



sociedad
española de
directivos
de la salud

Técnicas para el portavoz Mensajes y habilidades

CONSULTORÍA

ATREVIÁ

POSICIONAMIENTO • ASUNTOS PÚBLICOS • TRANSFORMACIÓN

25 de noviembre de 2020



1

Construyendo el mensaje

2

Buenas y malas praxis en
portavocía

3

Taller de crisis



1. El portavoz



2. Titulares



3. Soporte

1. Construyendo el mensaje

Una selección de temas indispensables para poder fortalecer nuestras habilidades de portavocía.

El portavoz

La imagen de la organización





¿Cómo debe ser el portavoz de la empresa?

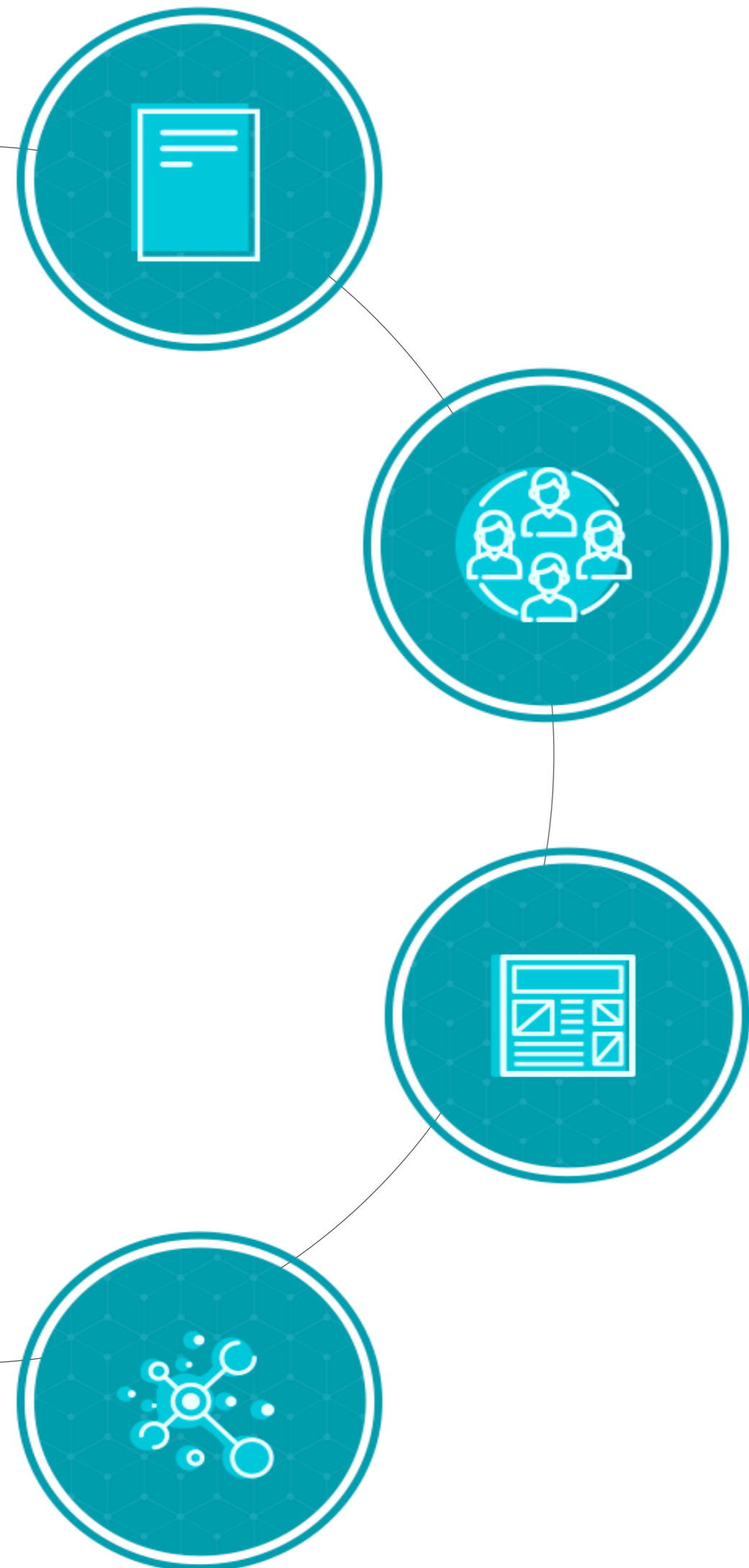
1. Persona con **conocimientos**
2. Dispuesto a comprometerse y **asumir responsabilidades**
3. Brindar **credibilidad**
4. Disponible y **accesible** a los medios

