

OxyContin y la epidemia de opioides

Según el Centro para el Control y Prevención de Enfermedades, un promedio de 115 estadounidenses murió de una sobredosis de opioides cada día entre 1999 y 2016. En suma, son más de 350,000 personas que murieron tanto del abuso de opioides legalmente recetados como los ilícitos. En 2017 el presidente Donald Trump declaró que la epidemia de abuso de opioides era una emergencia de salud pública oficial. Mandó al Departamento de Salud y Servicios Sociales a tomar medidas para resolver la crisis. Uno de los opioides más usados en los EE. UU. es el analgésico OxyContin, una versión comercial de la droga oxycodona. OxyContin es un tipo de narcótica usado para tratar el dolor, que puede ser usado para tratar al dolor causado por el cáncer, el trauma, o una cirugía mayor. Sin embargo, esta droga puede ser extremadamente adictiva y los que toman la droga pueden experimentar fuertes efectos adicionales de la abstinencia en caso de adicción. El consumo de la larga duración de la droga, o el abuso de ella, podría resultar en la adicción severa, sobredosis o muerte. Dado los riesgos asociados con OxyContin, muchos han cuestionado como el consumo de esta droga llegó a extenderse por toda la sociedad.

El OxyContin es producido por la empresa farmacéutica privada Purdue Pharma. En 1995 la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA por sus siglas en inglés) aprobó el uso de la droga OxyContin. En 1996, el primer año en que estuvo en el mercado, OxyContin produjo \$45 millones en ventas para Purdue. Ya en 2000 generó \$1,1 billones en ingresos. En 2010 los beneficios subieron a \$3,1 billones. Detrás del éxito monetario de Purdue es la familia Sackler. La compañía es poseída principalmente por los descendientes de Mortimer y Raymond Sackler, quienes junto a su hermano Arthur compraron Purdue Pharma en 1952. Ganaron la fortuna original en la publicidad para productos sanitarios, pero desde entonces las ventas del OxyContin han aumentado la riqueza de los Sackler considerablemente. En 2015 la revista Forbes estimaron que el patrimonio familiar de los Sackler alcanzaba los \$14 billones, compartido por 20 miembros de la familia.

Con el debut de OxyContin en 1996, Purdue expandió su departamento de ventas. En aquel entonces, la compañía tenía más de 300 agentes de ventas. Ya en 2000 ese número creció hasta los 600 agentes. En 2010 la compañía tenía más de 1.000 agentes de ventas. Los agentes fueron incentivados con grandes bonos, premios de dinero en efectivo y de vacaciones lujosas. En 2001 los bonos anuales para los agentes de venta alcanzaban un promedio de más de \$70.000, con algunos agentes ganando más de \$250,000 en bonos. En una circular escrito en 1996 por un gerente de



ventas a sus encargados “¡Por aquí ya ha llegado la hora de los bonos!”. El gerente les pidió a los agentes de ventas que promocionaran dosis mayores en sus interacciones con los médicos. El gerente escribió, “Quien vende más de 40mg,” que era la mayor dosis en aquel entonces, “ganará la batalla.” En circulares internas hacían referencia a los agentes como ‘cruzados’ y ‘caballeros’ y a los ejecutivos como ‘la corte real del OxyContin.’”

Purdue y su departamento de ventas convencieron a los médicos de que el OxyContin era seguro. Durante décadas muchos médicos eran reacios al recetar los opioides porque son adictivos y no son destinados para tratar el dolor crónico. Pero gran parte de la estrategia de ventas en la campaña publicitaria de OxyContin se trataba de afirmar que los efectos de una sola dosis duraban 12 horas, en vez de ocho horas o menos, para prevenir el uso frecuente. Purdue también afirmaba que habían reducido los efectos secundarios peligrosos y adictivos de la oxycodona. Purdue aseguraba que OxyContin era una droga segura de consumir.

