



SOCIEDAD
ESPAÑOLA DE
EPIDEMIOLOGÍA

Guía de actuación ante medios de comunicación y/o foros profesionales para personas que intervengan como portavoces de la Sociedad Española de Epidemiología

Revisado por la Comisión Asesora de Comunicación de la Sociedad Española de
Epidemiología

2025



Introducción

Para la Sociedad Española de Epidemiología (SEE) es fundamental que las personas asociadas a la misma colaboren y participen en la divulgación y la comunicación de aquello en lo que tienen experiencia, especialmente aportando información precisa y clara sobre temas de epidemiología y salud pública.

La comunicación y la divulgación eficaz requiere de unas habilidades, un conocimiento de los principios de la comunicación y, sobre todo, una actitud proactiva. Todo ello son conocimientos y capacidades que pueden adquirirse y que están intrínsecamente unidas a las competencias que cualquier profesional de salud pública debe tener. En nuestro ámbito, la comunicación y la divulgación mejora la salud de la población al incrementar la alfabetización en salud, ayuda a comprender mejor los riesgos y las medidas de prevención necesarias y contribuye a combatir la desinformación y los rumores. También facilita el compromiso público con la salud, e influye en las políticas de salud, todo lo cual contribuye significativamente al bienestar colectivo. No obstante, hay que ser conscientes de que, aunque el acceso a la información es fundamental, no garantiza por sí mismo la adopción por parte de la población de determinados comportamientos.

La SEE, consciente de ello, estableció como meta 1 de su Plan Estratégico 2022-2025, “Incrementar la influencia externa de la SEE”. El objetivo 1.1. de dicha meta es “Afianzar e incrementar la visibilidad de la SEE y de la epidemiología en la sociedad y en los medios de comunicación, acercando así la SEE y la epidemiología a la población general”. Para ello se estableció la Comisión Asesora de Comunicación de la SEE, integrada por diversas personas asociadas y representantes de la Junta Directiva y coordinada por la persona que es responsable de comunicación en la SEE. Esta Comisión es la que efectúa la relación con los medios de comunicación, siempre bajo la responsabilidad de la Junta Directiva. Pero también es necesario que no solo las personas integrantes de la Comisión actúen ante los medios, sino que otras personas socias también lo hagan en función de su grado de experiencia o conocimiento de aspectos concretos que, en momentos determinados, se sitúen como focos de interés. De hecho, frecuentemente se pide la colaboración de miembros de los Grupos de Trabajo (GT) de la SEE para abordar temas relacionados con su área de trabajo. El interés creciente por la divulgación científica hace que las personas socias de la SEE intervengan cada vez más en diversos medios de divulgación, presencialmente o mediante artículos, y que lo hagan en representación de la SEE. Por ello es imprescindible que cualquier persona asociada disponga de unas directrices que puedan orientarle en su relación con los medios de comunicación o foros de divulgación científicos.

Esta guía trata de orientar acerca de los aspectos clave que cualquier persona asociada a la SEE debe tener en cuenta para prepararse y realizar intervenciones públicas en medios de comunicación o en foros científicos o de divulgación, especialmente en el caso de que intervengan en representación de la SEE.

Se estructura en los siguientes apartados:

- Preparación
- Comunicación efectiva
- Interacción con los medios
- Foros Científicos y de Divulgación
- Recursos adicionales



Preparación

Conocimiento actualizado:

Es imprescindible mantener los conocimientos al día sobre los últimos hallazgos y recomendaciones en epidemiología, especialmente en el campo en el que se tenga la mayor experiencia. Esto incluye también tener información sobre las políticas de salud pública actuales y las investigaciones recientes en el campo.

Objetivos claros:

Hay que identificar qué información es crucial transmitir y qué impacto se desea lograr con la intervención ante los medios. Esto ayuda a enfocar el mensaje y asegurarse de que se comunica de manera efectiva. Los objetivos no deben ser muchos para ganar en efectividad.