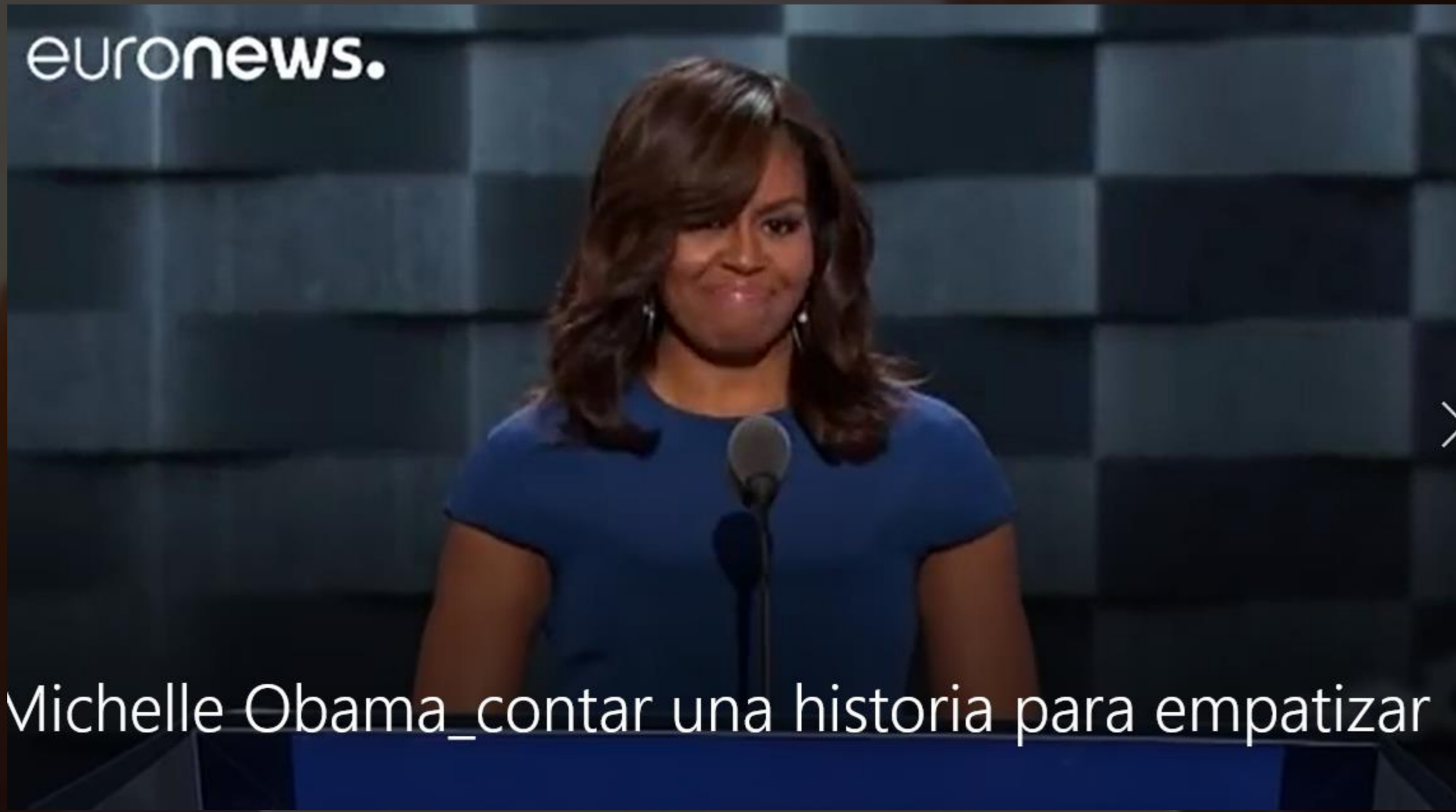




El portavoz debe...

- **Estar muy bien coordinado con el departamento o agencia de comunicación**
- **Conocer al interlocutor y el entorno**
- **Buscar la empatía**
- **Estar bien preparado y no improvisar**
- **Saber qué quiere decir y qué no**
- **Dar mensajes comprensibles**
- **No criticar nunca la profesión o los medios**
- **Evitar declarar nada “off the record”**
- **Actuar con naturalidad**





euronews.

Michelle Obama contar una historia para empatizar



PLAY



Es imprescindible PREPARARSE

- 1 Nos preparamos para tener la información necesaria
- 2 Definimos contenidos. Aportamos información escrita
- 3 Estamos al día de otros temas de actualidad
- 4 No digamos lo que no nos gustaría ver fuera de contexto
- 5 Alinear mensajes institucionales con el responsable de comunicación





PLAY

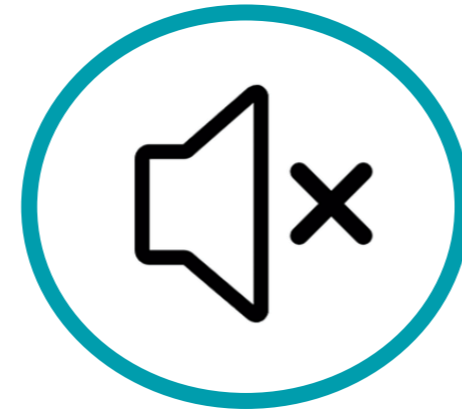
En la que era de esperar...



Ante preguntas críticas



**Siempre
Hablar en
positivo**



**No repetir la
pregunta
negativa**



**Respuestas
concisas. No abrir
nuevas puertas**



**Usar “puentes”
para lanzar
mensajes**



**Talante sosegado.
Cuidado con los
nervios**



**Si el periodista se
sobrepasa...**



PLAY

Be Water my friend

ADAPTA EL MENSAJE



¿Importa el soporte?





La regla de oro



C

CLARO



C

CONCISO



C

CORTO



Conocer las reglas de cada juego

Veamos cuánto tiempo dedicarán a una declaración de un portavoz en cada soporte



Escrito
(online y
papel)



Radio



Televisión



Conocer las reglas de cada juego

Veamos cuánto que dedicarán a una declaración de un portavoz en cada soporte



**50 seg /
1 min 30 seg**



30 seg



15 seg



Escrito
(online y
papel)

Investigadores descubren un gen potenciador de un tipo de cáncer de pulmón

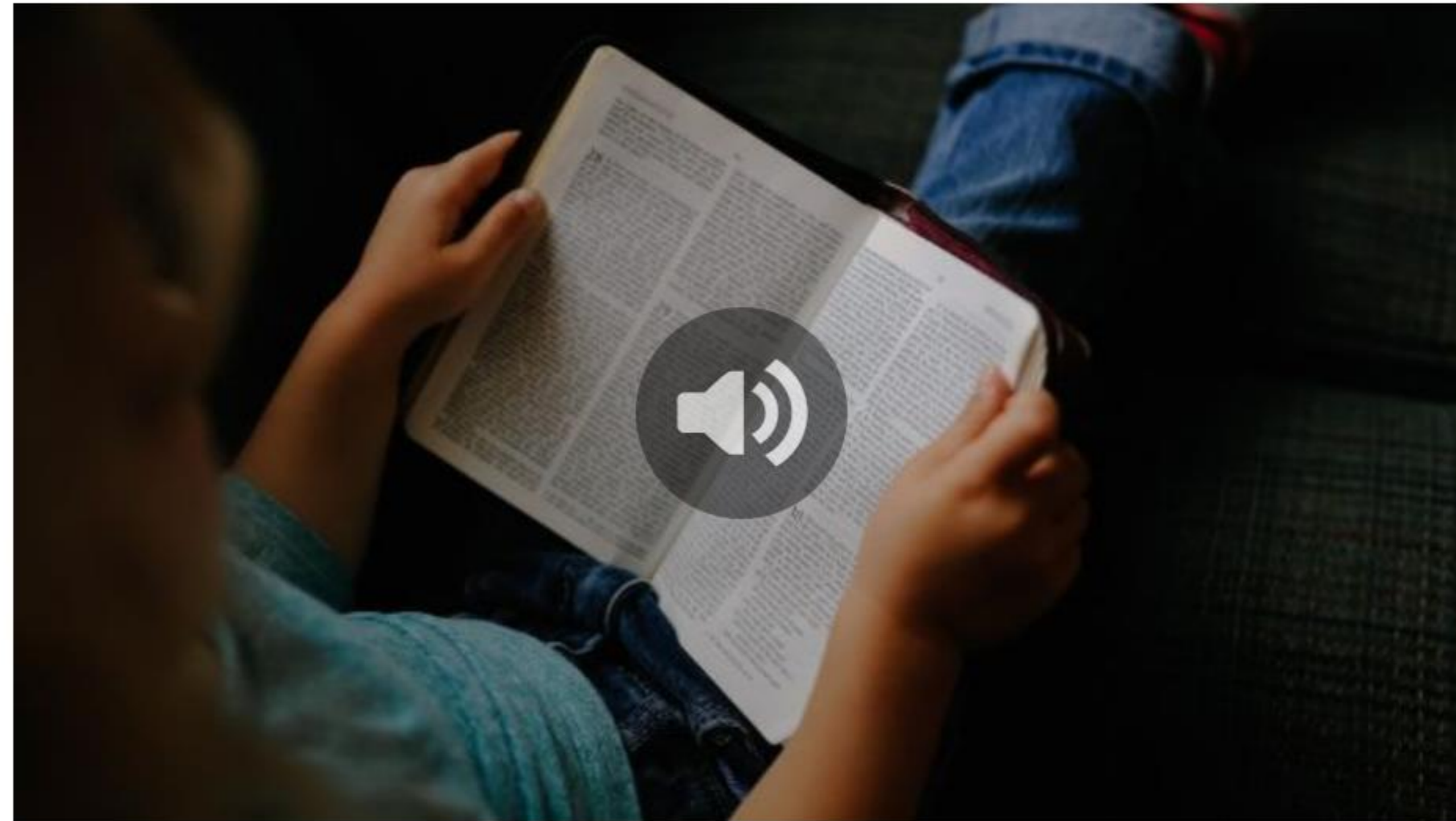
"Al observar esta relación hemos descubierto SWINGN, un lncRNA que se asocia con SMARCB1 exclusivamente en condiciones de proliferación celular, ejerciendo un papel pro-oncogénico en algunos tipos de tumores", señala Maite Huarte, investigadora del grupo del grupo de ARNs largos no-codificantes y regulación del genoma del cáncer del Cima y responsable de trabajo.

