
Comunicación científica

PID_00255175

Xavier Calvet

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 1 hora



Índice

Introducción.....	5
Objetivos.....	6
1. Cómo estructurar la información: introducción a los mapas mentales.....	7
1.1. ¿Qué son los mapas mentales?	7
1.2. Cómo hacer un mapa mental	9
1.3. Referencias bibliográficas	9
2. Cómo estructurar una sesión.....	10
2.1. Introducción	10
2.2. Las claves de la comunicación: definir el mensaje y la preparación	11
2.2.1. Seleccionar el mensaje importante	11
2.2.2. Cosas que no se tienen que hacer (en ningún tipo de comunicación)	13
2.3. Estructura de la charla	14
2.4. El tiempo	15
2.5. Bromas y chistes	15
2.6. Recapitulemos	16
3. Cómo elaborar una presentación con diapositivas.....	17
4. Cómo presentar en público.....	19

Introducción

La comunicación científica incluye múltiples aspectos, el primero de los cuales es perfeccionar nuestra capacidad de adquirir y estructurar la información. Solo a partir de ideas claras podremos transmitir información de manera efectiva. Por eso este módulo se inicia con la introducción a un sencillo, nuevo y extremadamente eficaz nuevo método de adquirir y estructurar la información: los mapas mentales. La segunda parte, va dirigida, en primer lugar, a la metodología para transmitir de manera efectiva nuestras ideas a un auditorio y, en segundo lugar, a cómo elaborar el material audiovisual de apoyo. Espero que esta introducción a la comunicación os sea útil para mejorar sus capacidades de aprendizaje y comunicación.

Objetivos

Los objetivos que el estudiante tiene que lograr después de trabajar los materiales de este módulo son los siguientes:

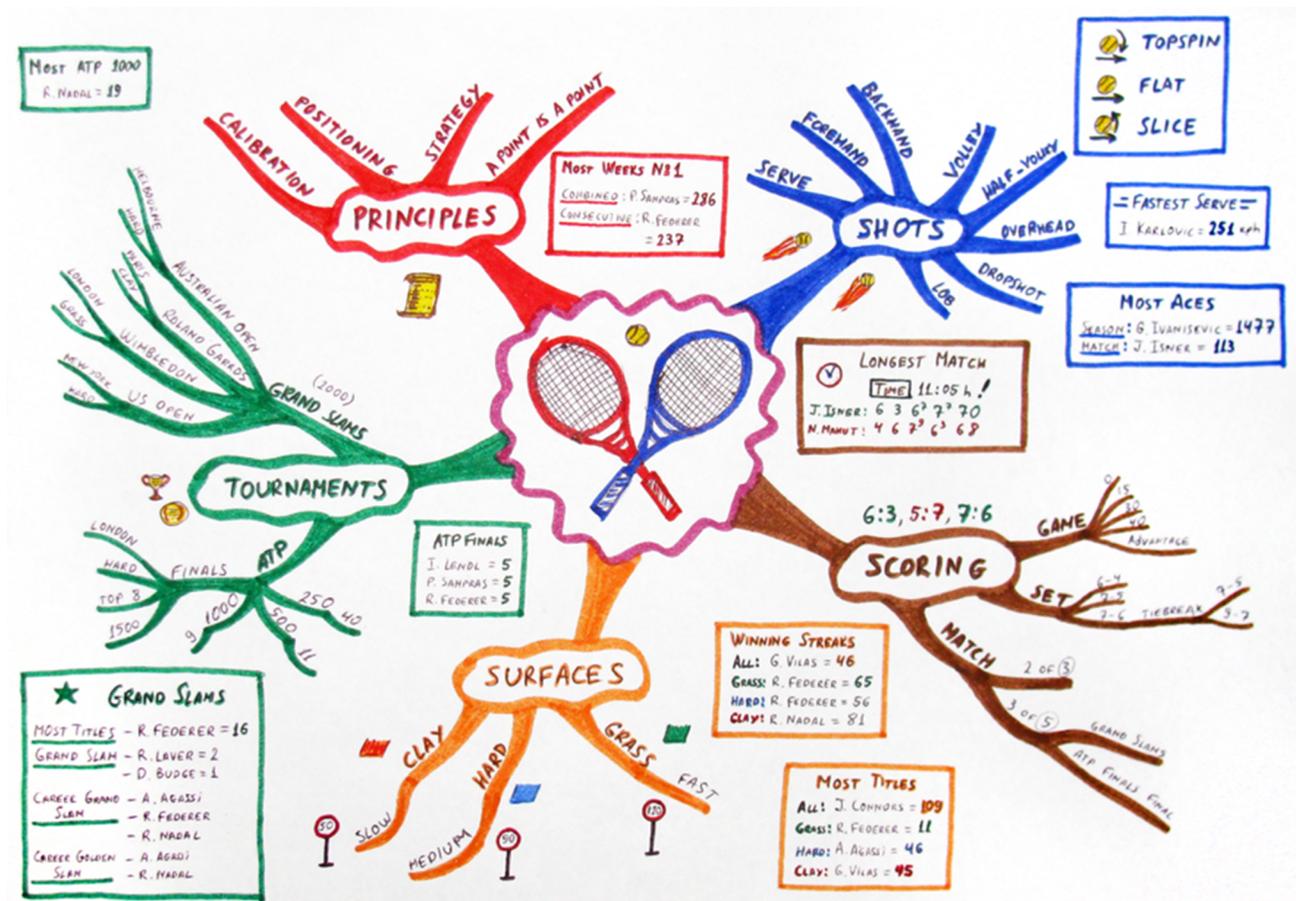
1. Conocer los mapas mentales.
2. Iniciarse en su uso.
3. Revisar las recomendaciones básicas para estructurar una sesión.
4. Ofrecer los conceptos básicos de cómo se tienen que hacer –o mejor, de cómo no se tienen que hacer– las diapositivas para una presentación en PowerPoint.

