
Comunicació científica

PID_00255171

Xavier Calvet

Temps mínim de dedicació recomanat: 1 hora



Índex

Introducció	5
Objectius	6
1. Com estructurar la informació: introducció als mapes mentals	7
1.1. Què són els mapes mentals?	7
1.2. Com fer un mapa mental	9
1.3. Referències bibliogràfiques	9
2. Com estructurar una sessió	10
2.1. Introducció	10
2.2. Les claus de la comunicació: definir el missatge i la preparació	11
2.2.1. Seleccionar el missatge important	11
2.2.2. Coses que no s'han de fer (en cap tipus de comunicació)	13
2.3. Estructura de la xerrada	14
2.4. El temps	15
2.5. Bromes i acudits	15
2.6. Recapitem	15
3. Com elaborar una presentació amb diapositives	17
4. Com presentar en públic	19

Introducció

La comunicació científica inclou múltiples aspectes, el primer dels quals és perfeccionar la nostra capacitat d'adquirir i estructurar la informació. Només a partir d'idees clares podrem transmetre informació de manera efectiva. Per això aquest mòdul s'inicia amb la introducció a un senzill, nou i extremadament eficaç nou mètode d'adquirir i estructurar la informació: els mapes mentals. La segona part, va dirigida, en primer lloc, a la metodologia per a transmetre de manera efectiva les nostres idees a un auditori i, en segon lloc, a com elaborar el material audiovisual de suport. Espero que aquesta introducció a la comunicació us sigui útil per millorar les vostres capacitats d'aprenentatge i comunicació.

Objectius

Els objectius que l'estudiant ha d'assolir després de treballar els materials d'aquest mòdul són els següents:

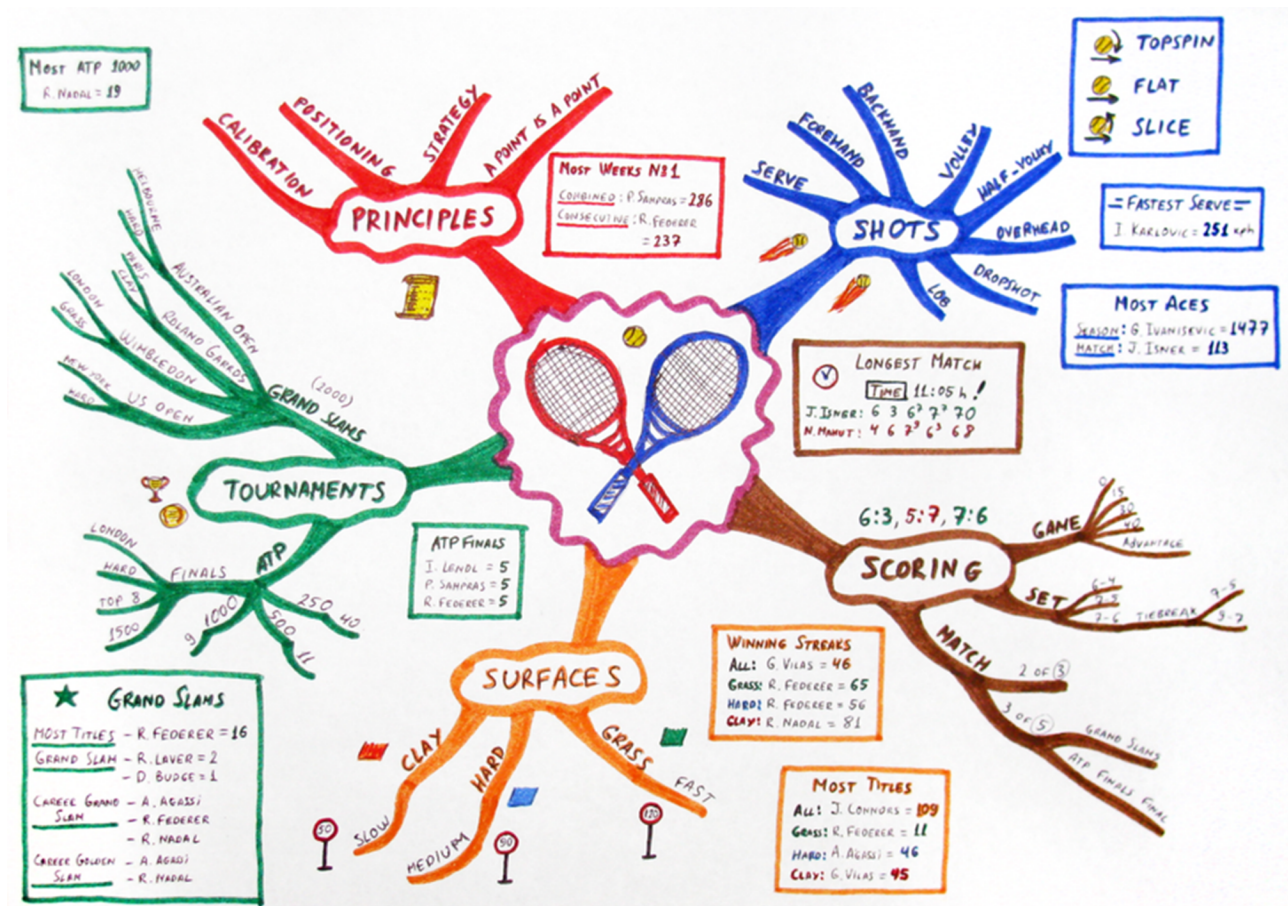
1. Conèixer els mapes mentals.
2. Iniciar-se en el seu ús.
3. Conèixer les recomanacions bàsiques per a estructurar una sessió.
4. Conèixer els conceptes bàsics sobre com s'han de fer –o com no s'han de fer- les diapositives per a una presentació.

