



Juan Elías Pollina:  
jeliaspollina1@gmail.com

# Seminario

## Cómo comunicar

Juan Elías Pollina

Servicio de Cirugía Pediátrica. Hospital Quirónsalud. Zaragoza. España.

### Resumen

- Palabras clave:**
- Comunicación académica
  - Comunicación en salud

Toda aportación científica merece comunicarse. Para ello son necesarias una serie de habilidades en la comunicación oral. Aquí exponemos unos cuantos consejos agrupados en seis apartados: 1) por qué hacemos la comunicación; 2) el lugar de nuestra exposición, palacio de congresos, hotel, otros; 3) cuál es el tipo de público que vamos a tener; 4) en qué momento de la reunión o congreso será nuestra comunicación, al principio, al final, en una mesa redonda, etc.; 5) qué vamos a exponer: póster, comunicación, mesa redonda, conferencia declaraciones ante la prensa escrita o radio y televisión, y, por último, 6) cómo lo vamos a exponer, destacando los factores más importantes: Preparar, practicar, probar, verificarlo todo y mostrar entusiasmo y espontaneidad.

### How to communicate

### Abstract

- Key words:**
- Health communication
  - Scholarly communication

Every scientific contribution deserves to be communicated. In order to do this, it is necessary a range of oral communication skills. Here below we present a series of advice grouped into six sections: 1) why we do the communication; 2) the place of our exhibition: convention center, hotel, others; 3) what kind of audience we are going to have; 4) at what time of the meeting or congress our communication will be: at the beginning, at the end, at a round table, etc.; 5) what we are going to present: poster, communication, round table, conference, statements to the press or radio and television, and, finally, 6) how we are going to expose it, highlighting the most important factors: prepare, practice, test, verify everything and show enthusiasm and spontaneity.

## INTRODUCCIÓN

Toda investigación o dato científico tiene que ser comunicado. Aquí nos referimos a la comunicación oral y a cómo mejorar nuestras presentaciones, sin entrar en su contenido científico que presupone-mos excelente y adecuado al auditorio. Lo ideal es que la comunicación tenga tres ingredientes: **informativos**, que es lo que vamos a enseñar, **de entretenimiento**, para deleitar a la audiencia y

**persuasivos**, para conmovir y convencer. Para ello vamos a intentar responder a las seis preguntas clásicas\*: ¿por qué tenemos que hablar en público?, ¿dónde?, ¿quién?, o mejor ¿a quién?, ¿cuándo?, ¿qué tipo de comunicación presentamos?, y ¿cómo hacerlo lo mejor posible?

\* Este artículo es el resumen de una conferencia, no un trabajo de investigación, por lo que su redacción es informal y solo sirve de guía para quienes hayan asistido a la conferencia.

Cómo citar este artículo: Elías Pollina J. Cómo comunicar. Rev Pediatr Aten Primaria Supl. 2018;(27):71-5.

## ¿POR QUÉ?

---

Los motivos para realizar una comunicación, póster, mesa redonda o conferencia son muy variados, desde la necesidad de “hacer currículum” cuando se es joven al hecho de ser ya un experto al que invitan a dar una conferencia o participar en una mesa redonda. Pero en general siempre será para poder tratar, transmitir y compartir un tema al que uno se dedica y siente una cierta pasión hacia él. Realizar un póster, hacer una comunicación o pronunciar una conferencia, siempre nos aportará experiencia y la necesidad de poner en orden nuestras ideas ayudándonos a sintetizarlas. Todos somos conscientes que lo que no se comunica, no existe.

## ¿DÓNDE?

---

Las condiciones de la sala son importantes. No es lo mismo hablar en una sala relativamente pequeña, muy cerca de los oyentes, que en un gran auditorio con muchos oyentes, pero lejanos. La iluminación, la acústica, la colocación tanto del conferenciante como del público, si hay o no atril, la pantalla y el tipo de proyección, etc., son factores que pueden llevarnos a modificar nuestra presentación. El hecho de que sea en un palacio de congresos, en general bien preparado para las presentaciones y con amplias pantallas, o en la sala de un hotel que puede no estar especialmente pensada y preparada para dar conferencias, hace que las condiciones puedan variar y nos obliguen a cambiar el tipo de diapositivas, desde el tamaño de las letras, el color de los fondos o la amplitud de las imágenes y hasta su luminosidad. Hay que tener también en cuenta la comodidad de los oyentes, si hay ruido externo o cosas que lleven a la distracción. Por lo tanto, es muy conveniente siempre ver previamente las condiciones de la sala y probar la presentación *in situ* comprobando que nada falla, en especial si llevamos animaciones complejas o vídeos.

