

O que vem de Oxford:

O DESAFIO DA VACINA PARA A COVID-19

» Quais as reais perspectivas para o desenvolvimento de uma vacina contra a Covid-19?



fsbcomunicação

CONVIDADOS:



Dra. Eneida Parizotto-Lee

Industry Engagement Manager, NIHR Oxford BRC (Oxford University Hospitals NHS Foundation Trust & University of Oxford)

Atua diretamente na interface entre indústria e pesquisa científica, firmando parcerias em áreas em que a universidade tem alto grau de especialização. Tem PhD em genética e biologia molecular e experiência em diversas áreas, incluindo desenvolvimento de fármacos e de vacinas.



Dr. Wen Hwa Lee

**CEO - Action Against Age-Related Macular Degeneration
Co-Director - Oxford Martin Programme on Affordable Medicines**

Membro da Oxford Martin School e CEO de uma organização que combate a enfermidade degeneração macular. O professor Lee é biólogo molecular com larga experiência na área de novos fármacos e na articulação de laços entre academia, indústria e governo.



Dra. Margareth Dalcolmo

Pneumologista, pesquisadora da Fiocruz

Membro do grupo de especialistas sobre Covid-19 do Ministério da Saúde, a médica conduziu ensaios clínicos internacionais sobre doenças infectocontagiosas pulmonares como representante brasileira. É também Pesquisadora na unidade de pacientes externos no Centro de Referência Helio Fraga, da Fiocruz e consultora da OMS.

TIME FSB



Marcos Trindade

CEO e Sócio-Diretor do Grupo FSB



Flávio Castro

Sócio-Diretor do Grupo FSB



Gabriela Wolthers

Sócia-Diretora do Grupo FSB

Resumo em quatro itens

1. Melhor saída é a vacina, mas difusão de esforços pode atrasá-la
2. Medidas mais eficazes, por enquanto, são distanciamento social e proteção
3. Protocolos médicos são caros e demorados
4. Saúde e confiança estão no centro das relações

MELHOR SAÍDA É A VACINA, MAS DIFUSÃO DE ESFORÇOS PODE ATRASÁ-LA

- A vacina para combater a COVID-19 já é uma realidade – existem hoje aproximadamente 120 projetos em andamento. A pesquisa de Oxford é a mais promissora e, se tudo correr bem, até o final do ano as primeiras doses estarão disponíveis
- Frente aos desafios, urgências e dificuldades de desenvolver fármacos, a vacina é a melhor estratégia para combater o vírus.
- Existem hoje 747 terapias consideradas possíveis tratamentos para a Covid-19, sendo que mais de cem são vacinas. A maioria, no entanto, está em estado experimental e pré-clínico.
- Apenas no programa Recovery, de Oxford, há seis medicamentos em avaliação pelos cientistas, que analisam sua eficácia. Segundo estudos, a hidroxicloroquina já se mostrou ineficaz no combate à Covid-19.
- Oxford vem trabalhando nesses vetores há anos, o que tornou possível a existência do programa Recovery neste momento. Anteriormente, havia sido testada uma vacina para MERS, outra forma de coronavírus.
Graças ao trabalho prévio dos pesquisadores, a vacina de Oxford avançou para a fase 3 em poucos meses -- um processo que normalmente demoraria anos.
Isso evidencia a importância do investimento contínuo em pesquisa.

ENTENDA AS FASES DE PRODUÇÃO DA VACINA

As etapas de teste



- Para conferir a eficácia da vacina, voluntários estão sendo recrutados para as fases 2 (adultos com idade maior ou igual a 56 anos e um pequeno número de crianças) e 3 do estudo de Oxford
- Os melhores locais para teste são aqueles em que as taxas de transmissão do vírus estão altas.
Ainda não é possível saber se a vacina de Oxford terá êxito, mas, se ela funcionar, outras vacinas, usando a mesma tecnologia, podem surgir, o que aumenta a capacidade de manufatura e de distribuição para todos.- A maneira como as pandemias surgem e desafiam a humanidade expõe falhas dos sistemas, o que acaba obrigando o mundo a se unir.
- Esta é uma corrida contra o tempo.

MEDIDAS MAIS EFICAZES, POR ENQUANTO, SÃO DISTANCIAMENTO E PROTEÇÃO

- Fazendo um recuo histórico de três meses, o Brasil se deparou com um patógeno novo e ameaçador. Desde o começo, sabia-se que a pandemia iria eclodir com força no país e que a contaminação se espalharia da população rica para as classes mais baixas, considerando a demografia brasileira.
- O SUS e o distanciamento social, um conceito que existe desde a peste da idade média, foram as únicas armas que os médicos tinham em mãos
- Neste momento, as ações eficazes e concretas são o distanciamento social, a desinfecção das mãos e o uso de máscaras.



PROTÓCOLOS MÉDICOS SÃO CAROS E DEMORADOS

- Estudos realizados até agora indicam que não se deve insistir no uso de cloroquina e hidroxicloroquina, medicamentos que se mostraram ineficazes.
- O modelo gold standard para pacientes em caso grave de Covid-19 vem da Alemanha, país que usou apenas suporte de terapia intensiva. Outros tratamentos para pacientes graves que se mostram promissores são a infusão de plasma de convalescente e o uso de antivirais e anti-inflamatórios biológicos.
- Encontrar tratamentos para doenças novas como a Covid-19 é extremamente difícil, demorado e caro. É difícil porque não se compreende com exatidão a biologia humana e a biologia viral. É demorado pois, além da biologia, existem competições em vários níveis na pesquisa de medicamentos novos, o que causa uma fragmentação de talentos e de investimentos, desincentivando a inovação. É caro porque, como não entendemos bem os circuitos biológicos, não conseguimos saber por onde começar a atacar a doença.
- O que fazer, então, em tempos de pandemia? Recorre-se ao reposicionamento de fármacos, ou seja, à tentativa de utilizar para tratar a Covid-19 remédios indicados para outras doenças, pelo menos até que haja uma vacina.



SAÚDE E CONFIANÇA ESTÃO NO CENTRO DAS RELAÇÕES

- Duas palavras nos acompanham desde o início da pandemia: incerteza e solidariedade.
- A comunicação pressupõe a construção de narrativas e, no cenário atual, essas narrativas precisam ser reconstruídas.. Mais do que nunca, é necessário mostrar o que está sendo feito e transmitir esse conteúdo de uma forma emocional.
- Marcas e empresas devem revisitar seus propósitos para ressignificar seus valores, deixando claro quem são e com quem estão falando.
- Saúde e confiança vão estar no centro das relações entre as marcas e o consumidor.
- Dentro do chamado “novo normal”, questões como solidariedade, empatia, alimentação, cuidado com os mais velhos, novas formas de trabalhar, estarão no centro das atenções e irão chamar a atenção dos consumidores, que passarão a exigir um posicionamento das marcas e empresas.
- A emoção vai marcar a experiência de consumir.
- Há um grande desafio para diferenciar as marcas em meio a tantos ruídos e incertezas, por isso é preciso ressignificar processos.
- Existe uma pandemia de desinformação, tão perigosa quanto a pandemia de coronavírus. Não se pode acreditar em tudo que é dito, nem repassar notícias antes de checar a confiabilidade da fonte.

fsbcomunicação