

EXPERTOS DESTACAN LA IMPORTANCIA DE LA ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA DEL SECTOR SALUD

Fundació Grífols reúne a un grupo multisectorial de profesionales para debatir sobre el papel de la comunicación corporativa e institucional

Barcelona, 30 de abril de 2014./ La [Fundació Víctor Grífols i Lucas](#) reunió a un grupo multisectorial de expertos en comunicación del ámbito sanitario público y privado, para debatir sobre la ética de la comunicación corporativa e institucional del sector salud. La voluntad de la jornada era reflexionar sobre el papel que juega cada uno de los agentes involucrados en el proceso comunicativo para ayudar a la ciudadanía a estar mejor informada sobre los aspectos referentes a la salud y la atención sanitaria. Los expertos que participaron en el encuentro pusieron especial acento en la importancia de tener en cuenta la ética e incorporarla, como un pilar fundamental, en el plan de comunicación de las corporaciones.

La jornada contó con las ponencias del decano de la Facultad de Comunicación Blanquerna, Josep M^a Carbonell, y del responsable de Comunicació de la Universidad de Vic, Marc de Semir, quienes coincidieron en destacar la importancia de transmitir la información sanitaria de manera transparente, veraz y creíble. Carbonell defendió la trascendencia de la ética en la comunicación corporativa en salud para generar confianza y establecer una relación más positiva con los *stakeholders*. Asimismo, el decano de la Facultad de Comunicación de Blanquerna destacó la conveniencia de aplicar la ética en la comunicación corporativa en salud para asociar la reputación y la marca a valores éticos, proyectar coherencia con los valores y misiones de la corporación, gestionar “*issues*” delicados y transmitir la dimensión de la RSC de la empresa, entre otros aspectos.

Por su parte, Marc de Semir recalcó la importancia de la dirección de comunicación, especialmente en tiempos de crisis, ya que durante estos periodos se tiende a relevar la ética deontológica a un segundo o tercer plano. Además, defendió que se debería profesionalizar la ética tanto en el ámbito docente como en la práctica, en el día a día, y que es conveniente recuperar la confianza y credibilidad entre medios de comunicación, comunicadores y el público en general. Finalmente, animó a introducir el concepto “*health literacy*” en el ámbito de la comunicación corporativa, una especie de alfabetización en salud para facilitar y dar las herramientas necesarias a la sociedad para tener mayor conocimiento y poder entender con mayor claridad los procesos sanitarios.

A lo largo de la jornada también se celebraron dos debates en los que participó Victoria Camps, Presidenta de la [Fundació Víctor Grífols i Lucas](#), que reflexionó sobre el peligro de ocultar las responsabilidades éticas cuando las empresas se centran en las filantrópicas. También apuntó sobre los riesgos que supone que la información se convierta excesivamente en propaganda y reflexionó sobre el deber del informador en informar de manera honesta y transparente.