1. Cómo estructurar la información: introducción a los mapas mentales

1.1. ¿Qué son los mapas mentales?

Los mapas mentales introducen la información en el cerebro de forma multi-dimensional, de manera parecida a como trabaja nuestro cerebro. En este sentido, contrastan con los apuntes o resúmenes, que lo hacen de manera cronológica y lineal. Permiten pasar la información de verbal a imagen, ayudando a entender y memorizar.

Figura 1. Tenis mapa mental



Fuente: <http://mindmapping.bg/mindmaps/examples/handmade/#!prettyPhoto>.

Permiten recuperar la información de manera rápida y sencilla, mucho más que un resumen convencional. Y son más útiles cuanto más largo o complejo es el problema. De hecho, en muchas escuelas se están introduciendo ya desde educación primaria como método de estudio. Facilitan la organización

lógica y estructurada de los contenidos de aprendizaje, puesto que no aíslan los conceptos. Son útiles también para separar la información significativa de la información trivial.

Vídeo



Encontraréis muchos vídeos en YouTube que introducen el concepto de mapa mental. He seleccionado uno claro y comprensible: «A Mind Mapping Approach To Your Sketchnotes».

Los mapas mentales pueden servir para muchas cosas: aclarar ideas y replantear problemas, recordar mejor, planificar, aprobar exámenes, comunicar, etc. Nosotros pensamos que son una herramienta fundamental para resumir temas complejos y no perder conceptos. Son ideales para resumir libros o capítulos de libro, reteniendo las ideas principales.

Los mapas mentales, sin embargo, no son un invento nuevo, sino que la escritura egipcia y el sistema mnemotécnico griego fueron sus precursores. Tony Buzan popularizó el método de aprendizaje con mapas mentales.

Vídeo



Podéis ver su TEDtalk en: «The Power of a Mind to Map: Tony Buzan at TEDxSquareMile». Se hace un poco largo, no es necesario que lo terminéis.

1.2. Cómo hacer un mapa mental

Para crear un mapa mental, tenemos que partir de una idea principal y, a partir de esta, se irradian las ideas secundarias. Podemos –y cuanto más lo hagamos, mejor– utilizar colores, símbolos y dibujos.

Empezaremos en el centro de una hoja en blanco.

Dibujamos en el centro de la hoja una imagen que simbolice la idea principal o una palabra.

Desde la idea principal, hay que trazar ramificaciones de diferentes colores con las ideas más importantes y las palabras clave relacionadas con el tema elegido. Intentaremos usar solo una o dos palabras clave por línea. Conectaremos todas las ideas mediante líneas o ramas.

La técnica es muy sencilla. Lo que haremos esencialmente en el módulo es practicar. Dado que los dibujos a mano permiten muy poca flexibilidad, os sugeriría usar un software libre. Hay varios en internet. Yo utilizo Free Mind. Se puede descargar de: http://freemind.sourceforge.net/wiki/index.php/main_page. Resulta bastante comprensible y se puede utilizar mediante ensayo y error. Veréis que no es perfecto, pero permite trabajar.

Nota

Estaré disponible para solucionar vuestras consultas sobre el programa allí hasta donde llegue.

Actividad

Haced un mapa mental sobre vuestras expectativas –laborales, personales, etc.– para el futuro. Primero un modelo a mano, si queréis con colores y dibujos, y me enviáis una foto por correo electrónico. Después hacéis lo mismo utilizando Free Mind, y me enviáis el archivo. Formará parte de la evaluación del módulo.