1. Com estructurar la informació: introducció als mapes mentals

1.1. Què són els mapes mentals?

Els mapes mentals introdueixen la informació de manera multidimensional, de manera semblant a com treballa el nostre cervell. Aquesta és la seva diferència amb els apunts o resums que presenten la informació de manera cronològica i lineal. El mapa mental permet passar la informació d'un codi verbal a un codi visual, la qual cosa ajuda a entendre i a memoritzar.

Figura 1. Tennis mind map

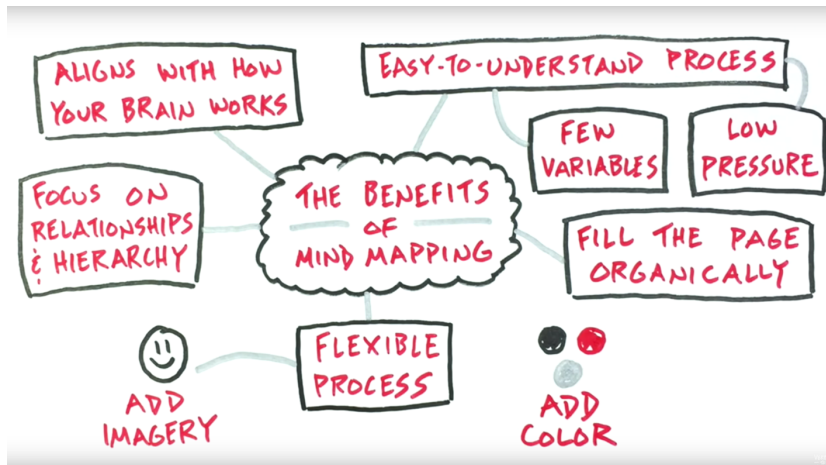


Font: <http://mindmapping.bg/mindmaps/examples/handmade/#!prettyPhoto>.

Els mapes mentals permeten recuperar la informació de manera ràpida i senzilla, molt més que un resum convencional, i són més útils com més llargs o complexos són els problemes. De fet, en moltes escoles s'estan introduint com

a mètode d'estudi des de l'Educació Primària. Facilita l'organització lògica i estructurada dels continguts d'aprenentatge, ja que no aïlla els conceptes. Són útils també per a separar la informació significativa de la informació trivial.

Vídeo



Trobareu molts vídeos a youtube que introdueixen el concepte de mapa mental. N'he seleccionat un de clar i entenedor: «A Mind Mapping Approach To Your Sketchnotes».

Els mapes mentals poden servir per a moltes coses: per a aclarir idees i replantejar problemes, per a recordar millor, per a planificar, per a aprovar exàmens, per a comunicar... Per a qui escriu aquest mòdul, són una eina fonamental per a resumir temes complexos i no perdre conceptes. Ideals per a resumir llibres o capítols de llibre retenint les idees principals.

