

Presentaciones efectivas en medicina

El arte de comunicar y transmitir:

diez recomendaciones

Álvaro J. Ruiz Morales¹

Resumen

Para lograr una comunicación efectiva durante una conferencia o presentación, es necesario seguir reglas simples, que incluyen la preparación de la conferencia con el auditorio en mente y con la definición de un mensaje específico para dejar a la audiencia. Debe capturarse pronto la atención del público y todas las acciones posteriores deben ir encaminadas a mantenerla. Los textos deben ser precisos y con tamaños fácilmente visibles, las diapositivas deben ofrecer buen contraste, con fondos sólidos y simples y deben evitarse las animaciones excesivas. Al cierre de la conferencia, las conclusiones y la sesión de preguntas ofrecen la oportunidad invaluable de reforzar el mensaje que se quería dejar.

Palabras clave: Comunicación, atención, aprendizaje, enseñanza

Title: Effective Presentations in Medicine. The Art of Communication and Transmission: Ten Recommendations

Abstract

To communicate effectively during a lecture or presentation it is necessary to follow simple rules, including the preparation of the conference with the audience in mind and with the definition of a specific message to leave the audience. The public's attention should be quickly captured and all subsequent actions should aim to keep it. The text must be accurate and sizes easily visible, the slides should provide good contrast with solid and simple backgrounds and should avoid excessive animations. At the close of the conference, the conclusions and question session offers the invaluable opportunity to reinforce the desired message.

Key words: Communication, attention, learning, teaching

¹ MD, MSc, FACP. Profesor titular, Departamento de Medicina Interna, Departamento de Epidemiología Clínica y Bioestadística, Facultad de Medicina, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Un congreso, una reunión científica, la presentación de un caso difícil o una interconsulta. Todas son actividades científicas en las que es importante transmitir de manera efectiva un mensaje.

Este es el objetivo principal de una presentación en medicina: la transmisión de un mensaje específico. Si bien, a menudo se asume, erróneamente, que una conferencia es para demostrar conocimientos, o que la presentación de un caso clínico es para mostrar toda la información que se tiene sobre el paciente.

Las habilidades y los conocimientos necesarios para entregar una conferencia exitosa sirven también para las otras formas de comunicación, por lo que en adelante los conceptos se referirán a una conferencia.

La atención del público

En muchos libros sobre el tema se escribe que el público en general está interesado, y que la misión del expositor es mantener dicha atención. Es preferible, sin embargo, pensar que el público, con pocas excepciones, no está particularmente interesado. En general, el asistente a un congreso quiere oír nuevos contenidos y enterarse de los últimos adelantos, pero no está particularmente entusiasmado con el expositor.

La razón para lo anterior es que, por tradición, los expositores tampoco están interesados en el asistente.

Su mente se halla enfocada en mostrar conocimientos o en cumplir con hacer una presentación, pero no lo está en llegar al público y entregar un mensaje preciso.

Los primeros aspectos para tener en cuenta en la programación de una conferencia son la captura y el mantenimiento de la atención de los asistentes. Así como una emisora de radio necesita oyentes para poder entregar su programación, el expositor necesita tener público. Y tener a personas sentadas en frente no significa, claramente, tener una audiencia.

La atención debe ganarse, y nunca está garantizada. En pocos minutos, dos o tres, debe superarse la inercia del público, debe procurarse el acercamiento a él y enfocar su atención. Y luego debe mantenerse ese foco durante la presentación, y aumentarla un poco más al final, para lograr que las conclusiones lleguen.

Recomendación 1

Capture rápidamente la atención de los asistentes

Empiece por las conclusiones

O empiece con una afirmación llamativa, atrevida. La idea es que el inicio de la presentación sea suficiente para capturar la atención. Ni presentarse, ni agradecerles a los organizadores (algo que debe hacerse en privado, no desde el podio) ni contar que ya se probó la comida local son aspectos interesantes, que concentren la atención.