IMPACTO DE SWINGN EN VARIOS TIPOS DE CÁNCER

Al analizar el mecanismo por el cual SWINGN promueve la oncogénesis, los investigadores observaron que induce la activación de GAS6, un importante oncogén sobreexpresado en muchos cánceres. "Esta observación del laboratorio ha sido confirmada analizando varias muestras de tumores. Hemos detectado una correlación positiva entre la expresión de SWINGN y GAS6 principalmente en el carcinoma escamoso de pulmón, obteniéndose resultados similares en el carcinoma invasivo de mama, mientras que no hubo correlación en el adenocarcinoma de colon", explica Elena Grossi, investigadora del grupo de la Dra. Huarte y primera autora del artículo. A su vez, añade la investigadora, "SWINGN no solo activa la expresión de GAS6, sino de un grupo de genes que conjuntamente promueven la mayor proliferación de las células tumorales".



Radio





Algunos consejos para entrevistas en radio

Huye de tecnicismos: utiliza ejemplos y respuestas cortas. En el caso de las cifras, utiliza la economía (pocas y redondas).

Ten en cuenta a la persona que te está escuchando, sé natural

La imagen no estará apoyando tu discurso, pero tienes una herramienta muy potente: la voz. Juega con el ritmo, la entonación...

Prepárate la entrevista leyendo las noticias del día

Cuidado con el teléfono o cualquier dispositivo que pueda interrumpir la emisión



Televisión

ÚLTIMA HORA en    

■ DIRECTO
■ Moncloa

14 51

QUEDATE EN CASA



Algunos consejos para entrevistas en televisión

Muestra un aspecto optimista y confiado

Adopta una postura cómoda pero correcta. Mira al entrevistador y escúchale

Controla el tiempo, ten en cuenta cuánto va a durar la entrevista para saber cómo tener el control sobre el mensaje

Piensa en titulares

Cuidado, de nuevo, con los aparatos que emitan sonido

Presta atención a tu ropa

Cuidado con el movimiento excesivo, especialmente de manos y piernas

Evite jugar con objetos





Algunos consejos para entrevistas en televisión

Tenga en cuenta el calor de los estudios

Acepte el maquillaje si se lo ofrecen

Utilice tonos suaves, combinados con azul, gris y marrones

Evite los colores llamativos y los dibujos que producen efectos estroboscópicos como la pata de gallo o los trajes príncipe de gales

Evite relojes o joyas excesivas

Si lleva gafas, siempre sin color, antirreflejantes y preferiblemente de montura fina y color claro

Cuidado con los calcetines cortos y las camisas blancas
Si dispone de mesa, puede usar papel y bolígrafo

Si está de pie, no cruce las manos por delante ni las ponga detrás o en los bolsillos





A close-up, slightly angled shot of a black microphone with a silver grille, positioned in the foreground. The background is a blurred conference room with several blue chairs and people seated around a table, suggesting a press conference or a formal meeting. The lighting is soft and focused on the microphone.

Y en las ruedas de prensa...



Algunos consejos para ruedas de prensa



¿Quién viene a la rueda de prensa?

¿Quién me acompaña? Conecte su intervención. Colocación en la mesa.

