

VI Encuentro “En constante evolución”, organizado por la Fundación Pfizer

La comunicación en salud se posiciona como una de las áreas informativas de referencia debido a la crisis del COVID-19

- La crisis del coronavirus ha puesto de manifiesto el interés de los lectores por una información sanitaria rigurosa y de calidad
- La tecnología móvil y las redes sociales son las herramientas que más han impactado en la información sanitaria, al acercarla al público, propiciando nuevas oportunidades y desafíos
- ‘Comunicación en Constante Evolución’ es un ejemplo del compromiso de la Fundación Pfizer por la divulgación de la salud y la ciencia entre la sociedad

Madrid, 18 de junio de 2020.- Debido a la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, hemos experimentado una demanda de información sanitaria sin precedentes. La sección de salud ha sido portada durante varios días en la mayoría de los medios de comunicación de nuestro país. De hecho, los lectores han aumentado su interés por este tipo de información y todo apunta a que este hecho forme ya parte de la nueva normalidad.

Respondiendo a esta necesidad, la Fundación Pfizer ha organizado la VI edición de ‘Comunicación en Constante Evolución: información sanitaria en tiempos de internet’, con el objetivo de analizar la evolución de la comunicación en la actualidad y tratar temas de relevancia como la necesidad de una información rigurosa, los nuevos perfiles de comunicadores o cómo se deben gestionar los bulos en un entorno informativo donde prima la inmediatez.

La jornada ha sido inaugurada por **Sergio Rodríguez**, presidente de la Fundación Pfizer, quien ha destacado la importancia de una correcta comunicación sanitaria a la sociedad y los principales desafíos a los que se enfrenta. “En estas fechas hemos podido comprobar su relevancia siendo, sin duda, uno de los elementos clave durante la crisis del COVID-19”, ha destacado Sergio Rodríguez.

Por otra parte, el encuentro ha contado con un debate en el que han participado Marián García, más conocida como **Boticaria García**, divulgadora científica, nutricionista y doctora en Farmacia, y **Miguel González Corral**, director del Área de Salud de Unidad Editorial como ponentes, e **Iñigo Lapetra**, secretario de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud, en calidad de moderador.

Durante la jornada se ha destacado la evolución de la comunicación en salud en España. En la década de los años cincuenta, la comunicación sanitaria tenía una mención e importancia mínima, ya que se destinaban los recursos a otro tipo de contenidos. Posteriormente, tras la crisis del aceite de colza y la divulgación y concienciación que se realizó sobre el VIH, la información sanitaria ha ido adquiriendo cada vez mayor presencia en los medios de comunicación, pero aún de forma menor. Sin embargo, debido a la actual crisis

provocada por el Covid-19, el consumo de información en este ámbito ha evolucionado e incrementado de forma exponencial, y esto se trata de un cambio que ha llegado para quedarse.

Uno de los temas más relevantes del encuentro ha sido el referente a la telefonía móvil y a las redes sociales como los grandes hitos de la comunicación. Gracias a los dispositivos móviles, se ha multiplicado la información que consumimos en nuestro día a día y el número de lectores se ha disparado. Por otro lado, las redes sociales son también realmente importantes, ya que permiten el acceso a un amplio abanico de contenidos, pero eso sí, vienen acompañadas tanto de amenazas como de oportunidades. Como se ha podido comentar durante la jornada, las redes sociales no se someten a ningún tipo de filtro y la información planteada puede ser errónea. Sin embargo, permiten tratar temas que no se han podido tocar en los medios previamente.

Durante su intervención, Boticaria García ha subrayado la importancia de la correcta gestión de los bulos sanitarios explicando que *“es muy difícil luchar contra los bulos y la información sobre medicamentos en internet. Nos enfrentamos a que todo el mundo sea libre de expresar su punto de vista, pero no siempre se hace con información fiable. Para intentar contenerlos, hemos puesto en marcha un decálogo con el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos y #SaludsinBulos que vela por este objetivo”*. Respecto a los influencers que promueven medicamentos y consejos médicos ha destacado que *“no considero que sea necesario personificar ni lapidar, exponiendo a aquellos que difunden este tipo de contenidos sin responsabilidad. Simplemente, debemos contactar con ellos para explicarles la información y que puedan conocerla mejor”*.

Por su parte, Miguel González Corral ha hecho hincapié en la responsabilidad de los periodistas de salud afirmando que *“la diferencia entre el periodismo de salud y otras especialidades es que nosotros tenemos una responsabilidad: hablamos sobre la salud de las personas. No podemos permitirnos errores porque tenemos un papel muy relevante en su calidad de vida y en el manejo de sus expectativas. Si hubiera algún tipo de duda entre publicar o no, elegimos no publicar, cuando en otras secciones es al contrario. Nosotros tenemos esa responsabilidad añadida”*. Además, González ha mostrado su punto de vista acerca de los nuevos perfiles de divulgación explicando que *“los periodistas de salud y los divulgadores científicos son una buena simbiosis, ya que se complementan a la perfección. Los divulgadores nos aportan una visión que para nosotros es difícil ofrecer y es fantástico que podamos colaborar juntos. Así, llegamos a las audiencias por una doble vía que, por separado, sería muy complicado”*.

Los encuentros ‘Comunicación En Constante Evolución’ de la Fundación Pfizer se desarrollaron con motivo de la celebración de su 20º aniversario en 2019. Debido a la gran acogida de estas series de diálogos, la fundación ha apostado de nuevo por este acto de carácter divulgativo orientado a toda la sociedad. En este sentido, Sergio Rodríguez ha señalado que *“dado nuestro compromiso con la sociedad y bajo la premisa de beneficiar la salud de las personas, estamos muy orgullosos de poder continuar con esta serie de debates sobre la evolución de aspectos clave de nuestra sociedad”*.

En el caso de las cinco ediciones anteriores, los encuentros se celebraron en diferentes ciudades de la geografía española como Madrid, Sevilla, Barcelona o A Coruña. Este año, adaptándose a estas especiales circunstancias, se ha realizado mediante una conferencia virtual a la que se conectaron cerca de un centenar de personas.

Fundación Pfizer

La Fundación Pfizer celebraba el pasado año su 20º aniversario, redoblando su compromiso con el impulso de la ciencia, la tecnología y la innovación y con su acercamiento a la sociedad. Para ello, ha reforzado su apuesta estratégica por la innovación científica y tecnológica a través de la búsqueda de puentes entre la actividad investigadora y la sociedad, con el objetivo de que los avances científicos se traduzcan en una aplicación práctica en beneficio de las personas. Para más información: www.fundacionpfizer.org

Para más información:

Fundación Pfizer

Nacho González – 600 911 575

Nacho.GonzalezSancho@pfizer.com

Ogilvy

Paula Malingre – 91 451 21 28

paula.malingre@ogilvy.com

Álvaro Mateo – 696 70 52 28

alvaro.mateo@ogilvy.com

Cristina Hernández

cristina.hernandez@ogilvy.com