Mención especial merecen los congresos internacionales o los casos en que haya traducción simultánea. En ambos casos procurar hablar despacio y

marcando bien el inicio y el final de cada frase para ayudar a la comprensión de todos los oyentes, cuyo idioma puede no ser el que nosotros utilizamos, y facilitar la labor de la traducción simultánea.

## ¿A QUIÉN?

---

La primera regla es conocer al público y adaptar perfectamente la charla al tipo de público que tenemos. No es adecuado mantener un nivel muy alto ante un público poco profesional o no muy preparado en el tema, como tampoco lo es ser muy básico y esquemático ante un auditorio de expertos en el tema a los que ya hay que suponer unos conocimientos que no hace falta repetir ni mencionar. Nunca hay que ofender la inteligencia o la sensibilidad de la audiencia. Hay que pensar también que el público, si no comprende algo, deja de escuchar, por lo que hay que saber modificar el contenido y el ritmo de la exposición según la actitud de la audiencia. Pensar que el ser humano emplea 200 milisegundos en saber si una palabra es amable o no. Es decir, se reconoce antes la carga emotiva que el significado de la palabra, lo que implica una modulación y entonación de voz adecuada al auditorio, a lo que queremos exponer y a lo que deseamos resaltar.

Cabe considerar también la pregunta de ¿por qué han venido a oírte? Muchos de los presentes por interés hacia el tema, otros por curiosidad, otros por cuestiones afectivas, o por estar cómodos, o por casualidad o por otras múltiples razones que a veces hay que adivinar para procurar satisfacerlos a todos, lo que siempre es difícil, pero debemos intentarlo.

## ¿CUÁNDO?

---

El horario viene dado por la organización, por lo que no podemos influir en ello, pero sí debemos considerar que nuestra charla será un poco distinta si es la primera del día, la última, antes de una pausa, etc., ya que depende de si hay que “despertar al público” o ya cogemos un público muy cansado al que hay que estimular y no sobrecargarle demasiado.

La otra consideración es el tiempo que tenemos asignado. Aquí sí quiero insistir en una cosa: hay que ser absolutamente riguroso en el cumplimiento del tiempo que nos han concedido e incluso lo ideal es usar un poco menos de tiempo. Desgraciadamente hay una regla del “40% de exceso”: a quien le dan cinco minutos habla siete y al que le dan diez habla catorce, lo que no suele ser del agrado del público. Además, hay que tener en cuenta dos factores: 1) con el paso del tiempo el interés, la comprensión y la retentiva del público disminuyen, y 2) el público tiene dos momentos álgidos de atención: al inicio (la expectativa) y al final (cumplimiento o no de esta expectativa). Así, se aconseja siempre seguir el orden de introducción, desarrollo y final, dedicando un porcentaje de tiempo que sea 10/80/10. Se dice que es bueno utilizar el “sistema militar”. Primero nombrar lo que se va a decir, luego decirlo y por último destacar lo que se ha dicho.

## ¿QUÉ?

A grandes rasgos podemos decir que nuestras comunicaciones serán en forma póster, comunicación oral, mesa redonda, conferencia y entrevistas con la prensa, radio o televisión.

### El póster

Puede ser en papel, electrónico, con o sin discusión o “póster presentado”, que es como una minicomunicación. Es necesario que nuestro póster produzca un cierto impacto, ya que en un congreso puede haber 800 pósteres y lo que pretendemos es que se fijen en el nuestro. Para ello, debe ser claro y conciso. Tiene que tener poco texto y buena iconografía. Cuidado con los colores y los fondos. Las tablas se leen mal, mientras que los gráficos (tartas, columnas) son de fácil comprensión visual. Está demostrado que, a menos complejidad, más público, más discusión y más información recogida. Si hay discusión a pie de póster, hay que ser muy conciso en la exposición. No hay que leer el póster. En realidad, un póster es como un anuncio comercial y la mayoría de los anuncios duran 20 segundos.

### La comunicación oral

Debe ser interesante, útil, amena y corta. Cuidado si se prepara a partir de un escrito previo, en cuyo caso habrá que seleccionar, sintetizar y simplificar, ya que nuestra publicación puede ser muy extensa. Hay que cuidar muy bien las imágenes y la entonación y tener en cuenta que el resultado de una comunicación no es lo que se dice, sino lo que el público entiende.