1.3. Referencias bibliográficas

Buzan, T. (1996). *El libro de los mapas mentales*. Barcelona: Urano.

Curso básico de mapas mentales

<http://cursomapasmentales.igipuzkoa.net/>

<http://www.bcn.cat/patronatdomenech/patro/curs%201112/ep6/mapesmentals/index.htm>

Nuevas formas de expresar el conocimiento, los mapas mentales

<http://www.alejandrobarrros.com/content/view/310589/Nuevas-formas-de-expresar-conocimiento-Mapas-Mentales.html>

¿Qué son los mapas mentales?

http://www.xtec.es/~nsarsane/t_e/lleis_mm.html

2. Cómo estructurar una sesión

2.1. Introducción

Según Jerry Seinfeld, un conocido humorista americano, muchas personas ponen por encima el miedo a hablar en público al miedo a la muerte. Concluye que, en un funeral, la mayoría de los asistentes preferirían ser el muerto a tener que hacer un discurso de despedida.

Es cierto que no se trata de una actividad que generalmente guste –al menos a los residentes. Tenéis que saber, sin embargo, que no solo los especialmente dotados pueden hablar muy bien en público. Como casi todo en esta vida, es una actividad que se aprende. A medida que mejoramos nuestras capacidades, podemos incluso llegar a disfrutar presentando. Aunque ahora no lo creáis, muchos de vosotros sois potencialmente excelentes comunicadores.

Ejemplo

Por ejemplo, Demóstenes, uno de los más famosos oradores griegos, tuvo que vencer una importante tartamudez con práctica. A Quim Monzó, periodista y escritor, cuando le preguntaron cómo improvisaba tan bien en TV, contestó de manera muy seria: «Porque me lo preparo muy bien».

Hablar en público no es una ciencia exacta. Lo que ofreceré aquí son unos consejos básicos. Sin embargo, hay más de una manera de comunicar efectivamente, y copiar es una de las mejores maneras para aprender. Por eso, los conceptos que revisaremos aquí se tienen que desarrollar de dos maneras:

1) Llevando nuestros sabios consejos a la práctica (por supuesto).

2) **Siendo críticos** (más importante). En nuestra vida, tendremos la oportunidad de asistir a miles de conferencias y presentaciones. Veréis quién lo hace bien y quién no, quién consigue mantener nuestra atención y quién no. Observad siempre en qué punto y por qué desconectáis. Os debéis preguntar qué ha hecho el orador para que tengáis esta necesidad imperiosa de consultar Whatsapp o Twitter.

Y tratad de diferenciar entre quien nos ha sabido transmitir un mensaje y quien ha hecho una presentación entretenida de la que no habéis sacado ninguna conclusión. Siempre, al final de una charla, os tenéis que preguntar: ¿qué idea clara me ha transmitido?



Podéis ver a Jerry Seinfeld en: «T Seinfeld talk about public speaking and death».

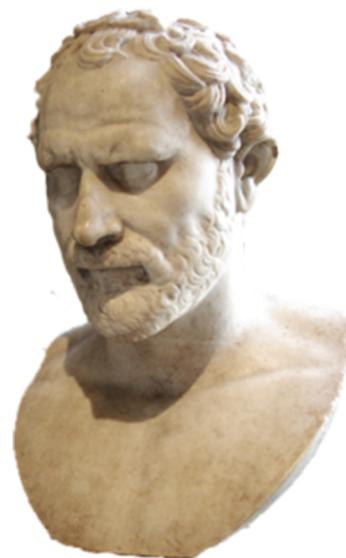


Figura 2. Busto de Demóstenes, considerado el mejor orador de la historia antigua

Cuando estéis en un congreso, tenéis que aprender tanto de quien lo hace muy bien – para imitarlo–, como de quienes cometen errores –para evitarlos. Todo esto nos ayudará a mejorar de manera progresiva nuestras presentaciones.

En las siguientes páginas, detallaremos las principales claves para comunicar adecuadamente, empezando con lo más importante: **la selección del mensaje y la preparación**. En segundo lugar, daremos unos conceptos básicos de cómo hacer unas diapositivas y sobre aspectos formales de la presentación.

Veréis que, en general, son cosas de sentido común. A pesar de todo, podréis encontrar presentaciones de alto impacto que no siguen totalmente estas normas (aunque la de usar poca letra se sigue prácticamente siempre).

