

EXPERTS DESTAQUEN LA IMPORTÀNCIA DE L'ÈTICA EN LA COMUNICACIÓ CORPORATIVA DEL SECTOR SALUT

La Fundació Grífols reuneix a un grup multisectorial de professionals per debatre sobre el paper de la comunicació corporativa i institucional

Barcelona, 30 d'abril de 2014./ La [Fundació Víctor Grífols i Lucas](#) va reunir a un grup multisectorial d'experts en comunicació de l'àmbit sanitari públic i privat, per debatre sobre l'ètica de la comunicació corporativa i institucional del sector salut. La voluntat de la jornada era reflexionar sobre el paper que juga cadascun dels agents involucrats en el procés comunicatiu per ajudar a la ciutadania a estar millor informada sobre els aspectes referents a la salut i l'atenció sanitària. Els experts que van participar en la trobada van posar especial accent en la importància de tenir en compte l'ètica i incorporar-la, com un pilar fonamental, en el pla de comunicació de les corporacions.

La jornada va comptar amb les ponències del degà de la Facultat de Comunicació de la Blanquerna, Josep M^a Carbonell, i del responsable de Comunicació de la Universitat de Vic, Marc de Semir, qui van coincidir a destacar la importància de transmetre la informació sanitària de manera transparent, veraç i creïble. Carbonell va defensar la transcendència de l'ètica en la comunicació corporativa en salut per generar confiança i establir una relació més positiva amb els *stakeholders*. Així mateix, el degà de la Facultat de Comunicació de la Blanquerna va destacar la conveniència d'aplicar l'ètica en la comunicació corporativa en salut per associar la reputació i la marca a valors ètics, projectar coherència amb els valors i missions de la corporació, gestionar "*issues*" delicats i transmetre la dimensió de la RSC de l'empresa, entre altres aspectes.

Per la seva banda, Marc de Semir va recalcar la importància de la direcció de comunicació, especialment en temps de crisi, ja que durant aquests períodes es tendeix a rellevar l'ètica deontològica a un segon o tercer pla. A més, va defensar que s'hauria de professionalitzar l'ètica tant en l'àmbit docent com en la pràctica, en el dia a dia, i que és convenient recuperar la confiança i credibilitat entre mitjans de comunicació, comunicadors i el públic en general. Finalment, va animar a introduir el concepte "*health literacy*" en l'àmbit de la comunicació corporativa, una espècie d'alfabetització en salut per facilitar i donar les eines necessàries a la societat per tenir major coneixement i poder entendre amb major claredat els processos sanitaris.

Al llarg de la jornada també es van celebrar dos debats en els quals va participar Victoria Camps, Presidenta de la [Fundació Víctor Grífols i Lucas](#), que va reflexionar sobre el perill d'ocultar les responsabilitats ètiques quan les empreses se centren en les filantròpiques. També va apuntar sobre els riscos que suposa que la informació es converteixi excessivament en propaganda i va reflexionar sobre el deure de l'informador a informar de manera honesta i transparent.