Els mapes mentals, però, no són un invent nou, sinó que l'escriptura egípcia i el sistema mnemotècnic grec en van ser els precursors. Tony Buzan va popularitzar el mètode d'aprenentatge amb mapes mentals.

Vídeo



Podeu veure el seu TEDtalk a: «The Power of a Mind to Map: Tony Buzan at TEDxSquareMile». Es fa una mica llarg, no és necessari que l'acabeu...

1.2. Com fer un mapa mental

Per crear un mapa mental hem de partir d'una idea principal i, a partir d'aquesta idea, brollen les idees secundàries. Podem –i com més ho fem, millor– utilitzar colors, símbols i dibuixos.

Començarem al centre d'un full en blanc. Hi dibuixem una imatge que simbolitzi la idea principal o una paraula. Des de la idea principal, tracem ramificacions de diferents colors amb les idees més importants i les paraules clau relacionades amb el tema. Intentarem fer servir només una o dues paraules clau per línia. Connectarem totes les idees mitjançant línies o branques.

La tècnica és molt senzilla. El que farem sobretot en aquest mòdul és practicar. Com que els dibuixos a mà permeten molt poca flexibilitat, suggerim fer servir un software lliure. N'hi ha diversos a Internet. Per exemple, Free Mind. Es pot baixar des de http://freemind.sourceforge.net/wiki/index.php/Main_Page. És força entenedor i es pot aprendre a fer servir mitjançant l'assaig-error. Veureu que no és perfecte, però permet treballar.

Nota

Estaré disponible per solucionar les vostres consultes sobre el programa fins on em sigui possible.

Activitat

Feu un mapa mental sobre les vostres expectatives –laborals, personals, etc.– de futur. Primer feu un model a mà, si voleu amb colors i dibuixos, i me n'envieu una foto per correu electrònic. Després feu el mateix utilitzant el software Free Mind i m'envieu l'arxiu. Formarà part de l'avaluació del mòdul.

1.3. Referències bibliogràfiques

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

Curs bàsic de mapes mentals:

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

Noves formes d'expressar el coneixement, els mapes mentals:

<<http://www.alejandrobarrros.com/nuevas-formas-de-expresar-conocimiento-mapas-mentales/>>.

Què són els mapes mentals?:

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

2. Com estructurar una sessió

2.1. Introducció

D'acord amb Jerry Seinfeld, un conegut humorista americà, per a moltes persones la por de parlar en públic és més important que la por a la mort. Conclou que, en un funeral, la majoria d'assistents preferirien ser el mort que no pas haver de fer un discurs de comiat.

És cert que, en general, no és una activitat que agradi –al menys als residents. Heu de saber, però, que no només les persones especialment dotades poden parlar molt bé en públic. Com quasi tot en aquesta vida, és una activitat que s'aprèn. A mesura que millorem les nostres capacitats, fins i tot podem arribar a gaudir fent presentacions. Encara que ara no us ho cregueu, molts de vosaltres sou potencialment excel·lents comunicadors.

Exemple

Per exemple, Demòstenes, un dels més famosos oradors grecs, va haver de vèncer la seva tartamudesa. A Quim Monzó, periodista i escriptor, quan li van preguntar com ho feia per improvisar tan bé a la televisió, va contestar molt seriosament: «Perquè m'ho preparo molt bé».

Parlar en públic no és una ciència exacta. El que oferirem aquí són uns consells bàsics. Ara bé, hi ha més d'una manera de comunicar efectivament, i copiar és una de les millors maneres d'aprendre. Per això, els conceptes que revisarem aquí s'han de desenvolupar de dues maneres:

1) Portant els nostres savis consells a la pràctica (evidentment).

2) **Sent crítics** (més important). Tindrem a la nostra vida oportunitat d'assistir a milers de conferències i presentacions. Veureu qui ho fa bé i qui no, qui aconsegueix que mantinguem la nostra atenció i qui no. Fixeu-vos sempre en quin punt i per què desconnecteu. Pregunteu-vos què ha fet l'orador perquè tingueu aquesta necessitat imperiosa de consultar Whatsapp o Twitter.

I ara tracteu de diferenciar entre qui ens ha sabut transmetre un missatge i qui ha fet una presentació entretinguda de qual no heu tret cap conclusió. Pregunteu-vos sempre al final d'una xerrada: quina idea clara m'ha transmès?