Los agentes de venta promocionaron agresivamente su producto a los clientes médicos. La compañía albergó congresos profesionales de médicos con el pretexto de presentaciones educativas. Produjo videos promocionales que describían como el temor a los opioides ha creado obstáculos para el cuidado compasivo de los pacientes. Los médicos pagados por Purdue salieron en los mismos videos para promocionar el producto. En uno de los videos un médico dijo, “no cabe duda de que nuestros mejores analgésicos, y los más fuertes, son los opioides.” El gasto anual de la compañía en publicidad en las revistas médicas crecieron de \$700.000 en 1996 a \$4,6 millones en 2001. En 1997 los médicos recetaron el OxyContin más de 670,000 veces para dolores no relacionados al cáncer. En 2002 el número de recetas para el OxyContin alcanzaron más 6,2 millones.

En 2007 la compañía y tres ejecutivos se declararon culpables a cargos criminales que habían engañado a los reguladores, médicos y pacientes con respecto a los riesgos asociados con el consumo de OxyContin y sus cualidades adictivas. Purdue tuvo que pagar más \$600 millones en multas y otros pagos. Tres ejecutivos pagaron un total de \$34.5 millones en multas. En una declaración en respuesta a la demanda, la compañía dijo que “hace casi seis años, o tal vez más, algunos empleados hicieron, o les dijeron a otros empleados que hicieran ciertas declaraciones asociadas con el medicamento.” Continuaron, “aceptamos la responsabilidad de esas declaraciones erróneas y arrepentimos haberlas emitidas.”

Purdue también fue demandado por varios estados de los EE. UU. en 2007. La compañía comenzó a financiar programa para la prevención de robo de farmacias e introdujeron una versión de la pastilla más difícil de pulverizar e inhalar. Pero aún no han resuelto el problema de la adicción a la droga mientras que las ventas de OxyContin alcanzar niveles jamás vistos.

Frente al aumento de escrutinio público, además de una serie de demandas, Purdue se ha transigido en sus estrategias de venta. En febrero de 2018 la compañía declaró que ya no promocionará OxyContin directamente a los médicos y despedirán a la mitad del departamento

de ventas. En una declaración dijeron que “hemos reestructurado y reducido marcadamente nuestras operaciones comerciales y ya no promocionaremos más los opioides a los médicos.” Pero muchas personas expresaron dudas sobre las motivaciones de Purdue. Andrew Kolodny, codirector del centro de investigación *the Opioid Policy Research Collaborative* de la Universidad de Brandeis dijo, “no creo que sean bien intencionadas. Creo que las ventas de OxyContin ya estaban en decaída. Además, añadió, “hay competición de los medicamentos genéricos.”

En marzo de 2018 el fotógrafo Nan Goldin lideró una manifestación en la sección patrocinada por la familia Sackler del Museo Metropolitano de Arte en Nueva York. Este un solo espacio entre varios que se encuentran en museos de arte en todo el mundo que son patrocinados por los Sackler. Goldin, que en sus obras de arte documentó historias de adicción, admitió que era adicta al OxyContin desde el 2014 hasta el 2017. En la protesta gritaba, “somos artistas, activistas y drogadictos. Estamos hasta las narices.” Después lideró un coro de gritos de “cuando los Sackler mienten la gente se muere.”

Otras personas han contado sus experiencias con el OxyContin. En una deposición un hombre de Alabama dijo “Yo era más o menos un zombi.” Una mujer de Florida dijo, “pensé que había vuelto loca... me derrumbé de la ansiedad.” La ciudad de Everett del estado de Washington fue una de las muchas ciudades de demandar a Purdue. El alcalde de Everett Ray Stephanson dijo, “nuestras comunidades han sido profundamente dañadas, y tienen que hacernos plenos.” La demanda acusa a Purdue de “a sabiendas haber proveído el Oxycontin de manera descuidada y/o negligente a médicos y farmacias obviamente sospechosos, y de facilitar la diversión ilegal del OxyContin en el mercado negro, inclusive en las redes de narcotráfico, en las farmacias que ignoraban los reglamentos sobre la distribución de las pastillas (‘pill mills’), y a otros traficantes, para la amplia dispersión de estas pastillas altamente adictivas en la ciudad de Everette.”

Mientras que las ventas de OxyContin se han bajado desde su máximo alcance en 2010, la popularidad de la droga ha creado nuevos problemas para los esfuerzos de lidiar contra la drogadicción por todo el país. Además de millones de recetas legales escritas por médicos, OxyContin se filtró hasta entrar en el mercado negro y condujo a un incremento en el uso de heroína y otros opioides.