### Mesa redonda

Hay que tener en cuenta al resto de los participantes y al moderador y conocerlos al máximo. Es bueno mantener correos con ellos para saber exactamente de lo que hablarán y cómo lo enfocarán, para no “pisarse” ni tampoco “dejarse pisar”, pero es bueno que nuestra exposición se relacione bien con las demás de la mesa redonda, incluso las cite y las enlace. Esto da sensación de compenetración entre los ponentes, aunque esto es más función del moderador que de los mismos ponentes.

Aquí, más que en ninguna otra ocasión, hay que ceñirse absolutamente al tiempo asignado, porque si no nos ganamos la enemistad del moderador, de los otros participantes y del público. Para ello, hay que evitar poner cosas innecesarias. Así, una oración no debe contener palabras innecesarias, ni un párrafo oraciones innecesarias, por el mismo motivo que un dibujo no debe tener líneas innecesarias o una máquina piezas que sobren. Esto sirve para cualquier presentación, sea póster, mesa redonda, comunicación o conferencia.

### Conferencia

En las conferencias, como en la pintura o en la literatura, hay múltiples estilos y cada conferenciante tiene que adoptar el suyo según sus aptitudes y las circunstancias. Ahora bien, hay una serie de normas que deben respetarse. Hay que llegar con tiempo; tomar “posesión” de la sala (ver el apartado de “¿Dónde?”). Si no se conoce el tipo de público, es bueno charlar un poco con ellos para conocer un poco sus intereses y expectativas. Pensar que en una conferencia hay tres tipos de contenidos,

los posibles, los deseables y los esenciales; lo ideal es dedicarse solo a estos últimos. Tener en cuenta que los primeros minutos son cruciales, hay que intentar impactar, empezando por un título con gancho. Es bueno que las diapositivas sean claras e impactantes. Hay que hacer que la audiencia se sienta partícipe, por lo que puede plantearse alguna pregunta retórica al público. Procurar vocalizar bien, con una voz lo más clara y potente posible. *Cuanto mejor te entienden más te atienden.* Una anécdota de carácter personal siempre es útil. Si nos falta tiempo, no “pensar” la conferencia y hablar deprisa pasando las imágenes a toda velocidad, sino recortar lo que no sea esencial, saltando los apartados e imágenes que podamos suprimir (las presentaciones en PowerPoint permiten saltarse las diapositivas que uno quiera sin que el público lo note). De todas formas, si no tenemos tiempo es que algo hemos hecho mal: o no lo hemos practicado y entrenado suficiente, o quizá nos hemos extendido demasiado en cosas sin interés que no teníamos programadas.

Es posible que al final haya preguntas por parte del auditorio. Es bueno tener las posibles preguntas pensadas y ensayadas de antemano. Dejar que el asistente formule la pregunta por completo, no interrumpirle. La respuesta ha de ser sencilla y esquemática, se puede decir perfectamente “no he entendido su pregunta”. La contestación “no lo sé” también es perfectamente válida. Hay que huir de la táctica de contestar otra cosa distinta a la que se ha preguntado; esto puede ser válido para los políticos, pero no es de recibo en un ambiente científico. Lo que sí puede hacerse es preguntar a los expertos presentes, es decir, “rebotar” la pregunta al resto del público. Si se sabe el nombre de quien hace la pregunta es bueno contestar citándole. En todos los casos, aunque la pregunta sea incómoda o impertinente, contestar con educación. Además, siempre puede ofrecerse la posibilidad de contestar al término de la sesión y ya fuera de la sala.

Debemos tomar nota, aunque sea mental, de las preguntas que nos hagan, ya que siempre nos sirven para ver lo que interesa y lo que quizá no hemos explicado bien y no ha quedado claro. Es un

buen mecanismo de *biofeedback* para quizá hacer modificaciones en nuestra exposición para la próxima vez.

### Prensa, radio y televisión

Aquí siempre está el peligro de que nuestras declaraciones sean recortadas, simplificadas, malinterpretadas o tergiversadas, muchas veces sin mala intención, pero que no se capte exactamente lo que hemos dicho o lo que queríamos indicar y resaltar. Podemos encontrarnos con un titular que magnifique un pequeño detalle y que lo importante pase absolutamente desapercibido. Así que hay que saber que por lo general un titular es la condensación en un máximo de 6 palabras de algo nuevo, atractivo e interesante para el periodista, lo que puede no coincidir con nuestra apreciación. Cuidado con las frases y su enlace, el “directo” a veces no es tan directo y es “editado” *a posteriori*. La televisión reduce mucho cualquier intervención por lo que lo que comentamos durante 15 minutos, puede quedar resumido en 30 segundos, que a lo mejor no aportan lo más interesante de lo que hemos dicho por lo tanto debemos esforzarnos para que al entrevistador le quede claro lo que queremos transmitir, en palabras cuanto más simples mejor y de una forma esquemática, la norma es “di solo lo que quieres decir”. A pesar de ello, en una encuesta a 1354 científicos que publicó la revista *Science*, el 90% manifestaron el riesgo de ser citados incorrectamente y ocho de cada diez consideraban imprevisibles a los periodistas.