Vamos, pues, a trabajar. Hay una serie de principios importantes de los que hablaremos a lo largo de las siguientes páginas, pero que se podrían resumir en unos puntos principales, el **SECRETO** de una buena preparación:

- 1) Seleccionad lo importante.
- 2) Evaluad a la audiencia.
- 3) Contad una historia.
- 4) Respetad el tiempo.
- 5) Explicad/comunicad primero, divertir es secundario.
- 6) Reiteraciones: la repetición es fundamental para una transmisión efectiva.

2.2. Las claves de la comunicación: definir el mensaje y la preparación

Definir cuál es el mensaje que queremos hacer llegar y saber a quién hablaremos son las dos principales bases de una buena comunicación.

2.2.1. Seleccionar el mensaje importante

Esta es la **clave principal de una presentación**. Depende de dos aspectos principales: el tipo de presentaciones y el tipo de público.

En cuanto al **tipo de presentación**, conviene tener en cuenta lo siguiente:

- 1) **Comunicación en congreso**: no nos tenemos que perder en los detalles. Seremos un presentador de entre los cinco o diez de la sesión, dentro de las tres o cuatro sesiones del día. Es necesario que seleccionemos cuál es nuestro

Ejemplo

Un ejemplo: «Novedades en el IV Consenso Español sobre tratamiento de *Helicobacter Pylori*».

hallazgo principal y repetirlo, las suficientes veces como para que el público se acuerde del mensaje **–solo uno–** que queremos transmitir. No nos tiene que dar miedo **poner en el título nuestro mensaje principal**. Para resumir en **menos de 15 palabras lo que queremos transmitir**, tendremos que hacer un esfuerzo de síntesis que nos será útil incluso a nosotros mismos para saber en qué consiste el trabajo o cuál es el objetivo de la presentación. De hecho, tendríamos que haber hecho este esfuerzo antes, durante el diseño del estudio. Si no somos capaces de resumir lo que hemos encontrado en una frase (y no vale «revisar la experiencia», debe ser un hallazgo concreto), es probable que hayamos trabajado sin un objetivo determinado y tengamos unos resultados poco útiles, dicho suavemente.

Una vez que decidáis qué parte del trabajo queréis presentar como más importante –si lo habéis hecho bien, será la respuesta a la pregunta hecha por el objetivo principal–, no tengáis miedo de **«poner primero el bistec»**. El título será «Hemos encontrado esto».

En la introducción, explicad de manera muy breve por qué os habéis hecho la pregunta; en los objetivos, explicad la pregunta; en los métodos, explicad lo necesario para que se vea que habéis usado un diseño razonable para contestar la pregunta. En los resultados, explicad de nuevo lo que habéis encontrado y desarrolladlo para que se entienda y se vea que es importante. Finalmente, la conclusión tiene que ser parecida al título: «Hemos encontrado esto».

Por lo tanto, en una comunicación intentaremos repetir nuestro hallazgo (mensaje, conclusión, etc.) principal al menos tres veces: en el título, durante la presentación, explicándolo en los resultados y en las conclusiones.

2) Sesión hospitalaria o presentación invitada a un congreso: aquí tendremos de más tiempo, generalmente, entre 15 y 20 minutos. Tenéis que **evitar** el error principal de todo comunicador. Normalmente, habréis preparado bien la sesión y, por lo tanto, estudiado mucho o, peor aún, seréis unos expertos en el tema que presentáis. La **tentación de querer explicar todo lo que sabéis** o habéis aprendido es muy fuerte, pero hay que resistirse. Lo que quiere vuestro público no es un vómito de información exhaustiva y escasamente útil. Lo que quiere y necesita es que, de todo lo que habéis estudiado, **lleveis a cabo una síntesis de aquello que a ellos les resultará más útil**. Aquí tendréis que seleccionar **tres o cuatro ideas fundamentales** y desarrollarlas. Vale el método de las 15 palabras por cada idea. Poner todo lo que sabéis, o entrar mucho en detalles no es, en general, una buena idea. Pero aquí es donde tenéis que **evaluar a la audiencia**.

Ejemplo

Si tenéis que hablar de «patidifusizumab» a una audiencia de pacientes, remarcaréis la importancia del tratamiento y qué aporta el fármaco respecto a las alternativas, de manera comprensible. En una reunión de gastroenterólogos, haréis una presentación más específica y si se trata de un foro de expertos en enfermedad inflamatoria, disecaréis el diseño de los diferentes estudios, con las implicaciones clínicas correspondientes y todos

los análisis *post hoc* necesarios. El nivel y el mensaje serán completamente diferentes en función de la audiencia.