El comienzo de la presentación, una parte fundamental en la concentración de la atención del público, debe ser la última parte en la preparación de la conferencia, para evitar los habituales balbuceos, o frases fijas y vacías, que son tan comunes. Una vez termine de preparar su presentación, dedíquele un tiempo específico y suficiente a la preparación del mensaje inicial.

Una buena opción es empezar por las conclusiones, que no solo llamarán la atención de inmediato, sino permitirán hacer más énfasis en el mensaje que se va a transmitir.

Si se tiene en mente que el tiempo para capturar al público es muy corto, ese buen inicio se vuelve fundamental.

Algunos aspectos ayudan a que la atención se pueda capturar rápidamente:

- Conocer de antemano el entorno y el camino al podio, y estar listo para acudir con prontitud ante la llamada cuando sea presentado.
- Tener lista la presentación. Si se va a utilizar un computador portátil, debe estar encendido, con la presentación ya seleccionada, y debe haberse probado previamente que la conexión funciona.
- No gastar tiempo en saludos (esto debe hacerse más adelante, no al inicio), ni en agradecer la invitación ni en felicitar a los organizadores.

Recomendación 2

Tenga preparado un comienzo sólido

Organice en secciones su presentación

Desde la preparación, divida en secciones su presentación: eso le permitirá una mayor organización y énfasis en diferentes aspectos. Así mismo, podrá ir entregando conclusiones parciales o resúmenes parciales, como un refuerzo de su mensaje global.

En la organización y la planeación de su conferencia hay aspectos que deben definirse de manera precisa:

- Cuál es el mensaje final que usted quiere se lleven a casa los asistentes.
- Quiénes son sus oyentes. No es lo mismo presentarse ante médicos generales que ante especialistas, o ante un auditorio mixto, con enfermeras, médicos y auditores.
- Cuál es el propósito principal de la presentación. No es lo mismo presentar para enseñar que hacerlo para controvertir, o para convencer. Cada uno de dichos propósitos requiere estrategias precisas y enfocadas.

Divida su presentación en secciones, e identifiquelas con cortinas o diapositivas de título. De esta manera, con una diapositiva que tenga solamente la palabra Justificación

usted orientará al público en relación con el tema inmediatamente siguiente. Así mismo proceda con Metodología, Resultados, Conclusiones; o con Diagnóstico, Tratamiento, etc.

Recuerde que las diapositivas en PowerPoint son gratuitas. Y la antigua recomendación de tener “una diapositiva por minuto” obedecía a razones más económicas que metodológicas. Una diapositiva cortina, que inicia una sección de la presentación, podría ser vista solo por dos o tres segundos, pero puede ayudar muchísimo a mantener la enfocada atención.

Si en medio de la preparación del material audiovisual usted nota que va a durar mucho tiempo en la misma diapositiva, probablemente se justificará partir en dos o en tres esa información; en parte, para garantizar que el apoyo visual es ágil, y en parte, para que no se pierda la atención. Un discurso con una diapositiva de fondo que no tenga que ver con el tema tratado es una invitación a la distracción.

Recomendación 3

Recuerde que las diapositivas en PowerPoint son gratuitas

Haga que sus recursos visuales sean precisos

Casi siempre, una presentación podrá beneficiarse del uso de materiales de apoyo visual o auditivo. Sea que se trate de presentaciones de casos clínicos, de la presentación

de un trabajo de investigación, de una clase o de una exposición teórica, tener apoyo visual mejorará las posibilidades de impactar. Recuerde que una imagen vale más que mil palabras.

Busque que la presentación sea un soporte para su mensaje. Si usa texto, recurra a frases cortas, concisas. No escriba texto para leer; en vez de eso, busque que cada frase resuma sus conceptos. En lo posible, utilice la regla del seis: no más de seis líneas por diapositiva, no más de seis palabras por línea.

Evite la información innecesaria en la diapositiva, y presente solo lo que el lector podrá leer durante el tiempo que usted dejará visible la diapositiva. No desperdicie espacio repitiendo en cada diapositiva el título de la conferencia, o el nombre del congreso, o de la asociación a la cual usted representa. Decía Antoine de Saint-Exupéry que la perfección no se obtiene cuando ya no hay más que agregar, sino cuando ya no hay más que quitar.