No improvisar: preparar mi información y estar dispuesto a darla

Datos reales

Gánese audiencias receptivas: llegue pronto y salude

La presentación de ordenador es un aliado, no protagonista

Nunca mentir



Algunos consejos para ruedas de prensa

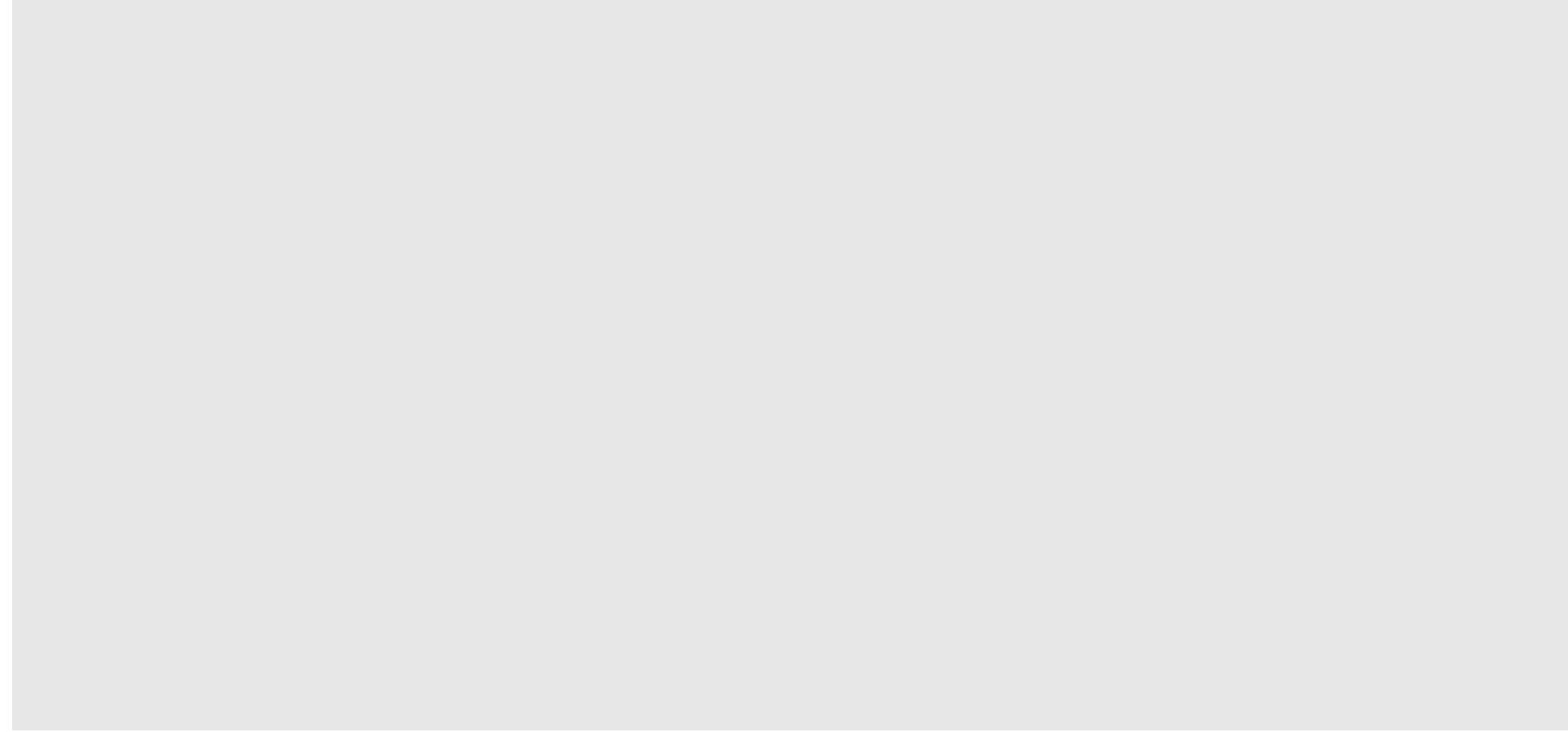
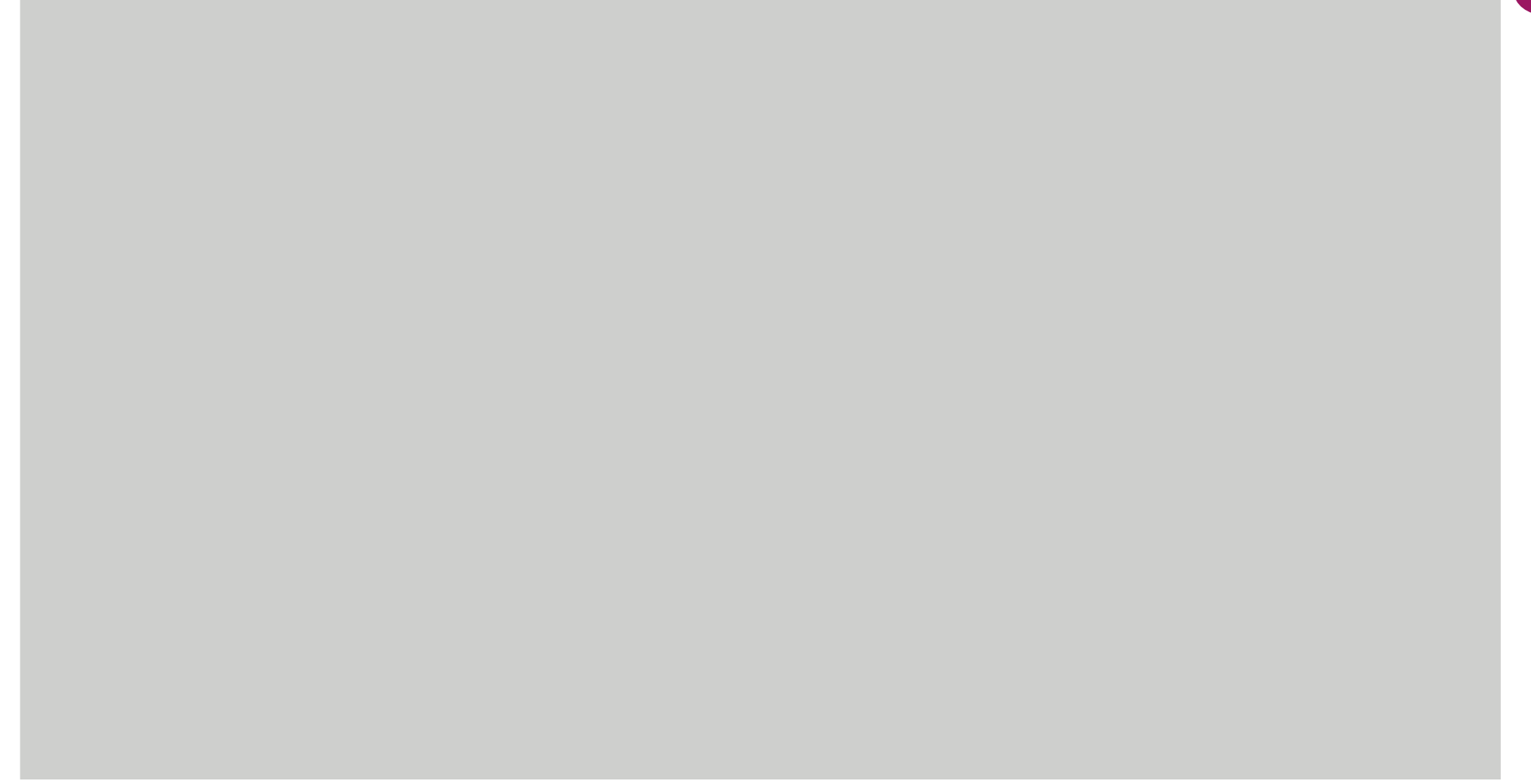


Turno de preguntas: no pida a los periodistas que se identifiquen para responderles

Tenga presente que, en ocasiones, el turno de preguntas comienza cuando termina el turno de preguntas


Mensajes positivos. Construir para el futuro

No ataque a nadie....puede ir en su contra





**PARECÍA LA NOCHE PERFECTA
PARA VER NETFLIX**



2. Buenas y malas praxis en portavocía





UNIVISION
NOTICIAS

TODO COMUNICA

BADABUN



Imagen de la organización: COHERENCIA







El portavoz debe...



Conocer al interlocutor y el entorno



Buscar la empatía



Estar bien preparado y no improvisar



Saber qué quiere decir y qué no



Dar mensajes comprensibles



No criticar nunca la profesión o los medios



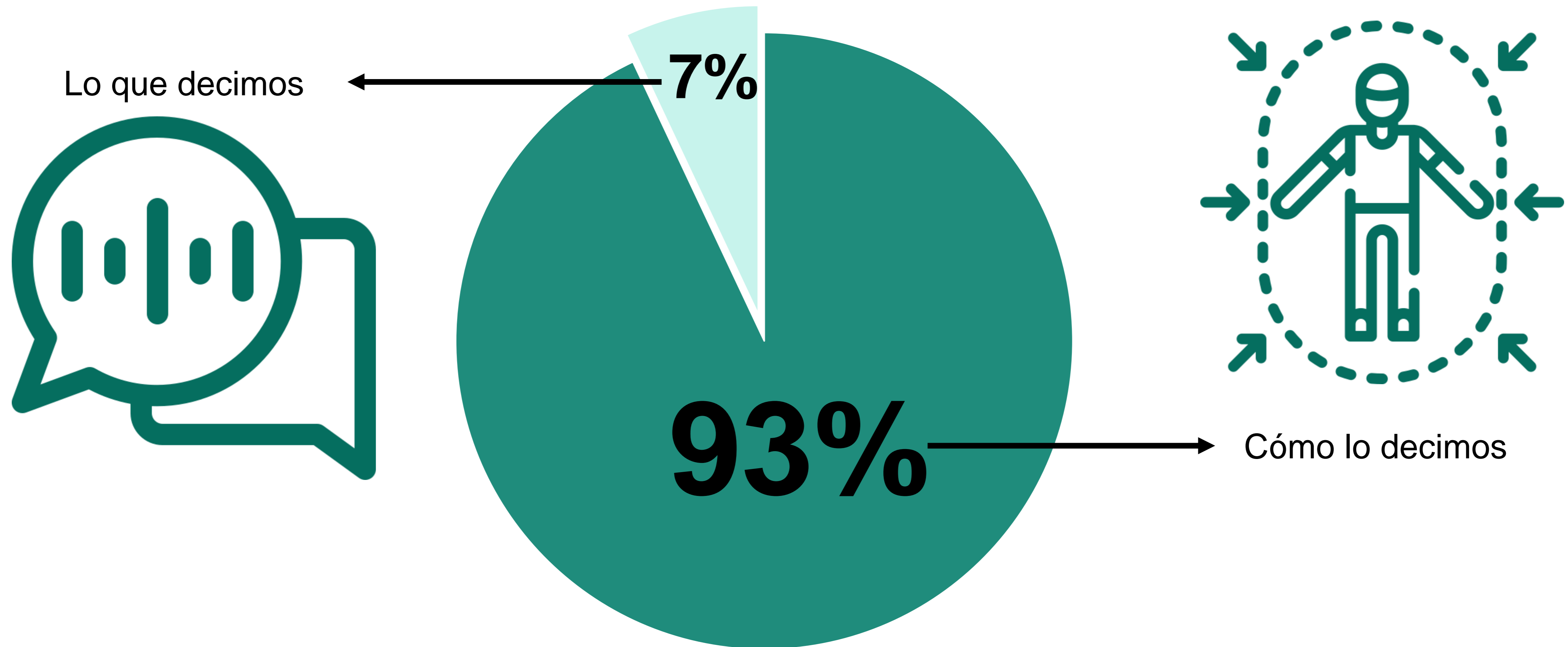
Evitar declarar nada "off the record"