Es recomendable que los objetivos incluyan poner en valor comportamientos que se consideren como favorables por el conocimiento científico, mostrando sus beneficios para la salud y el bienestar de la población.

Lenguaje adecuado:

Utilizar un lenguaje claro y accesible es fundamental para que el público general pueda entender la información epidemiológica. Esto implica evitar, en lo posible, jerga técnica y términos complejos que puedan confundir a los no especialistas.

Por ejemplo, hay que tener en cuenta que la percepción del riesgo puede cambiar dependiendo del formato usado: si se utilizan porcentajes, las personas no técnicas, en general, muestran una percepción de riesgo menor, que si se utiliza el formato “1 de cada X”.

Un ejemplo de cómo convertir un mensaje técnico en uno comprensible para la población, sería el siguiente:

Técnico: “La incidencia acumulada se mantiene en niveles de transmisión comunitaria sostenida”.

Comprensible: “El número de contagios sigue siendo alto y se transmite de forma continua en la población”.

Representación de la SEE:

Ante cualquier declaración que se realice en representación de la SEE, es necesario considerar que el mensaje que se va a transmitir debe estar alineado con la evidencia científica y con los valores de la SEE. En caso de duda, se aconseja cotejar ideas con otros compañeros y en especial con personas de la Junta o de la Comisión Asesora de comunicación.

Comunicación efectiva

El tono de voz:

Al atender a los medios de comunicación, especialmente de radio y televisión, no es recomendable hablar bajo, hablar demasiado alto, hablar rápido o hablar de forma monótona y sin pausas. Por el contrario, funciona bien vocalizar, utilizar un tono medio, manejar la entonación y saber emplear las pausas y los silencios.



Mensajes claros y concisos:

Presentar la información de manera estructurada y fácil de entender es clave para una comunicación efectiva. Los mensajes deben ser breves y directos, evitando la ambigüedad.

Claridad, concisión y coherencia (3C's): un buen mensaje debe ser claro, conciso, coherente y fácil de recordar. Hay que evitar ambigüedades, explicaciones innecesarias o estructuras enrevesadas. Si es necesario dar muchas explicaciones, probablemente no se está comunicando bien o el tema requiere más trabajo para simplificarlo.

También es necesario en ocasiones ser capaces de transmitir que algunas cuestiones no son simples, y que el nivel de evidencia es todavía limitado.

Tener en cuenta el contexto:

Es importante comunicar teniendo en cuenta el contexto y priorizando los mensajes que interesan a la audiencia, sin descuidar la información imprescindible para evitar confusiones o malentendidos. Esto es particularmente importante en situaciones de crisis o emergencias en las que el miedo, la indignación o la asignación de culpas pueden estar muy presentes. Hay que ser capaces de informar de los riesgos generando confianza y evitando atemorizar a la población o incrementar su indignación.

Es necesario ser capaces de transmitir calma y serenidad, sin restar gravedad al tema de que se trate, pero intentando dar recomendaciones concretas que puedan ayudar a que el problema se comprenda adecuadamente y se actúe en consecuencia.

Uso de ejemplos y anécdotas:

Incorporar ejemplos o historias que ilustren los conceptos epidemiológicos puede ayudar a que el público comprenda mejor la información. Esto hace que los datos sean más accesibles y puedan comprenderse mejor.

Visualizaciones:

Aunque no siempre es factible, puede considerarse la utilización de gráficos, tablas o imágenes para facilitar la comprensión de datos complejos. Las visualizaciones pueden ser una estrategia efectiva que contribuye a transmitir información epidemiológica de manera clara y visualmente atractiva.

Presentar la información de forma equilibrada:

Ante una situación concreta, se recomienda explicar el posible beneficio y también el efecto negativo de una determinada actuación. Para presentar la información de forma equilibrada será necesario tener en cuenta estos dos aspectos para que la población a la que le pueda llegar el mensaje pueda sopesar la información y tomar sus propias decisiones.

