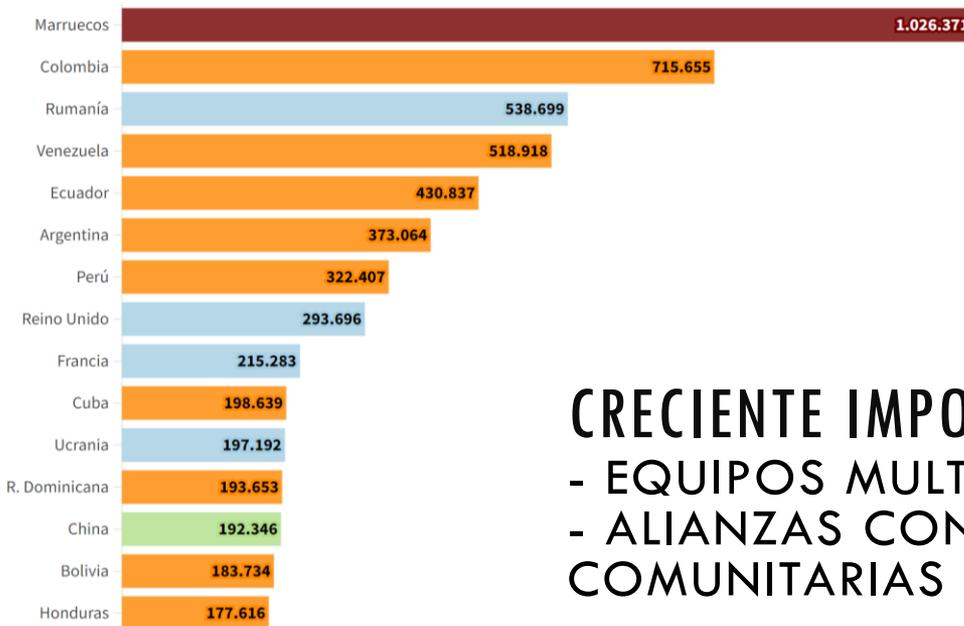
# 2. DEMOGRAFÍA

España presenta una diversidad cultural creciente.

**Estrategia Española de Salud Global 2025-2030.**  
Línea de Acción 2.3: Impulsar la colaboración en el diseño de estrategias de vacunación a nivel nacional e internacional



**Principales países de origen**  
Número de personas nacidas fuera de España

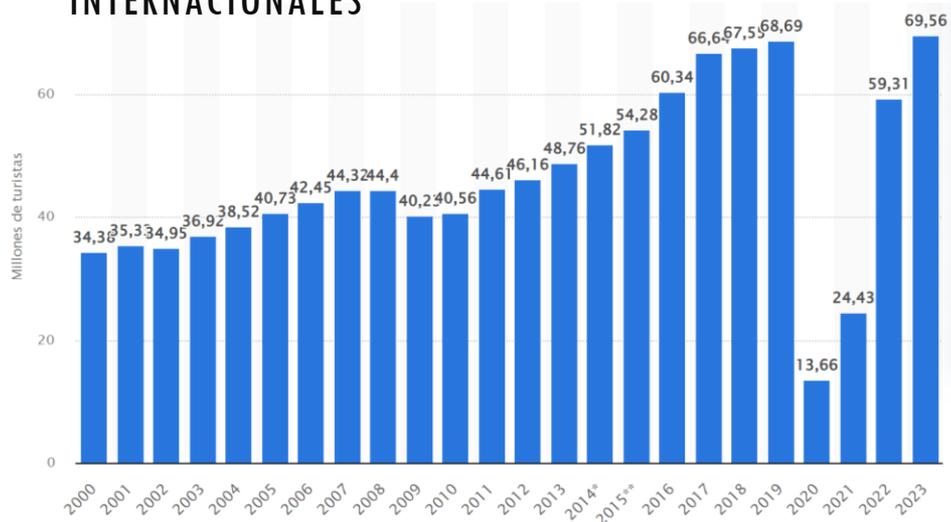


Se requieren estrategias de comunicación multilingües y adaptadas culturalmente, a partir de las evidencias científicas: atajos cognitivos.

**CRECIENTE IMPORTANCIA DE INCLUIR:**  
- EQUIPOS MULTICULTURALES  
- ALIANZAS CON ORGANIZACIONES COMUNITARIAS Y RELIGIOSAS

# 3. DIFUSIÓN: GLOBALIZACIÓN Y NUEVOS VECTORES

## EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE VIAJEROS INTERNACIONALES



El cambio climático y la globalización modifican el mapa epidemiológico.

## Estrategia Española de Salud Global 2025-2030

Prepararse ante emergencias y amenazas sanitarias transfronterizas, anticipación y respuesta ante pandemias y crisis sanitarias globales.

España mantiene un apoyo a la OMS y a iniciativas clave como el Fondo Mundial para la lucha contra el VIH, la tuberculosis y la malaria, o la Alianza para las Vacunas GAVI.



*Aedes japonicus*



*Aedes albopictus*



*Aedes aegypti*

## 4. DIGITALIZACIÓN

- ❖ Las redes sociales son fuente principal de información sanitaria para jóvenes, pero también canal de desinformación. Se requieren campañas digitales atractivas y formación en comunicación para sanitarios.
- Crear equipos especializados en comunicación digital, fact-checking en tiempo real, chatbots, etc.
- ❖ Las campañas se podrán integrar con historiales clínicos digitales y modelos predictivos. Esto permitirá mensajes personalizados y mayor eficacia en la cobertura vacunal.
- Personalización de las campañas, interoperabilidad de los datos

## 5. DESIGUALDADES DE ACCESO

- En las próximas décadas pueden aparecer técnicas que generen nuevas vacunas, inicialmente más costosas. Riesgo de no universalización, creando perfiles de "vacunación de primera y segunda clase" que podrían profundizar las desigualdades sanitarias.
- Vacunas personalizadas basadas en perfiles genéticos individuales plantearán dilemas éticos sobre si la protección sanitaria debe ser individual o colectiva, potencialmente erosionando el concepto de inmunidad de rebaño como bien común.
- Con el aumento de vacunas disponibles (cáncer, nuevas enfermedades infecciosas, actualizaciones regulares), algunos grupos poblacionales podrían experimentar fatiga ante la necesidad de vacunaciones más frecuentes y complejas.

# CONCLUSIÓN

- El éxito del pasado nos sitúa en un lugar privilegiado (mayor confianza social), pero puede provocar el espejismo de que el éxito está garantizado.
- Las campañas de vacunación deben adaptarse a un entorno social cambiante. Nuevos recursos son necesarios para alcanzar el éxito en las campañas del futuro próximo.

= Equipos diversos, comunicación digital avanzada, mensajes personalizados, respuesta rápida, uso de evidencia de ciencias del comportamiento, contrarrestar futuras desigualdades de acceso =