Actuar con naturalidad



Nuestro cuerpo habla por nosotros



¿Con qué herramientas de la comunicación no verbal contamos?



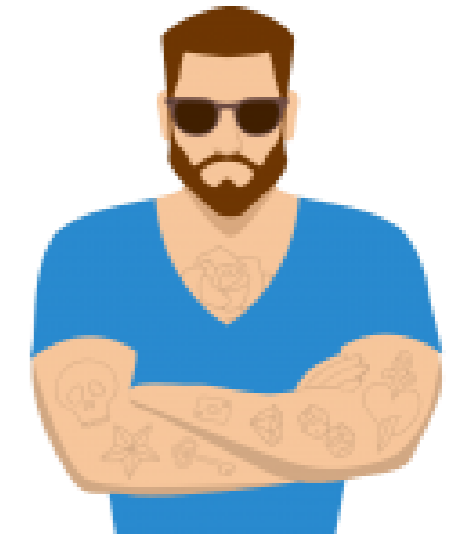
EXPRESIONES
FACIALES



GESTICULACIÓN



POSTURA



APARIENCIA



HÁPTICA



PROXÉMICA



PARALENGUAJE

EXPRESIONES FACIALES

Nuestra parte irracional del cerebro decide en milésimas de segundo si una cara nos resulta agradable o no

“La cara es el reflejo del alma”

Universalmente reflejamos siete emociones básicas: alegría, sorpresa, tristeza, miedo, ira, asco y desprecio

Importante tener el control en medios como la televisión, pero también en la interacción con el periodista







NUEVAS FORMAS DE
COMUNICACIÓN

QUE HAN VENIDO PARA
QUEDARSE



CAMBIOS EN EL LENGUAJE NO VERBAL



01

**AUSENCIA
DE SONRISAS**



02

**AUSENCIA
DE
MUCHAS
EXPRESIONES
FACIALES**





P O R S U E R T E
C O M U N I C A M O S C O N
A L G O M Á S Q U E C O N L A
S O N R I S A

01

AUMENTAR EL CONTACTO VISUAL

02

AUMENTAR NUESTRO LENGUAJE CON LAS
MANOS, NUESTRA ENTONACIÓN...



G E S T I C U L A C I Ó N

Los gestos ilustrativos tienen una vinculación con la credibilidad

Acompañan al discurso para enfatizar

Diferentes tipos: ilustradores, emblemáticos, adaptadores, reguladores y manifestadores del afecto

Muy ligado al origen cultural, aunque los hay que tienen un significado universal (p.ej: los ligados a la manifestación de orgullo, triunfo y poder)









P O S T U R A

Grado de interés y apertura hacia los demás por la orientación del tronco

Potente indicador del estado emocional y predisposición a la acción

Gran incidencia en la imagen personal para transmitir confianza, estabilidad y seguridad

Posturas expansivas: satisfacción y actividad

Posturas de contracción: negatividad y pasividad





A P A R I E N C I A

Nos habla de la edad, sexo, origen, cultura, profesión, condición social y económica, entre otros.

Es la principal fuente de información a la hora de formarnos una primera impresión.