Quan estigueu en un congrés, heu d'aprendre tant dels que ho fan molt bé – per imitar-los– com dels que cometem errors –per evitar-los. Tot plegat ens ajudarà a millorar de manera progressiva les nostres presentacions.



Ho podeu veure a: «T Seinfeld talk about public speaking and death».



Figura 2. Bust de Demòstenes, considerat el millor orador de la història antiga

A les següents pàgines detallarem les principals claus per comunicar adequadament començant amb el més important: **la selecció del missatge i la preparació**. En segon lloc, donarem uns conceptes bàsics sobre com fer unes diapositives i sobre aspectes formals de la presentació.

Veureu que, en general, son coses de sentit comú. Malgrat tot, podreu trobar presentacions d'alt impacte que no segueixen totalment aquestes normes (la de fer servir poca lletra es segueix pràcticament sempre).

Anem, doncs, per feina. Hi ha una sèrie de principis importants dels quals parlarem al llarg de les pàgines següents que es podrien resumir en uns punts principals, que són el **S-E-C-R-E-T** d'una bona preparació:

- 1) Selecciona el més important.
- 2) HEu d'avaluar
- 3) Cal explicar una història.
- 4) Respecta el temps.
- 5) Explica/comunica primer, divertir és secundari.
- 6) ReïTera: la repetició és la base de l'aprenentatge.

2.2. Les claus de la comunicació: definir el missatge i la preparació

Definir quin és el missatge que volem fer arribar i saber a qui parlarem són la base d'una bona comunicació.

2.2.1. Seleccionar el missatge important

Seleccionar el missatge més important és la clau d'una bona presentació. Depèn de dos aspectes principals: el tipus de presentacions i el tipus de públic.

Pel que fa al **tipus de presentació**, convé tenir en compte el següent:

- 1) **Comunicació a congrés**: No ens hem de perdre en els detalls. Serem un presentador d'entre els cinc o deu de la sessió, dins de les tres o quatre sessions del dia. Cal que seleccionem quina es la nostra troballa principal i repetir-la prou vegades perquè el públic recordi el missatge –**només un**– que volem transmetre. No ens ha de fer por **posar al títol el nostre missatge principal**. Per resumir en **menys de 15 paraules** el que volem transmetre haurem de fer un esforç de síntesi que ens serà útil fins i tot a nosaltres mateixos per saber en

Exemple

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

què consisteix el nostre treball o quin és l'objectiu de la presentació. De fet, hauríem d'haver fet aquest esforç abans, durant el disseny de l'estudi. Si no som capaços de resumir el que hem trobat en una frase (i no s'hi val «revisar l'experiència»; cal que sigui una troballa concreta) és probable que haguem treballat sense un objectiu concret i que tinguem uns resultats poc útils, dit suaument.

Un cop decidiu quina és la part del treball més important –si ho heu fet bé, serà la resposta a la pregunta d'investigació, marcada per l'objectiu principal–, no tingueu por de posar el bistec primer. El títol serà «Hem trobat això».

A la introducció expliqueu molt breument per què us heu fet la pregunta, als objectius expliqueu la pregunta, als mètodes expliqueu el que sigui necessari perquè es vegi que heu fet servir un disseny raonable per a contestar la pregunta. Als resultats expliqueu de nou el que heu trobat i ho desenvolueu perquè s'entengui i es vegi què és important. Finalment, la conclusió ha de ser semblada al títol: «hem trobat això».

Per tant, en una comunicació intentarem repetir la nostra troballa principal com a mínim tres vegades: al títol, durant la presentació, als resultats i a les conclusions.

2) Sessió hospitalària o presentació convidada a un congrés: Aquí disposarem de més temps, generalment, entre 15 i 20 minuts. Heu d'**evitar** l'error principal de tot comunicador: normalment haureu preparat bé la sessió i, per tant, haureu estudiat molt o, encara pitjor, sereu uns experts en el tema que presenteu. La **temptació de voler explicar tot el que sabeu** o heu après és molt forta, però cal resistir-s'hi. El que vol el vostre públic no és una vomitada d'informació exhaustiva i escassament útil. El que vol i necessita el públic és que, de tot el que heu estudiat, **feu una síntesi d'allò que a ells els serà més útil**. Aquí haureu de seleccionar **tres o quatre idees fonamentals** i desenvolupar-les. Val el mètode de les 15 paraules per cada idea. Posar tot el que sabeu, o entrar molt en detall no és, en general, una bona idea. Però aquí és on heu d'**avaluar a la audiència**.