Desde mayo del 2018 Purdue se enfrenta al menos 14 posibles demandas traídas por gobiernos estatales y cientos de otras por municipalidades. Estas demandas acusan la compañía de haber engañado en cuanto a los riesgos asociados con el consumo del OxyContin y de haber creado una crisis de salud pública bastante cara que los contribuyentes se ven obligados de pagar. Purdue protesta en los expedientes judiciales que la ley federal prohíbe a los estados a considerar responsable a la compañía porque la FDA aprobó el uso de OxyContin como analgésico junto con avisos claros de los riesgos de adicción asociados con su consumo.

También compiten contra la noción de que sean responsables de la decisión del paciente de abusar su producto.

Conceptos: la ética y el sesgo del autoservicio

Perspicacia ética:

El término ‘la ética’ puede referirse a reglas o reglamentos que establecen lo que es la buena y mala conducta. El público espera que una compañía vaya a comportarse de manera ética, pero esto no siempre ocurre. Desafortunadamente, algunas compañías se enredan tanto en ganar dinero que se les olvida por completo la ética.

Una acción antiética suele ocurrir cuando los líderes de una compañía dan paso al sesgo del autoservicio. El sesgo del autoservicio abarca todas las situaciones en que las personas, de forma conciente o inconsciente, toman decisiones que promocionan sus intereses que pueden parecer indefensible o antiética desde una perspectiva exterior. Los oficiales y empleados de Purdue Pharma parecen haberse beneficiado a la compañía y a ellos mismos, de manera conciente, a través de la promoción de OxyContin como un analgésico sin efectos secundarios notables. La compañía tuvo bastante éxito monetario. Pero los ejecutivos y empleados tergiversaron las propiedades adictivas del OxyContin. Purdue incentivó a su equipo de ventas a convencer a los médicos a maximizar las ventas, les motivaron a recetar la droga de manera antiética, e ignoraron evidencia de la existencia de farmacias que ignoraban los reglamentos que limitan la distribución de pastillas y distribuían de manera ilícita cantidades mayores de pastillas en municipalidades particulares (son conocidos como ‘pill mills’). Sin duda, muchos creen que las estrategias publicitarias de Purdue en la venta de OxyContin fue una de las causas principales de la crisis de abuso de opioides que actualmente sigue plagando los EE. UU.

Preguntas para la discusión:

1. ¿Crees que Purdue Pharma actuó de manera ética? ¿Por qué o por qué no?
2. El dolor es algo horrible. Al principio, fabricar y vender un producto que alivia el dolor parecer ser algo digno. ¿Cuándo fue que se equivocó Purdue Pharma?
3. Con el conocimiento encontraban disponible los médicos anteriormente a la crisis, ¿crees que fue éticamente justificable que los médicos recetasen OxyContin a sus pacientes? ¿Por qué o por qué no? ¿Piensas que los médicos actuaban en servicio de los mejores intereses de sus pacientes? Explica.
4. ¿De qué manera va representada el sesgo del autoservicio en este caso de estudio? Explica.

5. Explica la diferencia entre el impacto consciente e inconsciente del sesgo del autoservicio en este caso de estudio.
6. ¿De qué manera promocionaba Purdue una cultura que practicaba el sesgo del autoservicio en su equipo de ventas?
7. Con respecto a las consecuencias de los incentivos ofrecidos a cambio vender el OxyContin, ¿crees que los representantes estaban éticamente justificados al cumplir con su trabajo? ¿Por qué o por qué no? ¿Cuáles presiones externas podrían haber influenciado sus estrategias de venta?
8. Imagina que fuiste contratada como ejecutiva en una de las más grandes empresas farmacéuticas, ¿cómo equilibrarías la presión vender con la responsabilidad ética de evitar causar daños indebidos? Explica.
9. ¿Vuelve aún más difícil determinar el valor ético de alguna actividad si esa actividad genera beneficios monetarios?
10. ¿Qué se puede hacer para protegerse del sesgo del autoservicio? ¿Qué medidas deberían ser adoptadas?
11. Si eras una ejecutiva de una de las mayores empresas farmacéuticas, ¿cómo equilibrarías el éxito monetario de la compañía con la obligación de servir seguramente a los médicos, hospitales y pacientes? Explica.
12. ¿Es Purdue culpable de producir la epidemia de abuso de opioides? ¿Por qué o por qué no? ¿Cuáles otros factores podrían haber sido responsables para el crecimiento rápido del número de adictos a los opioides?
13. ¿Piensas que Purdue tiene la obligación moral de auxiliar a las ciudades y estados en su esfuerzo de remediar la crisis del abuso de opioides?
14. ¿Cómo se podría resolver la crisis de abuso de opioides sin causar más daño a los que se están enfrentando la adicción? ¿Qué papel debería jugar las empresas farmacéuticas como Purdue en el proceso de recuperación? Explica su razonamiento.
15. Parte del patrimonio familiar de los Sackler vino de las ventas exitosas del OxyContin. ¿Piensas que la familia Sackler tiene una obligación personal moral de patrocinar las organizaciones caritativas que combaten la adicción a los opioides?
16. Este caso de estudio ha demostrado los efectos de varios sesgos del comportamiento y presiones situacionales. ¿Puedes identificar algún otro concepto de la ética del comportamiento que pudo haber influenciado este caso? Explica y discute su significancia.