Dirigir hacia fuentes expertas y fiables:

Es muy conveniente utilizar, siempre que sea posible, fuentes fiables, con garantía y que puedan ser contrastadas. Es recomendable considerar siempre las fuentes oficiales de organismos solventes. Hay que asegurarse que los datos que se aporten estén actualizados.



Lenguaje Corporal:

Además del lenguaje verbal, existe un lenguaje corporal (movimientos, gestos, etc.) del que muchas veces no se es consciente, ni se sabe muy bien cómo funciona (es imprescindible tener este aspecto presente cuando se atiende a la televisión o se habla en público).

A través de este lenguaje corporal, se transmiten también mensajes como nerviosismo, timidez, seguridad, confianza, dominio, entusiasmo, dudas, etc. Desde el momento en el que se ve a la persona que habla, quienes van a escucharle observan el movimiento de las manos, la expresión de la cara, la postura, los movimientos en el estrado, la mirada, y todo ello está transmitiendo mensajes diversos que se captan con total nitidez.

A veces puede suceder que estos mensajes sean contrarios a lo que se está tratando de comunicar con el lenguaje verbal. Por ejemplo, sucede cuando quien habla le dice a alguien que su bienestar es la principal preocupación sin mirarle en ningún momento a la cara.

Cuando el lenguaje corporal es adecuado (cuerpo erguido, expresión facial relajada, mirando a la persona receptora, moviendo las manos para enfatizar nuestra comunicación) se facilita la conexión con el receptor y se está utilizando ese lenguaje en sentido positivo.

Gestos Negativos:

- Manos en los bolsillos (inseguridad).
- Manos en la espalda (timidez u ocultación).
- Gesticulación exagerada
- Juguetear con objetos como anillos, el reloj, las gafas...
- Tocarse el pelo repetidamente o cualquier parte de la cara.
- Cruzarse de brazos (rechazo).
- Balancear el cuerpo.
- No levantar la cabeza del papel (inseguridad, sumisión).
- Inclinar la cabeza repetidamente atrás (indignación, rechazo).
- Mover frecuentemente los párpados (nerviosismo).
- Sentarse mal.

Gestos Positivos:

- La sonrisa: es una buena carta de presentación.
- Mantener contacto visual.
- Enseñar las manos.
- Juntar las yemas de los dedos (convencimiento).
- Desabrocharse la chaqueta (seguridad y comodidad).
- Naturalidad.



Interacción con los medios

Transparencia y Honestidad:

Para mantener la credibilidad es esencial reconocer las incertidumbres y mostrar humildad. Es necesario saber admitir lo que no se sabe y ser transparente sobre las fuentes de información: tanto con la precisión de los números como con la calidad de la evidencia que los respalda (evitar decir “según un estudio”, sin más). No hay que ocultar información negativa, como por ejemplo números de personas fallecidas, si fuera el caso.

A veces los medios pueden hacer preguntas sobre las cuales no se disponga de información actualizada o que estén fuera de nuestra área de especialización. En este último caso es siempre mejor reconocer que no se es persona experta en la materia y que sería preferible que se pregunte a otras personas que sí lo sean en ese campo.

Anticipación a preguntas:

Es crucial prepararse para responder preguntas comunes y potencialmente controvertidas. Esto ayuda a mantener la confianza del público y a evitar malentendidos.

Comentar previamente con otras personas conocedoras del tema puede ser una buena opción para preparar posibles preguntas. La coordinación evita mensajes contradictorios y no homogéneos que pueden causar confusión. La Comisión Asesora de Comunicación de la SEE puede colaborar en este papel.

Evitar especular:

Suele ser frecuente que los medios pregunten cómo evolucionará una situación concreta en los próximos días o semanas. Hay que centrarse en lo que se sabe, evitando especulaciones sin fundamento, porque nadie tiene una bola de cristal ni sabe a ciencia cierta lo que pasará en el futuro. En ocasiones será necesario preparar al público para la posibilidad de que la evaluación de una determinada situación, o las recomendaciones que se puedan dar, cambien si se dispone de nueva información.