Exemple

Si heu de parlar del fàrmac “patidifusizumab” a una audiència de pacients, remarcareu la importància del tractament i què aporta el fàrmac respecte de les alternatives de manera entenedora. En una reunió de gastroenteròlegs fareu una presentació més específica, i si es tracta d'un fòrum d'experts en malaltia inflamatòria, dissecareu el disseny dels diferents estudis, amb les implicacions clíniques corresponents i totes les anàlisis *post hoc* que calguin. El nivell i el missatge serà completament diferent en funció de l'audiència.

L'estructura d'una **presentació de 15-20 minuts** és una mica diferent. Podem començar amb una **curta introducció** per cridar l'atenció del públic. En general farem servir una **anècdota personal** o un **cas clínic** que ens permeti centrar i remarcar l'interès de la presentació, i si de pas introdueix els punts importants que haureu seleccionat, millor. L'estructura és més lliure que en

les comunicacions orals en congressos. En general es bo agrupar les idees en blocs de tres i, si cal, subdividir-les en tres apartats. Finalment, acabarem amb unes conclusions que seran els punts importants. De nou, els missatges no han de ser els mateixos per als companys de classe dels nostres fills (ja us arribarà), per a pacients, per a llicenciats en infermeria, per a metges generals o per a especialistes en el tema.

Recordeu, doncs, seleccionar els temes importants i el nivell de detall en funció de l'audiència.

3) Classes. Les classes han de ser interactives. Només uns pocs professionals del teatre són capaços de mantenir un públic atent durant una hora sense interactuar amb ell. Els simples mortals hem de fer servir recursos com preguntar als alumnes, introduir casos clínics, fer que donin la seva opinió, fer pauses tornant enrere, demanant a algú si podria resumir l'última cosa que heu dit, etc.

Els exemples i els casos també permeten reiterar aspectes importants i "esponjar" la nostra presentació per donar a l'auditori l'oportunitat de seguir els nostres raonaments i assimilar els conceptes que anem introduint. Cal ajudar als alumnes a trobar les idees clau. «Fer pensar» o «fer treballar» l'estudiant en relació a aquestes idees ajuda a fer que les entengui i les assimili. L'estudiant amb un paper actiu revisa i treballa els materials que pugui trobar per retenir les idees claus.

Una estratègia especialment important a classe però que també serveix per a les comunicacions és facilitar a l'audiència informació addicional. Donar un llistat dels recursos que es consideren importants (articles o capítols) ens pot ajudar a alliberar-nos de continguts menys importants, perquè sabem que es troben en les referències que els donaràs.

2.2.2. Coses que no s'han de fer (en cap tipus de comunicació)

Les coses que mai no s'han de fer en cap tipus de comunicació són les següents:

1) Revisau la vostra presentació de manera curiosa i **eviteu qualsevol comentari de caire polític**, ja que pot posar una part del vostre auditori en la vostra contra. No cal dir que un comentari que pugui ser interpretat com **sexista** o **racista** us desqualificarà a vosaltres i desqualificarà el vostre missatge independentment de la qualitat de la resta del contingut de la vostra presentació.

2) Eviteu mostrar reaccions emocionals adverses davant de comentaris que puguin fer les persones de la vostra audiència. Per exemple, si algú qüestiona la idea que esteu presentant, feu-li entendre de la manera més assertiva possible la vostra posició, tot acceptant la seva idea com a crítica constructiva.

3) En la línia del punt anterior, eviteu mostrar estats anímics o emocionals negatius. Tots tenim dies complicats, però durant el temps de la presentació hem d'intentar deixar de banda el nostre estat d'ànim personal i centrar-nos en el que volem transmetre.

4) No és bo no improvisar-ho tot o repetir «com un lloro». Eviteu la improvisació total, com ja hem dit, la preparació és fonamental per a una bona presentació. Però tampoc és bo l'altre extrem: portar la presentació totalment estudiada i anar recitant totes les idees de memòria.

