

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL COMITÉ DE BIOÉTICA DE ARAGÓN

1. Introducción

El Comité de Bioética de Aragón (en adelante CBA) es un órgano colegiado, deliberativo, independiente, multidisciplinar, participativo y de carácter consultivo que desarrolla sus funciones, con plena transparencia, sobre materias relacionadas con las implicaciones éticas de la medicina y ciencias de la salud, con pleno sometimiento al ordenamiento jurídico.

Está adscrito orgánicamente al Departamento competente en materia de sanidad y a la Dirección General de Derechos y Garantías de los Usuarios, por lo tanto, su sede está en este Departamento.

Han transcurrido cuatro años desde la constitución del CBA y, tras esta experiencia acumulada, se considera necesario abordar una estrategia interna de comunicación que permita una mayor visibilidad del trabajo realizado.

2. Análisis de la situación.

El CBA no cuenta con expertos asesores en materia de comunicación.

En las memorias de estos primeros cuatro años vemos que la accesibilidad a los medios de comunicación se ha hecho a través de:

- La Dirección de Comunicación del Gobierno de Aragón, el Titular del Departamento de Sanidad o la Dirección General de Derechos y Garantías de los Usuarios.
- Los medios propios de los vocales del CBA.

Consideramos que ambos medios son interoperables y deben estar coordinados con el fin de, respetando los trámites internos de la Administración, conseguir la visibilidad necesaria del CBA, cuya labor consideramos de suma importancia.

3. Medios a disposición.

Como medio propio de uso y acceso por la Secretaría del CBA se dispone de la página web corporativa con la siguiente URL:

<http://www.aragon.es/OrganosConsultivosGobiernoAragon/OrganosConsultivos/ComiteBioeticaAragon>

La valoración de una presencia diferenciada en las redes sociales, si bien facilitaría la visibilidad, implicaría la gestión propia de los perfiles y la más que probable ausencia en los perfiles propios gestionados por la Dirección General de Comunicación.

4. Nuestros destinatarios.

Debe considerarse que los diversos documentos elaborados por el CBA tienen un triple impacto:

1. El ciudadano.
2. El empleado sanitario.
3. Las instituciones sanitarias.

Es por ello que, la estrategia de comunicación tiene que adaptarse en función de los destinatarios a los que vaya dirigida.

5. Acciones a desarrollar.

5.1. Determinación del destinatario.

Tras la elaboración de un documento y su aprobación por el Pleno, debe tenerse en cuenta y ser objeto de debate, la priorización de personas o Instituciones a los que va dirigido.

5.2. Organización institucional.

Una vez acordados los destinatarios, el ponente del documento elaborará una nota de prensa que será remitida al Gabinete de prensa del titular del Departamento junto con el documento y la solicitud de difusión de la misma.

6. Herramientas de comunicación.

6.1. La web.

Debe estar actualizada e incluir los documentos aprobados por el Pleno.

6.2. Las notas de prensa.

Se deben elaborar en un lenguaje cotidiano, de forma que permita su accesibilidad.

Serán realizadas por la persona que designe el Pleno y tendrán la siguiente estructura:

1. Identificación del documento.
2. Referencia a la web.
3. Principales aportaciones del mismo.

6.3. Redes sociales del Gabinete de Aragón.

Además de realizar una nota de prensa, si el contenido es accesible al ciudadano, la difusión del documento se puede hacer a través de las redes sociales del Gobierno de Aragón.

Zaragoza, 17 de enero de 2018