### ¿CÓMO?

Los grandes gurús de la comunicación dicen que hay cuatro reglas básicas: 1) conocer a la audiencia; 2) brillar por la sencillez: es decir usar frases cortas, utilizar ejemplos, citar la experiencia personal y crear empatía; 3) sorprender, interesar e incitar, y 4) practicar y ensayar, a las que yo añadiría dos más: 5) practicar y ensayar, y 6) practicar y ensayar. Para cumplir las reglas básicas hay que seguir estos pasos: procurar que no falle nada (tenerlo todo

previsto, llevar siempre una copia de seguridad, comprobarlo todo al empezar, etc.). Es bueno transmitir seguridad y entusiasmo al hablar. Mucho cuidado con las imágenes; siempre es mejor una gráfica que una tabla. No son deseables las pausas vacías con murmullos tipo “eh...”, “mmm...”. Una pausa ha de ser silenciosa, para resaltar lo anterior y dar tiempo a la comprensión del auditorio. Pensar que en una comunicación oral el mensaje eres tú, luego no solo es importante lo que se dice, sino también la actitud, el vestuario, el movimiento de las manos; en resumen, el lenguaje corporal, al que cada vez dan más importancia los expertos en comunicación. Hay que tener el esquema memorizado, pero no dar la sensación de que se está recitando de memoria, ya que el conferenciante no se debe aferrar al guion, puesto que el guion previo no tiene en cuenta la “energía de la sala”, es decir la actitud de los oyentes en cada momento que pueden obligar a modificar el ritmo o parte de la exposición. Por último, nunca hay que bajar la guardia, aunque la conferencia ya la hayamos dado otras veces o estemos ante un público poco especializado, siempre hay que repasarla, practicar con la antelación suficiente e incluso modificarla en parte, lo que hará que siempre nos adecuemos al tipo de público y evitará que en momento dado podamos quedarnos en blanco.

Contra lo que pueda parecer, un cierto nerviosismo inicial da energía positiva. Hay que procurar sentirse

a gusto para transmitir la sensación de confort a los oyentes. El lenguaje puede ser a veces informal, lo que no quiere decir vulgar. Son peligrosas las distracciones, una cosa es amenizar con un *gif* o con una pequeña animación y otra cosa es abusar de ellos. Puede incluirse un pequeño chiste o una pequeña broma o una anécdota, que nunca deben ser ofensivas para nadie, pero siempre en poca cantidad y si es posible que sean amables o tiernas. También hay que tener cuidado con los errores en los textos o en las cifras, hacen que la audiencia se distraiga, pendientes del error, y no presten atención al resto.

En resumen, y esto es válido para todo tipo de presentación, desde el póster hasta la conferencia magistral: preparar, practicar, probar, verificarlo y comprobarlo todo, mostrar entusiasmo y espontaneidad, responder a las preguntas de forma simple y educada, sin discutir, en caso de conflicto ofrecer la posibilidad de comentarlo ya fuera de la sala y por último, dar las gracias y despedirse con cordialidad, teniendo en cuenta que no hay un estilo fijo de hacer las cosas y que cada uno debe potenciar sus virtudes y disimular sus defectos ante el público.

## CONFLICTO DE INTERESES

El autor declara no presentar conflictos de intereses en relación con la preparación y publicación de este artículo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Atkinson M. Claves para hablar en público. Barcelona: Gestión 2000; 2005.
- Carnegie D. El camino fácil y rápido para hablar eficazmente. 2.ª edición. Barcelona: Edhasa; 1990.
- Harford T. El poder del desorden. Barcelona: Conecta; 2017.
- Janner G. Cómo hablar en público. Bilbao: Deusto; 1990.
- Suñén M. Cómo enamorar hablando en público. 2.ª edición. Zaragoza: Mira; 2017.
- Swan RL. El método Obama. Barcelona: Debolsillo; 2008.
- Wilde O. El arte de conversar. Barcelona: Atalanta; 2007.