Ligado también a la persuasión si tenemos en cuenta la vestimenta de uniforme

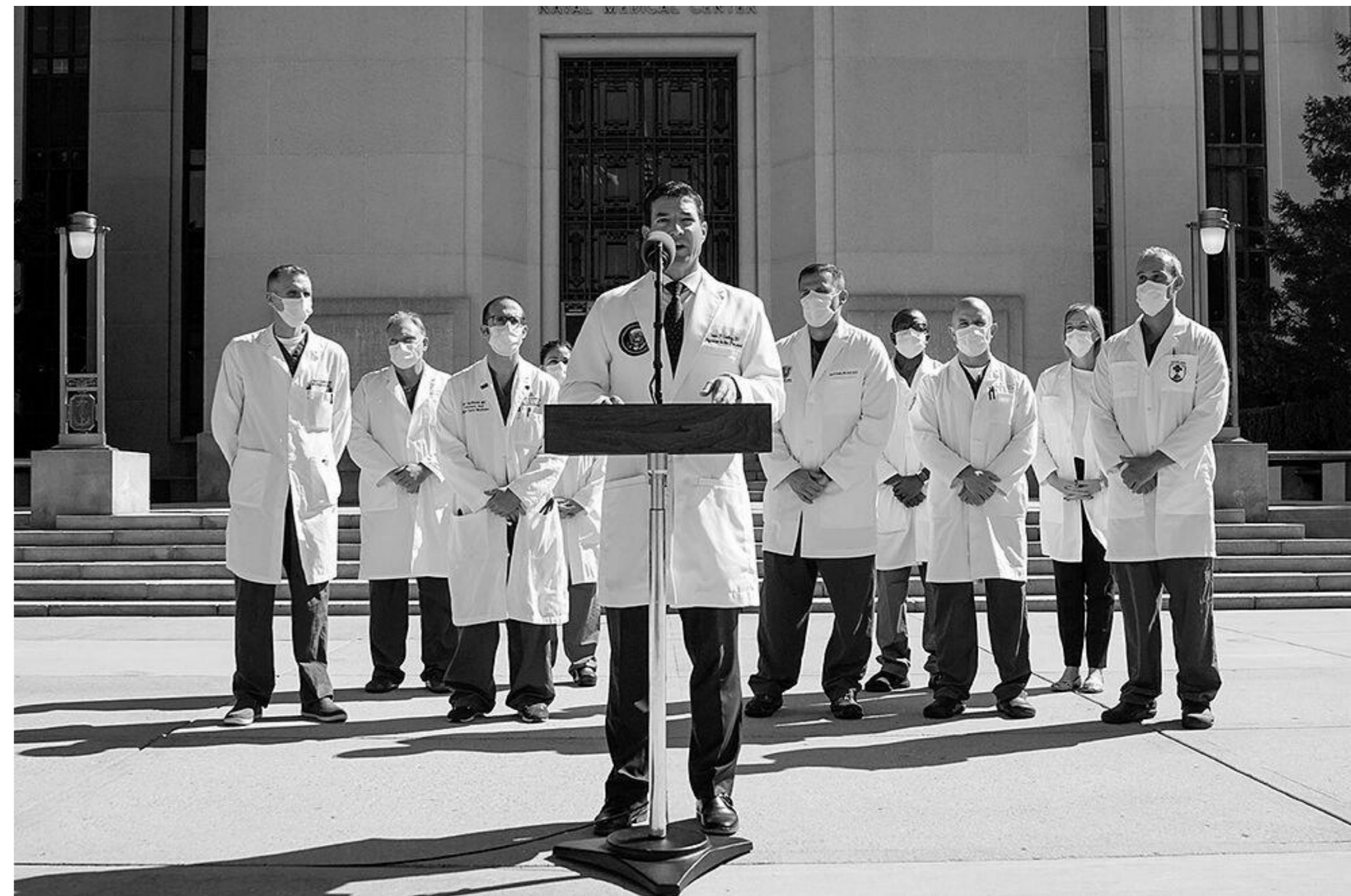






Imagen personal

**Que nada llame la atención...
o desviará la de los espectadores**



¡Y....cuidado con el entorno! Obama niño

P A R A L E N G U A J E

Junto con las expresiones faciales es el indicador más fiable.

Volumen, tono, velocidad... todo revela información, especialmente cuando intentamos ocultar algo.

Voces nasales, tonos agudos y volúmenes altos suelen tener menos crédito ante el público.



Y tengamos en cuenta también el **SILENCIO**



populares®



HERRAMIENTAS
MENOS
IMPORTANTES
A LA HORA DE
INTERACTUAR
CON LOS
MEDIOS

PERO QUE
CONSTRUYEN
EL MENSAJE...





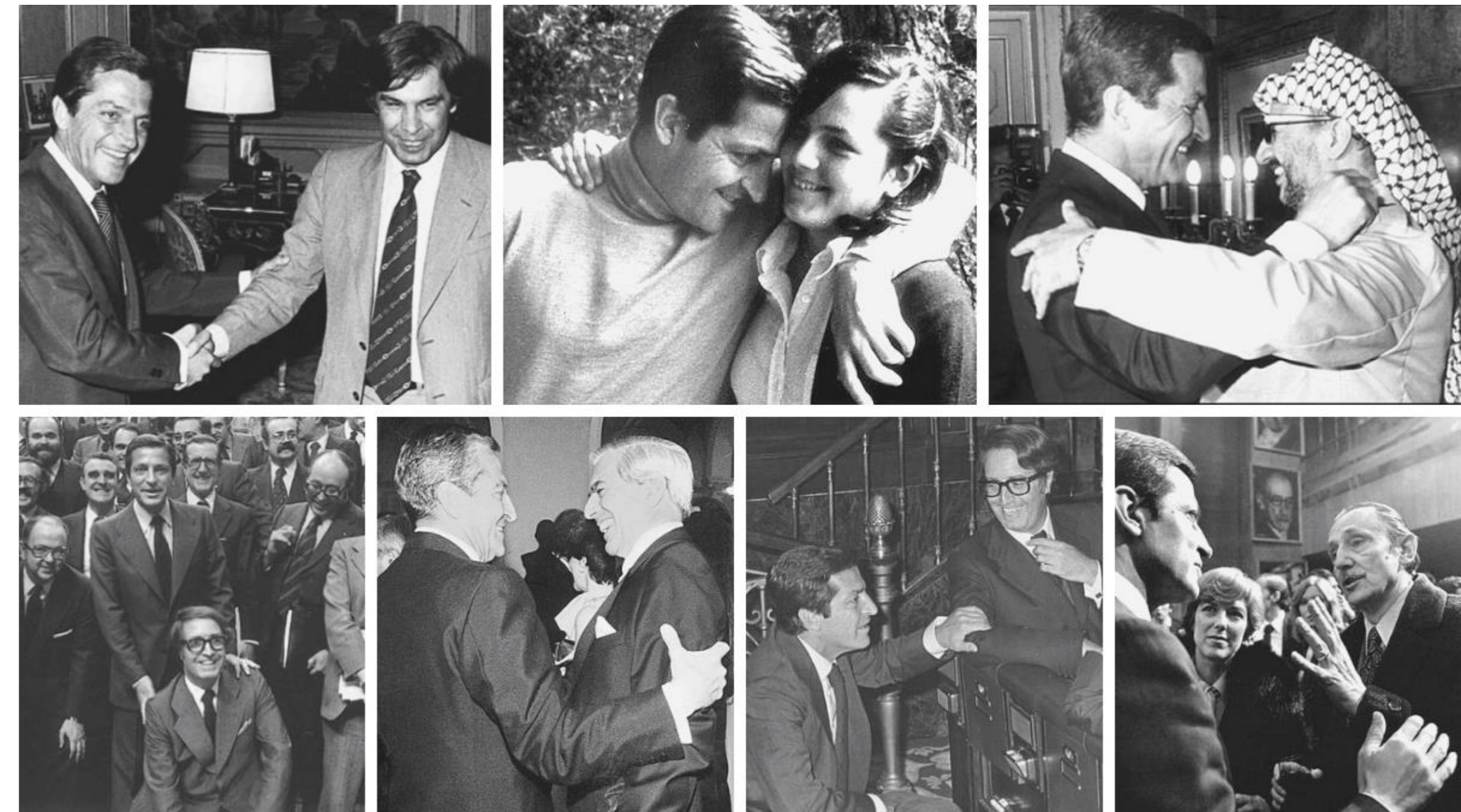
... Y QUE HAN
CAMBIADO POR
EL **CONTEXTO**
ACTUAL

H Á P T I C A

Revela información muy sensible como la posición de dominio en una interacción.

Muy marcado por el componente cultural: en países latinos y árabes es mucho mayor.

Algunos puntos de contacto pueden marcar la calidad de la relación existente.



P R O X É M I C A

Mostrar cercanía o distancia. Uso del espacio de la interacción.

Íntima, persona, social y pública.

Es importante estar atentos a las señales de incomodidad que generemos al aproximarnos







RECAPITULANDO...

Tips del buen portavoz



1

Conocer los medios, la labor del periodista y las “reglas del juego”

2

Preparación, y preparación. Nunca improvisar: ordenar los mensajes

3

Crear mensajes con impacto: simples, contundentes, con gancho, fácil de recordar...

4

Hablar en titulares: pocas ideas pero muy claras para no confundir a la audiencia

5

Las tres “3”: claro, corto y conciso, recuerda que menos es más.