Bibliografía:

Como la epidemia de los opioides en los EE. UU. comenzó con una sola compañía
<http://theweek.com/articles/541564/how-american-opiate-epidemic-started-by-pharmaceutical-company>

La familia que construyó un imperio de dolores

<https://www.newyorker.com/magazine/2017/10/30/the-family-that-built-an-empire-of-pain>

¿Qué nos hace falta en la discusión sobre la epidemia de abuso de opioides?

<https://www.newyorker.com/tech/elements/whats-missing-national-discussion-opioid-epidemic>

La familia sigilosa que ha ganado billones de la crisis de abuso de opioides

<http://www.esquire.com/news-politics/a12775932/sackler-family-oxycontin/>

‘¿Quieres que te describa el infierno?’ El problema de 12 horas de OxyContin

<http://www.latimes.com/projects/oxycontin-part1/>

Purdue dejará de promocionar el OxyContin, a cambio venderá agresivamente un medicamento para el estreñimiento

<https://arstechnica.com/science/2018/02/purdue-will-stop-forcefully-pushing-oxycontin-focus-on-constipation-instead/>

Demandada: Un fabricante de medicamentos avaro saturó el mercado negro con opioides a propósito

<https://arstechnica.com/science/2017/03/lawsuit-greedy-drug-maker-purposefully-flooded-black-market-with-opioids/>

El fabricante del OxyContin dejará de promocionar los opioides a los médicos

<https://www.theverge.com/2018/2/11/17001926/oxycontin-purdue-opioid-drug-marketing-doctors>

En la declaración de culpabilidad, el fabricante de OxyContin tendrá que pagar \$600 millones

<https://www.nytimes.com/2007/05/10/business/11drug-web.html>

Entender la epidemia de los opioides

<https://www.cdc.gov/drugoverdose/epidemic/index.html>

Unos manifestantes protestando en contra de los opioides en el Mueso Metropolitano en Nueva York se dirigen a algunos patrocinadores ricos del museo que son asociados con la venta del OxyContin

<https://www.nytimes.com/2018/03/10/us/met-museum-sackler-protest.html>

Como la publicidad engañosa hizo drogadictos a los norteamericanos

<https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/national/amp-stories/oxycontin-how-misleading-marketing-got-america-addicted/>

Los farmacéuticos ahora se oponen al acuerdo de valor multibillonario sobre los opioides

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-05-03/drugmakers-said-to-balk-now-at-multibillion-dollar-opioid-accord>

El fabricante de OxyContin Purdue Pharma dejará de promocionar agresivamente el opioide tras numerosas demandas

<https://www.cbsnews.com/news/purdue-pharma-oxycontin-maker-backs-off-aggressive-marketing-amid-lawsuits/>

El estado de Alabama denuncia al fabricante de OxyContin, Purdue Pharma, por el papel que jugaron en la epidemia de abuso de opioides

<https://www.reuters.com/article/us-usa-opioids-litigation/alabama-sues-oxycontin-maker-purdue-pharma-over-opioid-epidemic-idUSKBN1FQ2HC>