La estructura de una **presentación de 15-20 minutos** es un poco diferente. Se puede empezar con una **corta introducción** para llamar la atención del público. En general, usaremos una **anécdota personal** o un **caso clínico** que nos permita centrar y remarcar el interés de la presentación. Y si de paso se introducen los puntos importantes que habréis seleccionado, mejor. La estructura es más libre que en las comunicaciones orales en congresos. En general, conviene agrupar las ideas en bloques de tres y, si hace falta, subdividirlas en tres apartados. Finalmente, acabaremos con unas conclusiones que serán los puntos importantes. De nuevo, los mensajes no tienen que ser los mismos para los compañeros de clase de nuestros hijos (ya os llegará), que para pacientes, licenciados en enfermería, médicos generales o especialistas en el tema.

Recordad, por lo tanto, seleccionar los temas importantes y el nivel de detalle en función de la audiencia.

3) Clases. Las clases tienen que ser interactivas. Solo unos pocos profesionales del teatro son capaces de mantener a un público atento durante una hora sin interactuar con él. Los mortales tenemos que recurrir a preguntar a los alumnos, introducir casos clínicos y que den su opinión, hacer pausas volviendo atrás, pidiendo a alguien si podría resumir lo último que habéis dicho, etc.

Los ejemplos y los casos también permiten reiterar aspectos importantes y «esponjar» nuestra presentación para dar al auditorio la oportunidad de seguir nuestros razonamientos y asimilar los nuevos conceptos que vamos introduciendo. Hay que ayudar a los alumnos a encontrar las ideas clave. «Hacer pensar» o «hacer trabajar» al estudiante en relación con estas ideas ayuda a que él las entienda y las asimile como propias. El estudiante con un papel activo revisa y trabaja los materiales que pueda encontrar para lograr las ideas clave.

Una estrategia –especialmente importante en clase, pero que también sirve para las comunicaciones– es facilitar a la audiencia información adicional. Dar un listado de los recursos que uno considera importantes (artículos o capítulos) puede ayudar a liberarse de contenidos menos importantes, porque sabemos que están en los materiales que les daremos.

2.2.2. Cosas que no se tienen que hacer (en ningún tipo de comunicación)

Las cosas que nunca se tienen que hacer en ningún tipo de comunicación son las siguientes:

1) Revisad vuestra presentación cuidadosamente y **evitad cualquier comentario de cariz político**, ya que esto puede poner a una parte de vuestro auditorio en vuestra contra. No hay que decir que un comentario que pueda ser interpretado como **sexista** o **racista** os descalificará a vosotros y vuestro mensaje, independientemente de lo bueno o malo que sea el resto del contenido de vuestra presentación.

2) Evitad mostrar reacciones emocionales adversas ante comentarios que puedan hacer las personas de vuestra audiencia. Por ejemplo, si alguien cuestiona la idea que estáis presentando, hacedle entender de la manera más asertiva posible vuestra posición, aceptando su idea como crítica constructiva.

3) En la línea del punto anterior, evitad mostrar estados anímico o emocionales negativos. Todos tenemos días complicados, pero debemos intentar dejar de lado nuestro estado personal y emocional y centrarnos durante el tiempo de la presentación en lo que queremos transmitir.

4) No conviene improvisarlo todo ni repetir «como un loro». Evitad la improvisación total. Como ya hemos dicho, la preparación es fundamental para una buena presentación. Sin embargo, tampoco es bueno el otro extremo: llevar la presentación totalmente estudiada e ir recitando todas las ideas de memoria.

5) En clase, evitad la rigidez extrema. Tendréis preparadas las ideas que queréis transmitir, y podéis jugar con el orden. A veces, también saldrán temas que pueden ser muy interesantes y que quizá no estaban dentro de vuestra «agenda». Dar tiempo a estos debates aporta información y mantiene el interés. Vigilad, sin embargo, que esto no os haga perder el hilo de la clase u obviar temas importantes.

6) Mantened la calma y la educación en todo momento. Siempre habrá alguien de la audiencia al que no le gustará vuestra presentación (cuanto mayor sea la audiencia, más probable). No dejéis que ver a alguien de la audiencia jugando con su móvil, durmiendo o haciendo cualquier otra actividad os descentre. Siempre hay alguien que tiene una urgencia, que le gusta hacer dos cosas a la vez o que ha pasado una mala noche, no todo tiene que ser culpa vuestra. Seguid con vuestra presentación; os tenéis que centrar en las personas que muestran interés.

2.3. Estructura de la charla

Se recuerda mejor un cuento que una lista. Si estructuráis vuestra charla en forma de historia, se recordará mejor que si presentáis las ideas de manera inconexa.

Por lo tanto, siempre que sea posible seguiremos un **orden lógico**. Por ejemplo: etiología, patogenia, diagnóstico y tratamiento. Si una idea lleva a otra y lo que explicáis es una historia conexas, se recuerda mucho mejor.