Siempre hay que tener en cuenta que aportar una estimación no es especular, ya que la estimación sí que debería estar basada en una metodología rigurosa y aportar un margen de incertidumbre.

Evitar la desinformación:

Hay que corregir información que se considere errónea o falsa de manera respetuosa y clara. Esto debe hacerse de forma educada y constructiva, nunca utilizando un lenguaje despectivo. Es mejor abordar las falsas creencias que pueda tener una parte de la población con empatía que con desprestigiando a las personas que se hacen eco de dichas creencias.

No confundir instituciones:

Si la participación con los medios se hace representando a una sociedad científica como la SEE, es muy recomendable evitar mezclar a la institución en la que se trabaja para no confundir a los medios ni al público. Es posible que la institución en la que se trabaja no coincida en el punto de vista o los hechos que se estén relatando y, por eso, es fundamental que se deje claro desde el primer momento que se interviene como miembro o representante de la SEE. Si van a requerirse imágenes, es preferible que no se tomen en el despacho de la institución en la que se trabaja,



sino en un ambiente neutro o externo a la institución (siempre es posible hacerlo en un parque o en la acera de la calle y evitando que el fondo de la imagen sea la institución de trabajo).

En resumen:

Qué funciona con los medios:

- Claridad y brevedad: explicar de forma sencilla y sin rodeos. Lo ideal: intervenciones de entre 5 y 10 minutos.
- Titulares y frases cortas: ayudan a que el mensaje sea entendido, citado y difundido.
- Uso de ejemplos: facilitan la comprensión de temas complejos.
- Cifras concretas: aportan contexto y son fáciles de titular, siempre sin abusar.
- Responder bien a las preguntas: con claridad, sin repetir discursos ni extenderse demasiado. Si no se sabe la respuesta se puede decir de forma natural y educada que no se tiene la información.
- 3C's: Claridad, Concisión y Coherencia.

Qué no funciona:

- Tecnicismos innecesarios: dificultan la comprensión.
- Información vaga o poco precisa: resta credibilidad.
- Dar por hecho que se entiende todo: hay que adaptar el lenguaje.
- Exceso de cifras: abruman y dispersan el mensaje.
- Intervenciones largas o con temas mezclados: pierden el foco.
- Evadir preguntas o responder con discursos largos: frustra a los periodistas.

Foros Científicos y de Divulgación

Respeto al público:

Cuando se prepara una intervención, siempre hay que considerar el nivel de conocimiento y las preocupaciones del público objetivo. Esto implica también adaptar el mensaje según el contexto y las reacciones del público.

En algunos foros puede haber personas asistentes que manifiesten actitudes controvertidas o negacionistas de aspectos científicos. En estos casos, polemizar no suele ser una buena opción. Hay que explicar los argumentos con tranquilidad, exponiendo las evidencias de las que se disponga y evitando entrar en polémicas que pueden resultar estériles y polarizadoras.

Es preferible no participar en foros que simplemente busquen la polémica.

Colaboración interdisciplinar:

La epidemiología es multidisciplinar: fomentar el diálogo con otras personas de campos o titulaciones diferentes a la propia enriquece la discusión y proporciona una visión más completa de los temas epidemiológicos.



Flexibilidad y adaptabilidad:

Es importante estar en disposición de adaptar el mensaje según el contexto y las reacciones del público. Esto incluye la posibilidad de cambiar la manera de exponer, si es necesario, para mejorar la comprensión del público.

El ensayo:

Toda intervención pública, ya sea un discurso discreto o un gran discurso, exige una preparación adecuada. La regla fundamental es ensayar. Y se hace, no solo para dominar el texto, sino con vistas a sacarle toda su esencia, conseguir conectar con quienes nos van a escuchar, motivar, y, si es posible, entusiasmar.

Tratar de ganarse al público:

Para conectar con la audiencia, se pueden usar preguntas retóricas, anécdotas, ejemplos actuales, citas o gestos inesperados (como moverse por la sala).

