



## **RETOS ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN EL SECTOR DE LA SALUD**

### **Fundació Víctor Grífols recoge en un cuaderno la opinión de distintos expertos sobre la ética en la estrategia comunicativa**

**Barcelona, 12 de febrero de 2015./** La [Fundació Víctor Grífols i Lucas](#) ha publicado el cuaderno [Ética de la comunicación corporativa e institucional en el sector de la salud](#), fruto del seminario celebrado el pasado mes de abril. En la publicación se recogen las opiniones de un grupo multidisciplinar de profesionales que reflexionó sobre los principales retos que deben afrontar los *dircoms* para posicionar la ética como eje vertebrador de la estrategia comunicativa de las corporaciones del sector salud.

El debate es especialmente sensible para la comunicación corporativa de laboratorios, industria biomédica, proveedores de servicios sanitarios..., ya que no se debe olvidar que “la salud es un derecho básico de la persona y un servicio público esencial de cohesión social”, tal y como apunta Josep M<sup>e</sup> Carbonell, Decano de la Facultad de Comunicación Blanquerna, en el cuaderno. El objetivo de esta publicación es que se convierta en una herramienta útil y eficaz para estas corporaciones e instituciones ya que, como advierte el periodista científico, Vladimir de Semir, “la humanidad no solamente se enfrenta a los problemas éticos del conocimiento científico y médico, sino al dilema ético intrínseco a la propia comunicación”. El actual contexto de redefinición del periodismo y la aparición de nuevos canales en el escenario comunicativo es un tema también recurrente en el cuaderno. En este sentido, Marc de Semir, responsable de Comunicación Corporativa de la Fundación Bertelsmann, pone de manifiesto que “la relación a través de las redes entre profesionales sanitarios y usuarios/pacientes está aún en una fase relativamente embrionaria”.

Finalmente, el cuaderno recoge las aportaciones de los demás profesionales que participaron en el seminario: Lucile Danglas, Research Assistant en el Center for Research in Healthcare Innovation Management de IESE; Adela Farré; Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Biocat; Berta Ortiga, Subdirectora gerente del Hospital Universitario de Bellvitge; Montse Tarrés, Directora de Comunicación de Novartis; Antonio González Pacanowski, experto en comunicación digital, Observatorio Comunicación y Salud UAB, y Maria Àngels Valls, Directora de Comunicación de Laboratorios Esteve. Todos ellos aportan su visión individual, desde su experiencia en el ámbito concreto de trabajo, generando un interesante debate para el lector.