Utilizad el «**poder del tres**»: siempre que sea posible, haced **tres partes** y si se tienen que subdividir, que sea en subgrupos de tres. Y recordad que muchos eslóganes célebres utilizan esta estructura: «Sangre, sudor y lagrimas», «Bueno, bonito, barato», etc.

2.4. El tiempo

Superar el tiempo asignado es una falta de respeto a la audiencia y a los ponentes que vienen después, que ven reducido el tiempo del que disponen. Es uno de los errores más graves que podéis cometer.

Para respetar el tiempo, antes que nada hay que **seleccionar lo más importante** (observad cómo repito conceptos). Si no somos capaces de sintetizar y seleccionar nuestro mensaje, no podremos respetar el tiempo. El segundo aspecto más importante es **practicar la charla**. Si tenemos 15 minutos y 5 para preguntas, será necesario que podáis hacer la presentación en 14 (o 12, no pasa nada). Un poco de margen de tiempo os permitirá ir más tranquilos respecto al tiempo y no cometer errores ni que os aturulléis durante la presentación, por querer ir deprisa.

Se tiene que **practicar al menos una vez en voz alta**, y tantas veces como sea necesario para que la presentación os salga fluida. Solo hace falta que salga fluida, aunque las palabras no sean cada vez las mismas. Presentar en el servicio –o dentro del grupo de residentes, si esto no es posible– y pedir opinión nos dará la seguridad de que cumplimos el tiempo y la charla nos sale fluida.

2.5. Bromas y chistes

Un **punto de sentido del humor siempre ayuda** en cualquier presentación, pero no es imprescindible. De todos modos, las comunicaciones en congresos dan poco juego para las bromas.

Una buena norma general es que, si no sois especialmente bromistas en vuestra vida diaria, no intentéis serlo en las presentaciones, no suele funcionar. En todo caso, recordad que una presentación no es un monólogo del «Club de la Comedia». Vuestro **objetivo tiene que ser que el público adquiera los mensajes fundamentales que habéis seleccionado, no que ría**.

2.6. Recapitulemos

Y recordad, **repetid vuestros mensajes fundamentales**: los **enunciáis**, los **explicáis** y, si todavía podéis, **explicad un caso o un ejemplo**. Con esto habréis repetido vuestro mensaje tres veces, y habréis dado la oportunidad a la mayoría del auditorio de que, de una manera u otra, adquiera los conceptos básicos que queréis transmitir.

En inglés utilizan el acrónimo **SUCCES** (de *simple, unexpected, concret, credible, emotional* y *story*) para resumir las características de una buena charla. Coinciden con lo que hemos comentado hasta ahora: el mensaje debe ser sencillo y lo más concreto posible. Lo que decimos tiene que ser creíble y estar bien fundamentado. Tenemos que explicar una historia, y las ideas las presentaremos en una secuencia lógica, de forma que una se desprenda de la otra. Y finalmente, los seres humanos recuerdan mucho mejor las emociones que las ideas. Dar contenido emocional a una presentación requiere una cierta habilidad, pero no es imposible y aumenta terriblemente su impacto y el nivel de retención del auditorio.

Ejemplo

Los grandes expertos lo hacen a menudo, el método más fácil es recurrir a presentar un caso dramático, ya sea real o inventado. A partir de ahora, observad a grandes comunicadores, sobre todo cuando hablan a un público general. Veréis que a menudo empiezan con un caso, que casualmente es una madre/padre jóvenes con hijos pequeños con una enfermedad inflamatoria intestinal/pancreatitis/tumor –o lo que sea–, siempre muy grave y con muy mal pronóstico. Al final de la presentación, explican cómo con el tratamiento soluciona el problema y el paciente se cura de la grave enfermedad. Y entonces hacen **la exhortación final**, que también es un recurso de oratoria habitual: «Si bien María/Manuel se curó, todavía hay pacientes que no tienen esta suerte. Nuestro compromiso es –con vuestra ayuda, evidentemente– seguir trabajando e investigando para que todos –énfasis aquí– los pacientes vayan tan bien como María/Manuel».

3. Cómo elaborar una presentación con diapositivas

Las reglas formales de las diapositivas son las siguientes:

1) **Ilegible es inaceptable.** Poner una tabla llena de números ilegibles a partir de la segunda fila del auditorio es la antesala del fracaso, aunque dibujéis un círculo en el número que queréis destacar. Una buena norma general es no poner en la diapositiva nada que no queramos comentar. En la figura 3, podéis ver un ejemplo de diapositiva desaconsejada y una posible alternativa.