Revise sus diapositivas y busque que haya precisión, y que solamente esté cuanto sea indispensable. Y busque que las frases sean cortas y precisas, y haya pocas viñetas. Estas son útiles, pero no debería haber más de seis en una diapositiva.

Recomendación 4

En lo posible, utilice la regla del seis: no más de seis líneas por diapositiva, no más de seis palabras por línea

Evite distracciones innecesarias: límite los efectos en transiciones

Si bien PowerPoint y Keynote, los dos principales programas para hacer presentaciones, ofrecen muchas opciones para transiciones entre diapositivas, con efectos realmente llamativos, estas pueden convertirse en fuente de distracciones.

Los efectos de transición deben ser utilizados cuando apoyan el énfasis que quiere darse a algún elemento: Una imagen en una diapositiva, que cambia de posición en la diapositiva siguiente como explicación de un mecanismo fisiopatológico puede ser un recurso poderoso.

Pero, por el contrario, el paso de diapositivas utilizando rotación de la diapositiva, saltos, cuadros que desaparecen, fusión de imágenes o cualquier otra animación pueden ser más una distracción que un apoyo.

En algunos casos, se acompañan las transiciones con sonidos. Casi nunca habrá justificación para un sonido no relacionado con la presentación. Los ruidos cardíacos, un soplo o cualquier otro sonido relacionado con la presentación pueden ser un apoyo necesario para el mensaje, pero se los debe dosificar. Y cualquier otro sonido no relacionado con el tema debe ser evitado, por su efecto dispersor de la atención.

Recomendación 5

*En lo posible,
no utilice transiciones*

Mantenga la atención en el aspecto que usted está tratando

El comportamiento del público frente a una diapositiva es claramente diverso. Algunos siguen exactamente lo que usted menciona, en la viñeta a la que usted se refiere. Pero otros se adelantan y leen todo el texto de la diapositiva, mientras usted aún está en la primera frase. Otros copian el contenido, otros van más adelante...

Así que si usted quiere mantener la atención unificada, la mejor opción es utilizar una animación simple de texto, conocida como “Aparición”, la cual consiste en la salida sin efectos de animación de cada frase. No hay arrastre, ni disolución de entrada o salida ni barras. Simple aparición de frases, que no distrae, pero permite mantener enfocada la atención de los oyentes.

Use moderadamente la animación de texto, y prefiera la simple aparición de las frases por sobre las animaciones complejas, que solamente deben usarse en casos especiales, cuando se requiera un recurso dramático. Estos efectos, sin embargo, no deben pasar de dos o tres en una conferencia.

Utilice el suspenso a menudo: Si hay un dato al final de una diapositiva, el cual usted quiere enfatizar, pero para el que quiere preparar el terreno, evite presentar la diapositiva completa. Entregue poco a poco la información, con el fin de mantener al público en sintonía. La aparición

frase a frase, cuando son pocas frases, permite centrar a la audiencia.

Sin embargo, si hay muchas líneas en la diapositiva, ello puede convertirse en un mal recurso, pues la audiencia puede sentirse abrumada por una única diapositiva donde, aparentemente, usted empleará mucho tiempo. Use pocas líneas de texto.

Recomendación 6

Use moderadamente la animación de texto, y prefiera la simple aparición de las frases por sobre las animaciones complejas

Procure usar pocos colores y tener contraste claro entre el fondo y la letra

Prepare sus diapositivas pensando en que el mensaje sea claramente visible, en condiciones diversas. Los auditorios pueden ser muy grandes, o no tener desnivel, y ello dificulta la visión completa a quienes están atrás; también pueden estar muy iluminados o en la oscuridad completa. Prepare cada diapositiva con la mejor combinación que le garante visibilidad. Con tal fin, tenga en cuenta estas recomendaciones:

- Utilice fondos de colores sólidos; idealmente, blanco, negro o azul oscuro.
- Prefiera degradados, si los va a usar, que tengan poco contraste entre lo claro y lo oscuro. Recuerde que la parte más os-

cura ofrecerá mejor contraste que la clara.

