

PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO, PARA EXHORTAR AL EJECUTIVO FEDERAL A EMPRENDER EN MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN UNA CAMPAÑA FORMAL DE INMUNIZACIÓN DONDE SE EXPLIQUEN LOS BENEFICIOS DE LA VACUNA, A CARGO DE LA DIPUTADA CECILIA ANUNCIACIÓN PATRÓN LAVIADA, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PAN

La que suscribe, Cecilia Anunciación Patrón Laviada, diputada integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional en la LXIV Legislatura del honorable Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 71, fracción II, 78 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 79 del Reglamento de la Cámara de Diputados, y demás disposiciones aplicables somete a consideración de esta soberanía proposición con punto de acuerdo por el que se exhorta al titular del Ejecutivo federal a emprender una campaña formal de vacunación en medios masivos de comunicación, en donde se expliquen los beneficios de la vacuna, al tenor lo siguiente

Antecedentes

- En diciembre de 2019 se identificó el virus Covid-19 en Wuhan, China, el cual, posteriormente se convertiría en una pandemia y con ello, afectaría a todo México. Tres meses después de que fue detectado el virus, en México se declaró el semáforo rojo y la política de “Quédate en casa” con la cual se declaró el cierre de actividades no esenciales: únicamente podían seguir abiertos supermercados, farmacias, hospitales y comida a domicilio.
- Tras más de un año de pandemia, y con un cambiante semáforo de rojo a naranja según la cantidad de contagios, el mundo ya cuenta con varias vacunas disponibles que en su mayoría tienen una efectividad mayor al 90 por ciento. Recientemente, estas vacunas ya se han empezado a comercializar a las distintas naciones, siendo Estados Unidos de América (EUA) uno de los países que va más avanzado en cuestiones de sociedad vacunada.
- El gobierno ha acordado la compra de más de 234 millones de dosis de cinco prototipos diferentes: AstraZeneca, Pfizer, Sputnik V, Sinovac y CanSino. El gobierno mexicano ha entablado contacto con al menos una decena de laboratorios más para diversificar sus opciones. Hay que recordar que la mayoría de las vacunas se aplican en dos dosis, es por ello que se necesitan aproximadamente el doble de dosis que de habitantes.
- Hasta el 18 de marzo, México ha recibido más de 8 millones 160 mil 250 dosis de vacunas producidas por cuatro farmacéuticas: Pfizer-BioNTech, AstraZeneca, Sinovac Life Sciences y Centro Nacional de Epidemiología y Microbiología Gamaleya (Sputnik V), distribuidas en 18 embarques (32 vuelos).¹ En un país de más de 120 millones de habitantes, el trabajo por hacer es todavía extenso.
- México, al 16 de marzo de 2021, ha administrado más de 4.5 millones de vacunas, a 3.9 millones de habitantes aproximadamente. ¿Cómo se han dividido estas vacunas disponibles? Más de 830 mil trabajadores sanitarios han recibido la primera dosis de Pfizer, y unos 592 mil de ellos han recibido ya la segunda dosis. También han sido inmunizados 17 mil 463 miembros del sector educativo y 17 mil 429 ya tuvieron su segunda aplicación. Más de tres millones de adultos mayores ya han recibido al menos una dosis.²
- ¿Cuáles eran las aspiraciones del gobierno mexicano en cuanto a vacunación? El gobierno mexicano esperaba vacunar a casi 15 millones de personas de más de 60 años y a todo el personal de salud antes de que terminara marzo, sin embargo los plazos se han extendido hasta por lo menos a mitad de mayo.
- Chile ya ha vacunado a aproximadamente 36.6 por ciento de sus habitantes. México, ni al 5 por ciento. México tiene ya casi todas las vacunas acordadas con alrededor de 7 distintos laboratorios. Sin embargo, estas vacunas no llegan, y no se sabe cuándo llegarán.

- En cuanto a laboratorios y acuerdos con el gobierno mexicano, el caso más escandaloso es la vacuna de AstraZeneca, donde se acordaron 77 millones 400 mil vacunas y todavía no llega ninguna. Pfizer ha sido el laboratorio que más ha mandado vacunas a la nación, con alrededor de 3 millones 890 mil vacunas. No obstante, del mismo laboratorio todavía faltan por llegar 30 millones 500 mil vacunas.