Tips del buen portavoz



6

Decir lo más importante al principio, nunca dejarlo para el final

7

Hablar “para todo el mundo”: argumente, traduzca, dé cifras, ejemplos... cuidado con los tecnicismos

8

Nunca decir nada que no se quiera ver publicado

9

Dotar de énfasis, la entonación, la vocalización, el ritmo, las pausas...también ayudan a una buena exposición



3. Taller de crisis

Transportan 25.000 dosis de la vacuna para el coronavirus al Hospital Clínico Santa Patricia sin respetar los protocolos

Sara Luque. Madrid. 24.11.2020

La OCU denuncia la llegada de la vacuna para la COVID-19 con en un camión no acondicionado para el transporte de este tipo de mercancías. Las 25.000 dosis de la vacuna se trasladaron sin respetar la cadena de frío y fueron manipuladas de forma incorrecta según los protocolos de transporte del medicamento. El vídeo donde se aprecian las condiciones en las que se transportó el cargamento se filtró el pasado martes y se ha convertido en viral.



Transportista llegando al Hospital Clínico de Santa Patricia con las vacunas.



Crisis

Recordemos...



PASO A PASO

LA TEORÍA

LA PRIMERA HORA ES ESENCIAL

- ✓ Definir y atajar el problema con el manual de crisis de la organización convocando con máxima urgencia al Comité de Crisis, órgano responsable
- ✓ Elaborar un argumentario con mensajes clave y un Q&A para hacer frente a las cuestiones de los públicos
- ✓ Establecer el/los portavoces según el manual y el caso de crisis



PASO A PASO

LA TEORÍA

LA PRIMERA HORA ES ESENCIAL

- ✓ Definir y atajar el problema con el manual de crisis de la organización convocando con máxima urgencia al Comité de Crisis, órgano responsable
- ✓ Elaborar un argumentario con mensajes clave y un Q&A para hacer frente a las cuestiones de los públicos
- ✓ Establecer el/los portavoces según el manual y el caso de crisis

LA PRÁCTICA

COMITÉ DE CRISIS

Integrado por las personas habituales y, en este caso, por un representante de Farmacia Hospitalaria.

EN PARALELO

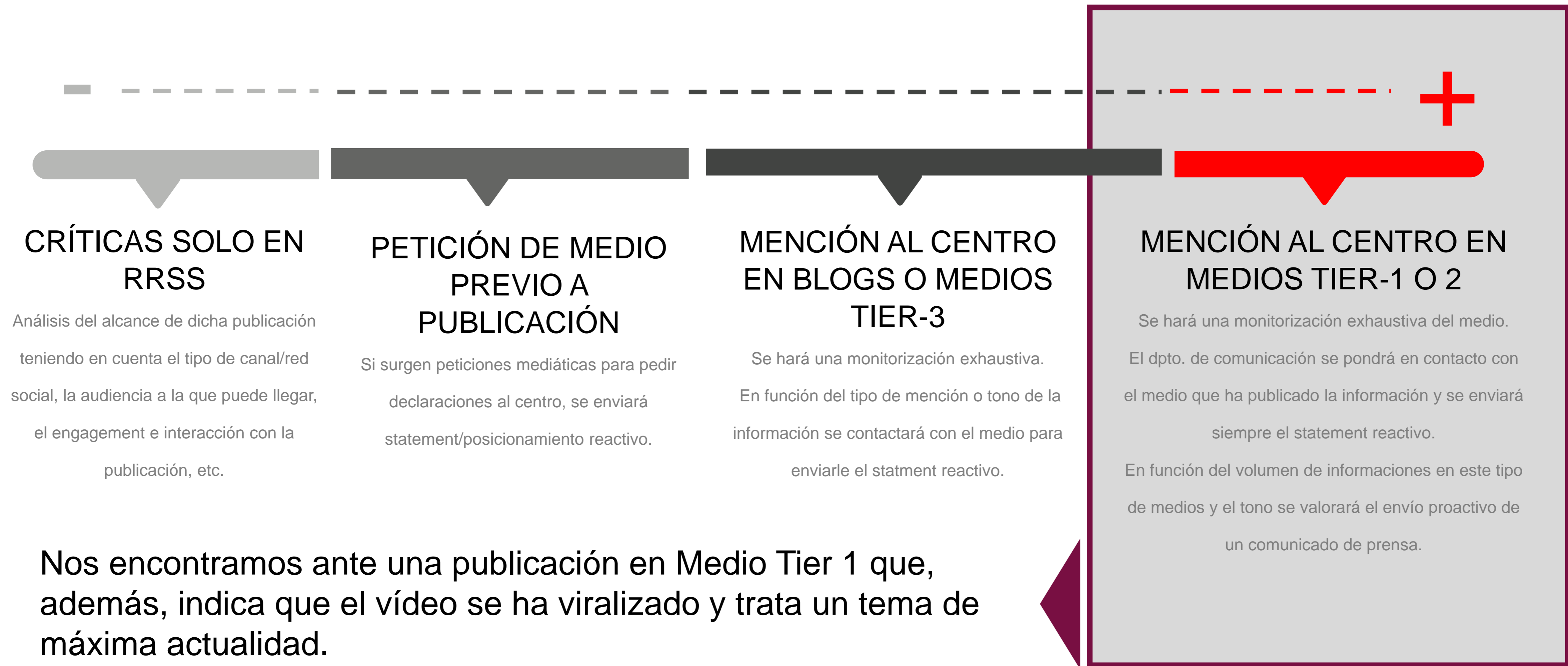
Elaboración de un argumentario y Q&A.

Portavoces para la crisis. ¿Quiénes?

- Gerente del Hospital Clínico de Santa Patricia.
- Responsable de Farmacia Hospitalaria
- Responsable Vacunas del centro



DETECTAR EL NIVEL DE TRASCENDENCIA





ARGUMENTARIO Y Q&A

La prioridad del Hospital Clínico Santa Patricia ha sido siempre garantizar la seguridad de los pacientes que acuden a nuestras instalaciones y proporcionarles la atención necesaria para mejorar su salud, ya sea cuidando de su enfermedad o previniendo otras.

No se va a proceder a la vacunación de ninguna persona, hasta esclarecer lo sucedido. Lo más prioritario para el hospital siempre ha sido la seguridad de sus pacientes.

Se ha abierto una investigación interna para determinar y certificar que el vídeo que circula corresponde con la realidad y si las vacunas llegaron a su destino en las condiciones adecuadas.

ALGUNOS
MENSAJES DEL
ARGUMENTARIO



ARGUMENTARIO Y Q&A

Q & A

¿Existen mecanismos de control por parte del hospital para determinar si un medicamento llega en correcto estado?

Como hospital, nuestra prioridad es garantizar la total seguridad de nuestros pacientes. Por eso, en nuestro departamento de Farmacia Hospitalaria contamos con la más avanzada tecnología y procedimientos y guías en constante actualización para el correcto almacenamiento y dispensación de los fármacos en función de sus características.

¿Han procedido a vacunar a alguna de las personas contempladas en el plan de vacunación?

La prioridad del Hospital Clínico Santa Patricia siempre ha sido mejorar la vida de los pacientes, ya sea a través del tratamiento de sus enfermedades o de la prevención. No se suministrará la vacuna a ningún paciente hasta que no se haya esclarecido si, efectivamente, hubo un transporte indebido.

¿Qué medidas tomará el hospital al respecto?