5) A classe eviteu la rigidesa extrema. Tindreu preparades les idees que voleu transmetre, i podeu jugar amb l'ordre. De vegades també sortiran temes que poden ser molt interessants i que potser no eren dins de la vostra «agenda». Donar temps a aquests debats aporta informació i manté l'interès. Compte, però, que això no faci perdre el fil de la classe o obviar temes importants.

6) Mantingueu la calma i l'educació en tot moment. Sempre hi haurà algú de la audiència a qui no li agradarà o no li interessarà el que dieu (amb més probabilitat com més gran sigui l'audiència). No deixeu que el fet de veure algú del públic jugant amb el seu telèfon, dormint o fent qualsevol altra activitat us descentri. Sempre hi ha algú que té una urgència, que li agrada fer dues coses a l'hora o que ha passat una mala nit, no tot ha de ser culpa vostra. Seguiu amb la vostra presentació centrant-vos en les persones que sí que mostren interès.

2.3. Estructura de la xerrada

Es recorda millor un conte que una llista. Si structureu la vostra xerrada en forma d'història, es recordarà millor que si presenteu les idees de manera inconnexa.

Per tant, sempre que sigui possible, seguirem un **ordre lògic**. Per exemple: etiologia, patogènia, diagnòstic i tractament. Si una idea porta a una altra i el que expliqueu és una història connexa, es recorda molt millor.

Utilitzeu el «**poder del tres**»: Sempre que sigui possible feu **tres parts**, i si s'han de subdividir, que sigui en grups de tres. Recordeu que molts eslògans cèlebres utilitzen aquesta estructura: «Sangre, sudor y lagrimas», «Bueno, bonito, barato», etc.

2.4. El temps

Superar el temps assignat és una falta de respecte a l'audiència i als ponents que venen després, que veuen reduït el temps de què disposaven. És un dels errors més greus que podeu cometre.

Per respectar el temps, primer de tot cal **seleccionar el més important** (fixeu-vos com repetim conceptes). Si no som capaços de sintetitzar i seleccionar el nostre missatge, no podem respectar el temps. El segon aspecte més important és **practicar la xerrada**. Si tenim 15 minuts per a la presentació i 5 minuts per a preguntes, caldrà que prepareu una presentació de 14 minuts (o 12, no passa res). Una mica de marge de temps us permetrà anar més tranquils respecte del temps i no cometre errors ni entrebancar-vos durant la presentació per voler anar de pressa.

S'ha de **practicar al menys un cop en veu alta**, i tantes vegades com calgui perquè la presentació us surti fluida. Només cal que surti fluida, encara que les paraules no siguin cada vegada les mateixes. Presentar al servei –o dins del grup de residents si això no és possible– i demanar opinió ens donarà la seguretat que complim el temps i que la xerrada ens surt fluida.

2.5. Bromes i acudits

Un **toc de sentit de l'humor** sempre ajuda en qualsevol presentació, però no és imprescindible. De tota manera, les comunicacions en congressos donen poc joc per a les bromes.

Una bona norma general és que si no sou especialment bromistes en la vostra vida diària no intenteu ser-ho a les presentacions, no acostuma a funcionar. En tot cas, recordeu que una presentació no és un monòleg d'«El club de la comedia». El vostre **objectiu ha de ser que el públic adquireixi els missatges fonamentals que heu seleccionat, i no pas que rigui**.

2.6. Recapitulem

I recordeu, **repetiu els vostres missatges fonamentals: els enuncieu, els expliqueu**, i si encara podeu, **poseu un cas o un exemple**. Amb això haureu repetit el vostre missatge tres vegades, donant la oportunitat a la majoria de l'auditori que, d'una manera o altra, adquireixi els conceptes bàsics que voleu transmetre.

En anglès s'utilitza l'acrònim **SUCCESS** (*Simple, Unexpected, Concrete, Credible, Emotional, Story*), per resumir las característiques d'una bona xerrada. Coincideixen amb el que hem comentat fins ara: el missatge ha de ser **Senzill** i el més **Concret** possible. El que diem ha de ser **Creïble** i ben fonamentat. Hem

d'explicar una història, presentarem les idees en una seqüència lògica, de manera que una és despregui de l'altra. Finalment, els essers humans recorden les emocions molt millor que idees. Donar contingut Emocional a una presentació requereix una certa habilitat, però no és impossible i augmenta terriblement el seu impacte i el nivell de retenció de l'auditori.