Consideraciones

Por lo tanto, es sumamente importante emprender una campaña formal de vacunación en medios masivos de comunicación, en donde se expliquen los beneficios de la vacuna y sus no efectos dañinos a la salud. México está en una crisis sanitaria, económica y hasta política. Las vacunas no llegan a México y cada día hay más contagios.

La disyuntiva con la crisis económica ha puesto en duda el accionar del gobierno mexicano. Lo ideal, es que existiera una política de “Quédate en casa” y que la misma se respaldara en un apoyo constante económico y social hacia las familias, para que verdaderamente se puedan quedar en casa y así disminuir contagios. No se trata de elegir entre economía y salud, se trata de trabajar en conjunto.

Gran cantidad de mexicanos todavía no conocen las propiedades de la vacuna. Es por ello que se les debe explicar de manera clara y concisa cuáles son todos sus beneficios. Además, es oportunidad para acabar con los rumores y demás cuestiones que se hablan sobre algunos supuestos efectos dañinos de la vacuna. El gobierno mexicano, Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) ya aprobaron distintas vacunas. Al ser un virus nuevo, es normal que la persona tenga dudas, sin embargo, es menester del gobierno aclarar las mismas.

Millones de mexicanos se muestran escépticos o desconocen los beneficios de la vacuna. Ante ello, se requiere de la propagación de una campaña publicitaria donde se fundamente la información y se presente de manera clara a la población. Esto es con el objetivo de que la población sea vacunada y deje de estar vulnerada ante el Covid-19. Ante una falta de confianza sobre las vacunas contra el coronavirus y sus efectos a largo plazo, la información deberá presentarse con todos los fundamentos científicos y de ser posible deberá ser desplegada por figuras públicas.

La campaña hará posible que los ciudadanos tengan acceso a la información más reciente sobre la seguridad y disponibilidad de las vacunas. Con la información que se proporcionará se estima que se reducirá el número de personas que se muestra escéptica de la efectividad de la vacuna. Con ello se considera probable que se pueda alcanzar un número suficiente de personas vacunadas y no frenar la propagación del nuevo coronavirus. Por el momento han recibido una inyección muy pocos ciudadanos de los más de 120 millones de mexicanos que residen en el país.

Según una encuesta reciente del periódico *El Financiero* aproximadamente 1 de cada 3 mexicanos dijeron que definitivamente no recibirán o probablemente no recibirán la vacuna contra el coronavirus.³ Esto es preocupante ya que diversos estudios han sugerido que para que una población pueda ser considerada como inmunizada, se requiere que hasta 90 por ciento de la población adquiera inmunidad al nuevo coronavirus a través de la vacunación o la infección.

Dada la aparición de formas mutadas del coronavirus, que han provocado temores de que la evolución del virus pueda superar a los tratamientos y vacunas actuales, es indispensable que la población sea vacunada rápidamente las campañas de vacunación actuales se han centrado en los trabajadores de la salud y algunos de los mexicanos más vulnerables, como las personas en hogares de ancianos o aquellos con condiciones de salud preexistentes que podrían hacer que una infección por coronavirus sea más peligrosa, y los expertos en salud están preocupados por persuadir a una franja más amplia de la población que ha estado menos involucrada en el proceso. Transmitir

ciertos mensajes sobre el valor de vacunarse, que ofrecerá protección y ayudará a reanudar completamente las reuniones con familiares y amigos, así como actividades como ir al cine o una fiesta, podría marcar una diferencia significativa para convencer a los mexicanos indecisos.

Punto de Acuerdo

Único. La honorable Cámara de Diputados exhorta respetuosamente al titular del Ejecutivo federal a emprender una campaña formal de vacunación en medios masivos de comunicación, en donde se expliquen los beneficios de la vacuna.

Notas

1 <https://www.jornada.com.mx/notas/2021/03/18/politica/llega-a-mexico-un-millon-de-vacunas-de-sinovac/>

(consultado el 18 de marzo de 2021)

2 <https://elpais.com/mexico/2021-02-23/asi-avanza-la-vacunacion-contra-coronavirus-en-mexico.html>

(consultado el 18 de marzo de 2021)

3 <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/casi-la-mitad-de-los-mexicanos-desconfia-de-las-vacunas-contra-covid-19>

(Consultado el 18 de marzo de 2021).

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 25 de marzo de 2021.

Diputada Cecilia Anunciación Patrón Laviada (rúbrica)