Evitar disculpas innecesarias, fórmulas vacías, chistes arriesgados, actitudes excéntricas o confrontaciones directas con el público.

Manejo de situaciones difíciles:

Es conveniente anticipar posibles críticas y preparar respuestas. Siempre hay que mantener el respeto, incluso ante posturas contrarias y polémicas. No hay que confundir una reacción individual con la opinión general del público. Si hay ataques, es mejor responder con calma y educación.

Imprevistos de última hora:

Hay que estar preparados para adaptarse si se producen cambios en los tiempos de exposición o el contenido previsto. Es conveniente disponer de material extra por si es necesario alargar la intervención, o también ser flexibles para saber recortar sin que se note. Si surge un imprevisto técnico (como un corte de luz o un fallo en el proyector), lo importante es mantener la calma, actuar con naturalidad y, si es posible, recurrir al sentido del humor. Si hay que interrumpir, se puede llenar el tiempo con anécdotas o comentarios ligeros hasta recuperar la normalidad.

Recursos adicionales

Redes Sociales:

Utilizar plataformas digitales para difundir información e interactuar con el público puede ampliar el alcance de la comunicación epidemiológica. Esto permite llegar a un público más amplio y mantener una comunicación continua. Pero no es obligatorio, ni necesario, disponer de cuentas en las redes sociales, ya que la SEE ya dispone de cuentas en las principales redes. El punto de vista y la posición de la SEE ya se manifiesta en sus cuentas oficiales.

Formación Continua:

Participar en talleres o cursos que mejoren las habilidades de comunicación y divulgación científica es un aspecto importante que ayuda a mejorar y mantenerse actualizado en las mejores prácticas de comunicación en salud pública.



Tener en cuenta estas pautas puede contribuir a que la comunicación de información epidemiológica se realice de manera más efectiva y contribuya a una mejor comprensión pública de la epidemiología y la salud pública.

Referencias

Grupo de trabajo del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud para Estrategia Comunicativa frente a la Fatiga Pandémica (2021). Recomendaciones sobre estrategias comunicativas frente a la fatiga pandémica. Aprobado por el Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud el 16/12/2020. Disponible en: https://www.sanidad.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/Recomendaciones_estrategias_comunicacion_fatiga_pandemica.pdf [Consultado el 13 de marzo de 2025]

Climent MC, Martell M. Cómo comunicar los riesgos: mucho más que números. En: Leon B, Moreno C, Refojo C, Revuelta G, Sanz E. (Coords). Informando de ciencia con ciencia. Madrid, Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U., 2023. Disponible en: https://assets.ctfassets.net/0h7as56twwys/7jzK88k4a6Hip8xKW8pgca/7b00d0e2c3392f0b61d76cbd2693e721/Digital_Informando_de_ciencia_con_ciencia_FundacionLilly_def-NEW.pdf [Consultado el 25 de marzo de 2025]

Ferrer S, Peñafiel C. Informar sobre salud. En: Leon B, Moreno C, Refojo C, Revuelta G, Sanz E. (Coords). Informando de ciencia con ciencia. Madrid, Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U., 2023. Disponible en: https://assets.ctfassets.net/0h7as56twwys/7jzK88k4a6Hip8xKW8pgca/7b00d0e2c3392f0b61d76cbd2693e721/Digital_Informando_de_ciencia_con_ciencia_FundacionLilly_def-NEW.pdf [Consultado el 25 de marzo de 2025]

Matamoros Dávalos AA, Aviles Pazmiño MI, González Santos MM. Comunicación responsable en tiempos de pandemia. RECIAMUC, 2022. 6, 3: 305-311. Disponible en: <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/910/1320> [Consultado el 24 de marzo de 2025]

Organización Mundial de la Salud (OMS). Comunicación de riesgos en emergencias de salud pública: directrices de la OMS sobre políticas y prácticas para la comunicación de riesgos en emergencias (CRE). Ginebra, Organización Mundial de la Salud, 2018. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272852/9789243550206-spa.pdf> [Consultado el 25 de marzo de 2025]