Figura 3. Presentaciones aconsejadas (abajo) y desaconsejadas (arriba)

2007-2012. TERAPIA TRIPLE EN ESPAÑA

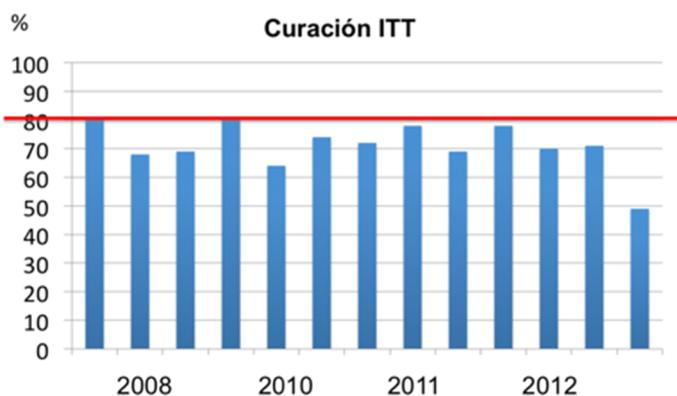
Tabla 1 Estudios que han evaluado la eficacia de la terapia triple con un inhibidor de la bomba de protones (IBP), amoxicilina y claritromicina en España desde 2007 a 2012

Autores	Tipo de publicación	Año de publicación	Ciudad	n	Eficacia PP	Eficacia IT	IBP y dosis
Artaza Varasa et al. ⁹	Artículo	2008	Toledo	27	81%	81% ^a	R 20 mg/12 h
Molina Infante et al. ¹⁰	Artículo	2010	Cáceres	115	66%	64% ^a	O 20 mg/12 h
Cuadrado Lavín et al. ¹¹	Artículo	2012	Laredo	128	78%	78% ^a	O 20 mg/12 h
Molina Infante et al. ¹²	Artículo	2012	Cáceres	33	74%	70% ^a	O 20 mg/12 h
Cosme et al. ¹³	Artículo	2013	San Sebastián	104		49% ^a	O 20 mg/12 h
García Fernández et al. ¹⁴	Resumen	2008	Sevilla	248		63,3% ^b	O, ne
Pérez Pastor et al. ¹⁵	Resumen	2008	Sevilla	333		67,7% ^b	O, ne
Irisarri Garde et al. ¹⁶	Resumen	2009	Pamplona	521		62,9% ^b	O, ne
						69,9% ^b	
						81,5% ^b	O, ne
						80% ^a	
Guardiola Arévalo et al. ¹⁷	Resumen	2010	Toledo	46		73,9% ^a	R 20 mg/12 h
Irisarri Garde et al. ¹⁸	Resumen	2011	Pamplona	463		72,2% ^b	O, ne
						72,4% ^a	
Guardiola Arévalo et al. ¹⁹	Resumen	2011	Toledo	50		78% ^a	R 20 mg/12 h
Ibáñez et al. ²⁰	Resumen	2011	Oviedo, Avilés	375		69,1% ^a	O, ne
Campillo Arregui et al. ²¹	Resumen	2012	Tudela	353		61,5% ^b	O, ne
						70,7% ^a	
Romero Ordóñez et al. ²²	Resumen	2012	Marbella	351		71,4% ^b	O, ne
						80,7% ^a	

ne: no especificado; O: omeprazol; R: rabeprazol.
^a Terapia triple de 10 días.
^b Terapia triple de 7 días.

Gastroenterol Hepatol. 2013;36(6):375-381

Terapia triple en España 2007-2012



Algunas normas generales:

a) **Regla del 7:** en las diapositivas de texto, no poner más de 7 líneas ni más de 7 palabras por línea. Para estar seguros de que vuestras diapositivas se leerán bien desde el final de la sala, no uséis nunca un tipo de letra inferior a 24.

b) Poned las palabras que necesitéis para utilizar la diapositiva de guía, no frases completas. **Nunca leáis las diapositivas. Evitad frases largas** y, siempre que podáis, utilizad imágenes: **una imagen vale más que mil palabras**.

c) Las animaciones pueden ser muy bonitas, pero en general distraen al auditorio de vuestro mensaje.

Todas estas normas se resumen en tres: las diapositivas tienen que ser **sencillas, claras y lo más gráficas que sea posible**.

2) Otros aspectos de las diapositivas:

a) Si no tienes un máster en diseño gráfico, los formatos extremos son en general una mala idea. Negro sobre blanco o blanco sobre fondo azul son en general formatos que no fallan. Y recordad: las líneas rojas sobre fondo azul no se ven cuando se proyecta.

b) Cuatro diapositivas de texto seguidas aburren a cualquier auditorio. Intentad alternar figuras, tablas, imágenes y texto. Si sois capaces, preparad una presentación solo con imágenes. Podéis ver una presentación mía para que comprobéis que esto se puede hacer: «Epidemiología de la infección por *Helicobacter pylori*». Si lo intentáis, veréis que es mucho más fácil mantener la atención del público.

c) Controlar el número de diapositivas es básico para controlar el tiempo. Es imposible explicar 50 diapositivas en 5 minutos. Una norma –que no es absoluta pero que ayuda– es limitar las diapositivas a una por minuto. Sabemos que cuesta –obliga a seleccionar el mensaje más importante–, pero después se agradece.