Exemple

Els grans experts ho fan sovint, el mètode més fàcil és recórrer a un cas dramàtic, ja sigui real o inventat. A partir d'ara fixeu-vos en grans comunicadors, sobretot quan parlen a un públic general. Veureu que sovint comencen amb un cas, que casualment és el d'una mare o pare joves amb fills petits amb una malaltia inflamatòria intestinal, un tumor, o la malaltia que sigui, però sempre molt greu i amb molt mal pronòstic. Al final de presentació expliquen com amb el tractament se soluciona el problema i la o el pacient es cura de la greu malaltia. I aleshores fan l'**exhortació final**, que també és un recurs d'oratória usual: «Si bé la Maria / en Manel es va curar, encara hi ha pacients que no tenen aquesta sort. El nostre compromís és –amb la vostra ajuda, evidentment– seguir treballant i investigant per que tots –èmfasi aquí– els pacients se'n surtin tan bé com la Maria / en Manel».

3. Com elaborar una presentació amb diapositives

Les regles formals de les diapositives són les següents:

1) **Il·legible és inacceptable.** Posar una taula plena de nombres il·legibles a partir de la segona fila de l'auditori és l'avantsala del fracàs. Encara que poseu una rodoneta al número que voleu destacar. Una bona norma general és no posar a la diapositiva res que no vulguem comentar. A la figura 3 podeu veure un exemple de diapositiva desaconsellada i una possible alternativa.

Figura 3. Presentacions aconsellades (abaix) i desaconsellades (adalt)

2007-2012. TERAPIA TRIPLE EN ESPAÑA

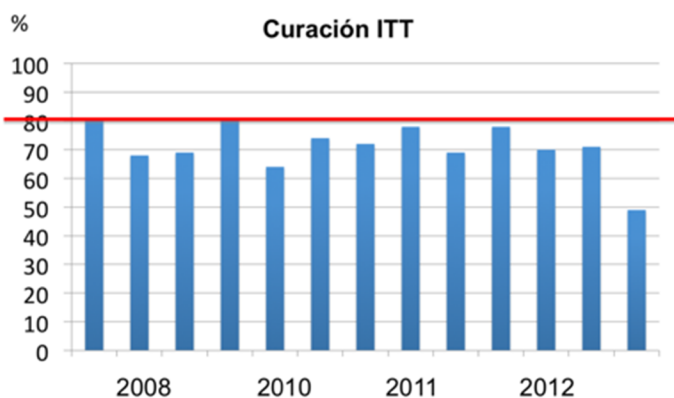
Tabla 1 Estudios que han evaluado la eficacia de la terapia triple con un inhibidor de la bomba de protones (IBP), amoxicilina y claritromicina en España desde 2007 a 2012

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% ^b	R 20 mg/12 h
Irisarri Garde et al. ¹⁸	Resumen	2011	Pamplona	463		72,2% ^b	O, ne
						72,4% ^b	
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% ^b	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% ^b	

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



Unes quantes normes generals:

a) **La regla del 7:** a les diapositives de text no poseu més de 7 línies ni més de 7 paraules per línia. Per assegurar que les vostres diapositives es llegiran bé des del final de la sala no feu servir mai un tipus de lletra inferior a 24.

b) Poseu les paraules que necessiteu per utilitzar la diapositiva de guia, no frases complertes. **Mai llegiu les diapositives. Eviteu frases llargues** i, sempre que pugueu, feu servir imatges: **una imatge val més que mil paraules**.

c) Les animacions poden ser molt «cuquis», però en general distreuen l'auditori del vostre missatge.

Totes aquestes normes es resumeixen en tres: Les diapositives han de ser **senzilles, clares i el més gràfiques possible**.

2) Altres aspectes de les diapositives:

a) Si no tens un màster en disseny gràfic, els formats extremats solen ser una mala idea. Negre sobre blanc o blanc sobre fons blau són formats que generalment no fallen. I recordeu: les línies vermelles sobre fons blau no es veuen quan es projecta.

b) Quatre diapositives de text seguides avorreixen a qualsevol auditori. Intenteu alternar figures, taules, imatges i text. Si creieu que en sou capaços, intenteu preparar una presentació només amb imatges. Veieu una presentació meua per que comproveu que es pot fer: «Epidemiologia de la infecció per *Helicobacter pylori*». Si ho proveu, veureu que és molt més fàcil mantenir l'atenció del públic.

c) Controlar el nombre de diapositives és bàsic per a controlar el temps. És impossible explicar 50 diapositives en 5 minuts. Una norma –que no és absoluta però que ajuda– és limitar les diapositives a una per minut. Sabem que costa –obliga a seleccionar el missatge més important–, però després s'agraeix.