Actualmente estamos trabajando mano a mano con la administración para investigar los hechos. Si se demostrara que ha habido un manipulado incorrecto de la mercancía, cesaremos nuestra colaboración con el proveedor en cuestión y serán los organismos administrativos los que deberán determinar las correspondientes responsabilidades.



ARGUMENTARIO Y Q&A

Q & A

¿Lo que ha sucedido con las vacunas, es posible que sucediera en el pasado con otro producto que requiriera un transporte especial?

Anteriormente no se había detectado ningún problema con el transporte de medicamentos en la recepción. Nuestros proveedores cuentan con las más elevadas certificaciones de calidad y seguridad, ya que por política del propio hospital exigimos que sea así en el momento de la contratación.

¿Cuándo se dieron cuenta de la incidencia? ¿Lo vieron en los medios?

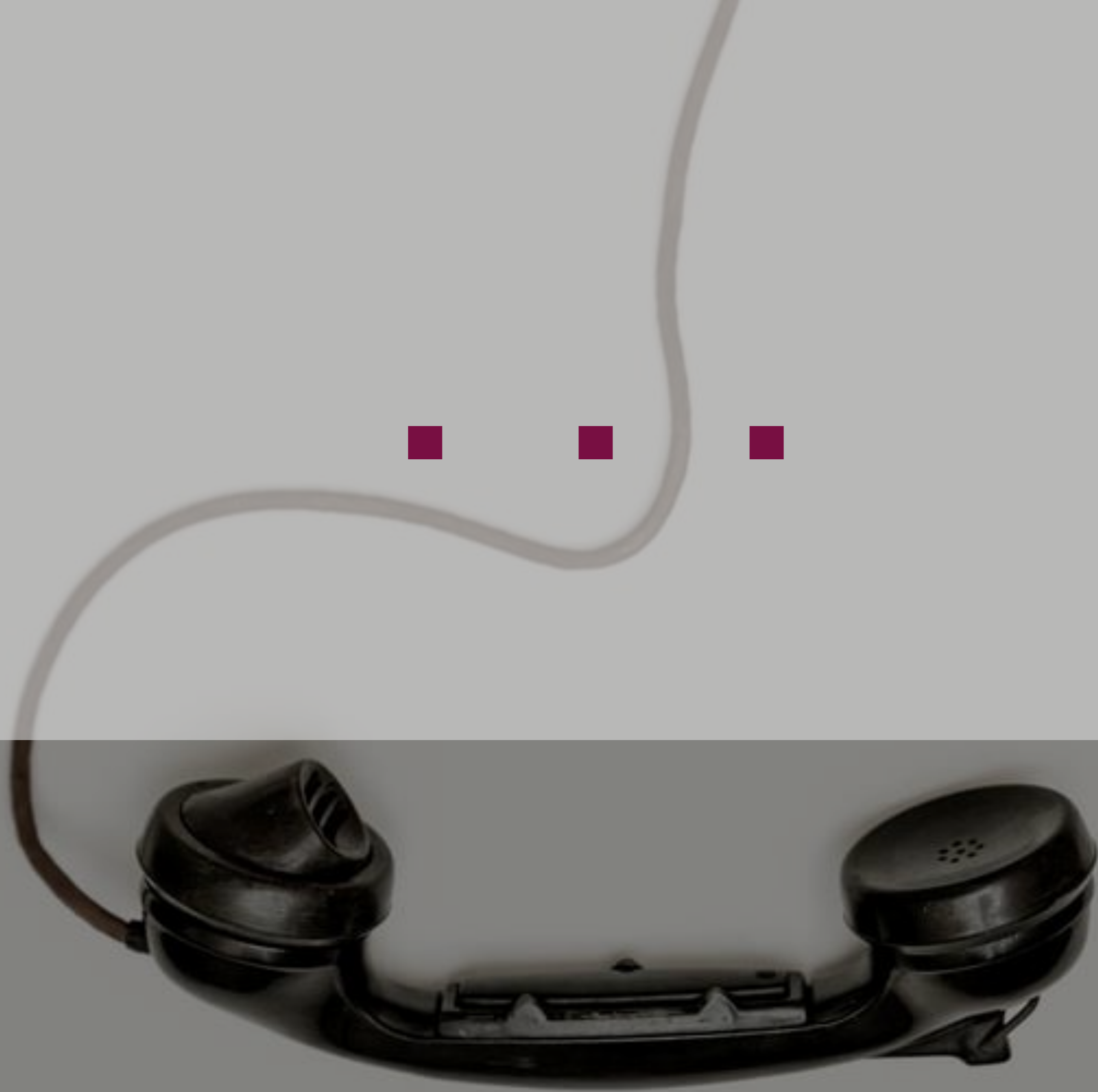
Nuestro Servicio de Farmacia Hospitalaria cuenta con personal específico encargado de los temas de calidad, quienes detectaron al momento que podía haber ocurrido una incidencia en el transporte.

¿Se informó debidamente a los pacientes de que no acudieran al hospital? ¿Qué va a pasar con esas personas, se podrán vacunar?

Tomamos la decisión inmediata de cancelar la vacunación de las personas citadas en la primera tanda. Nuestro personal de administración trabajó muy duro para avisar a los pacientes de que no acudieran al hospital hasta nuevo aviso. Por otro lado, estamos trabajando estrechamente con las autoridades sanitarias para conseguir más dosis de la vacuna para poder vacunar a estos pacientes lo antes posible mientras esclarecemos la situación.



El detonante: La periodista Sara Luque de El Español nos ha solicitado una entrevista con el gerente del Hospital Clínico Santa Patricia



EL ESPAÑOL

ENTREVISTAS

La gerente del Hospital Clínico Santa Patricia admite: “No podemos controlar al 100% todos los procesos”

Sara Luque. Madrid. 24.11.2020

La gerente del hospital que recibió 25.000 dosis de la vacuna para la COVID-19 en posible mal estado afirma que han iniciado una investigación interna para esclarecer lo ocurrido

Un video viralizado en redes sociales apuntó el pasado martes a que el transporte de la vacuna de la COVID-19 hasta el Hospital Clínico Santa Patricia, hospital privado de la ciudad de Madrid, no se había realizado según marcan los protocolos. La gerente del hospital, Almudena García, ha asegurado en una entrevista a El Español que no llegaron a vacunar a ningún paciente y que la incidencia se detectó a tiempo. “La seguridad de los pacientes es, por supuesto, la máxima prioridad del hospital”.

APRENDIZAJES

1

Prevención: coordinación con el Comité de Crisis y con el Departamento de comunicación

2

Preparación: interiorizar los mensajes y el Q&A para saber responder a cualquier pregunta

3

Precaución: ser cuidadosos con las frases que decimos y tener en cuenta que no existe el contexto

4

Persuasión: emplear todas las herramientas de comunicación (verbal y no verbal) para persuadir sobre nuestros mensajes





Ante una crisis de imagen



Respuesta contundente

Gracias por su
atención

¿Alguna
pregunta?

AGENCIA
ATREVIATM
PR • DIGITAL • MARKETING • PUBLICIDAD

CONSULTORÍA
ATREVIATM
POSICIONAMIENTO • ASUNTOS PÚBLICOS • TRANSFORMACIÓN

TECNOLOGÍA
ATREVIATM
INNOVACIÓN • DIGITALIZACIÓN