4. Cómo presentar en público

La principal herramienta para hacer una buena presentación es practicar. Es un buen método hacer la presentación con voz alta, de pie y en un entorno lo más parecido posible al de la charla.

Hay técnicas que ayudan a superar el miedo a hablar en público. Veréis que todas insisten en practicar antes.

Hay también algunos errores habituales que tenemos que evitar:

1) **Disculparnos** es lo primero que no tenemos que hacer nunca. Si no habéis podido preparar la sesión como hacía falta, no debéis pedir disculpas por haberlo hecho de prisa y corriendo. Con un poco de suerte, si no lo decís, quizá alguien del auditorio no se da cuenta. Si vuestro inglés no es demasiado bueno, practicad hasta el agotamiento, pero una vez frente al auditorio no lo digáis, ya lo notarán. Y si vuestro mensaje es lo bastante interesante, no les importará.

2) **Tened cuidado** con las muletillas. Repetir «emm», «hum», «¿vale?» o cualquier otra **muletilla** es exasperante para el público, al menos, para mí. Practicando, se corrige.

3) **No leáis** las diapositivas. El público desconecta en una media de 40 segundos.

4) **No corráis**. Dad tiempo a asimilar los conceptos. Las pausas y los silencios son fundamentales.

5) **Las manos** tienen que ir delante y en una posición natural. Tomar un bolígrafo o un puntero (sin ponerlo demasiado en marcha y evitando dirigirlo a los ojos del público) ayuda a mantenerlas en posición natural. No practiquéis gestos ni posturas, queda muy artificial.

6) **El contacto visual** es importante. La mirada se tiene que dirigir a la audiencia, y mantenerse durante unos segundos en cada uno de nuestros oyentes (si es un grupo pequeño) o en tres o cuatro oyentes distribuidos por la sala en auditorios grandes.

En general, la recomendación es que seáis vosotros mismos y habléis de la manera más natural posible. Hay que tratar de divertirse. Si habéis practicado lo suficiente, lo conseguiréis.

Nota

Frente a una presentación en congreso, es importante hacer un ensayo ante vuestros compañeros del servicio. Y cuanto más críticos sean, mejor. Esto os puede ayudar a pulir aspectos formales y a afinar mejor el mensaje.

Lectura recomendada

Os adjunto el enlace a las recomendaciones de Sawchuk para vencer el miedo a hablar en público:

Craig N. Sawchuk (2017, mayo). Fear of public speaking: How can I overcome it? Clínica Mayo.

7) Y al final vendrán la **discusión** y las **preguntas**, que os darán la oportunidad de demostrar lo que habéis estudiado y lo que sabéis del tema. Para la discusión, hay tres cosas que nunca se deben hacer:

a) **Nunca ridiculicéis** a nadie del público, aunque hagan una pregunta absolutamente estúpida. Contestad sin ofender.

b) **Nunca descalifiquéis** a alguien que pregunta.

c) **Y nunca os enfrentéis**. Ante comentarios agresivos de algún competidor, responder de manera razonada y medida pone al público de vuestra parte: «la suya es una opinión muy respetable, pero los datos del estudio son claros y de hecho coinciden con la mayoría de la literatura. Es cierto que es difícil de explicar porque no coinciden con sus resultados, pero precisamente por este motivo, nosotros los hemos comprobado y nos sale...». Recordad que quien pierde los papeles también pierde la discusión.

En fin, con esto hemos acabado la parte teórica. Os adjunto un enlace a la presentación de PowerPoint que corresponde a lo que acabáis de leer: «Cómo hacer una buena comunicación (y las cosas que no se tienen que hacer)». Junto con la presentación del principio, la utilizaremos como prácticas.

No os ponemos recursos, no hace falta. Una búsqueda en Google sobre cualquier duda específica os aportará múltiples documentos. En general, todos ponen énfasis en las directrices que hemos dado aquí, pero pueden aportar ideas nuevas o ampliar aspectos que hayan quedado poco destacados. ¡Ánimo y buena suerte!

Nota

Aunque sea así, no queda bien decirle a aquel que pregunta o hace un comentario que «lo que usted dice demuestra lo que todos ya sabíamos, y es que está a sueldo de...».