4. Com presentar en públic

L'eina principal per a fer una bona presentació és practicar. És un bon mètode fer la presentació amb veu alta, dempeus i en un entorn el més semblat possible al de la xerrada.

Hi ha tècniques que ajuden a superar la por de parlar amb públic. Veureu que totes insisteixen en practicar abans.

Hi ha també uns quants errors habituals que hem d'evitar:

1) **Disculpar-nos** és la primera cosa que no hem de fer mai. Si no has pogut preparar-te la sessió com toca, no cal que demanis disculpes per haver-ho fet a corre-cuita. Amb una mica de sort, si no ho dius, potser hi ha algú del auditori que no se n'adona. Si el teu anglès no és gaire bo, practica fins l'esgotament, però un cop davant l'auditori no ho diguis, ja ho notaran. I si el teu missatge és prou interessant, no els importarà.

2) Vigila amb els **mots crossa**: que l'orador repeteixi moltes vegades “emm”, “hum”, “val”, o qualsevol altre mot crossa és exasperant per al públic. Practicant es corregeix.

3) **No llegeixis** les diapositives. El públic desconnecta en una mitjana de 40 segons.

4) **No corris**. Dona temps a assimilar els conceptes. Les pauses i els silencis son fonamentals.

5) **Les mans** han d'anar davant i en una posició natural. Agafar un bolígraf o un punter (sense engegar-lo gaire i evitant dirigir-lo als ulls del públic) ajuden a mantenir-les en posició natural. No practiquis gestos ni postures, queda molt artificial.

6) **El contacte visual** és important. La mirada s'ha de dirigir a l'audiència, mantenir-la durant uns segons en cadascun dels nostres oients (si és un grup petit) o en tres o quatre oients distribuïts per la sala en auditoris grans.

En general, la recomanació és que siguis tu mateix, que parlis el més naturalment possible. Intenta divertir-te. Si has practicat prou, te'n sortiràs.

Nota

Davant d'una presentació en un congrés és important fer un assaig davant dels teus companys del servei. I com més crítics siguin millor. Això et pot ajudar a polir aspectes formals i a afinar millor el missatge.

Lectura recomanada

Us adjunto el link a les recomanacions de Sawchuk per a vèncer la por a parlar amb públic:

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

7) Al final vindran la **discussió** i les **preguntes**, que et donaran la oportunitat de demostrar el que has estudiat i el que saps del tema. Per a la discussió hi ha tres coses que mai no s'han de fer:

a) **Mai ridiculitzis** a ningú del públic, encara que facin una pregunta absolutament estúpida. Contesta sense ofendre.

b) **Mai desqualifiquis** algú que pregunta.

c) **I mai no t'enfrontis**. Davant de comentaris agressius d'algun competidor, respondre raonadament i mesurada posa el públic de part teva: «la seva és una opinió molt respectable, però les dades de l'estudi són clares i, de fet, coincideixen amb la majoria de la literatura. És cert que és difícil d'explicar perquè no coincideixen amb els seus resultats, però per aquest motiu, nosaltres els hem comprovat i ens surt...». Recordeu que qui perd els papers també perd la discussió.

Bé, amb això hem acabat la part teòrica, us adjunto un enllaç a la presentació de que correspon al que acabeu de llegir: «Com fer una bona comunicació (i les coses que no s'han de fer)». Juntament amb la presentació del principi, la farem servir per a pràctiques.

No us posem recursos, no cal. Una cerca a Google sobre qualsevol dubte específic us aportarà múltiples documents. En general, tots fan èmfasi en les directrius que hem donat aquí, però poden aportar idees noves o ampliar aspectes que hagin quedat poc destacats. Ànim i bona sort!

Nota

Encara que sigui veritat, no queda bé dir-li a qui pregunta o fa un comentari que "el que diu demostra el que tots ja sabíem, i és que està a sou de ...".