- Evite los fondos con animación, pues desvían la atención.
- Prefiera utilizar pocas fuentes o tipos de letra. Idealmente, una sola fuente en el texto principal, y otra, para los títulos en las cortinas.
- Utilice tamaños de fuentes que favorezcan la lectura aun en telones pequeños o en auditorios muy grandes. En general, prefiera, como mínimo, tamaños superiores a 24 puntos para el texto principal, y 28, para los títulos.
- Si usa fondo blanco, el texto debe tener claro contraste: Use letras en negro, azul oscuro o vino tinto. Si usa fondo oscuro, use letras blancas o amarillas.
- Evite los fondos de colores claros (celeste, verde claro), que disminuyen la opción de contraste.
- Evite siempre el color rojo: Se ve muy bien en la pantalla del computador, pero proyecta muy mal si no hay un buen nivel de oscuridad en el auditorio, o si el proyector no tiene una muy buena luminosidad.

Recomendación 7

El contraste ideal lo dan las letras oscuras (negro o vino tinto) sobre fondo claro, o las letras claras (blanco y amarillo) sobre fondo negro o muy oscuro

Siempre que sea posible, utilice gráficas, imágenes y videos

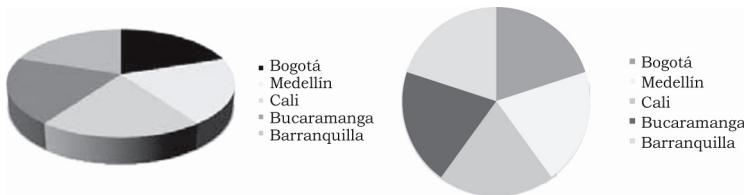
Si bien se dice que una imagen vale más que mil palabras, y esto es cierto en la mayoría de oportunidades, debe buscarse el recurso que mejor apoye el mensaje que se transmite. Un texto en viñetas, por ejemplo, es perfecto cuando se trata de explicar los componentes principales de un concepto. Pero para mostrar una relación numérica, las gráficas son superiores en su capacidad para llegar de manera rápida y efectiva. Tenga en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Use texto cuando se trate de componentes de un todo, donde el número no sea alto.
- Use gráfico de torta (en inglés, pie) cuando quiera representar pocos componentes que sean mutuamente excluyentes, como distribuciones por sexo, por etnia, por grupos etarios...
- Use gráficos de barras si quiere hacer comparaciones entre diferentes grupos, como complicaciones entre dos o más intervenciones que se comparan, o la

frecuencia de un dato en varias poblaciones, o la mortalidad según estadio de hipertensión.

- Use gráficos de línea cuando quiera mostrar cambios en una variable en el tiempo.
- Señale con claridad los ejes o los componentes de los elementos gráficos.
- Evite sobrecargar con datos. Idealmente, el elemento gráfico debe ser suficiente, y en la mayoría de los casos no es necesario agregar valores numéricos.
- No utilice perspectiva en los gráficos: esta agrega una tercera dimensión que no existe en los datos y puede dificultar la interpretación. La figura 1 muestra cómo la perspectiva distorsiona los datos y hace aparecer un componente como significativamente mayor que otro. Los dos gráficos muestran los mismos datos; uno, con perspectiva y donde parece que la frecuencia en Cali es claramente mayor que en las otras ciudades. La gráfica sin perspectiva muestra que las frecuencias son iguales para las cinco ciudades.

Figura 1. Distorsión introducida por la perspectiva



Recomendación 8

Siempre que sea posible, utilice gráficas, imágenes y videos

Ofrezca conclusiones sólidas, como refuerzo del mensaje principal

El objetivo principal de una presentación debe siempre estar claro, y la organización y la entrega del tema deben buscar el refuerzo del mensaje. Hacer resúmenes parciales durante la presentación ayuda a fijar los conceptos, pero la sección de conclusiones tiene la mejor opción, pues permite entregar el mensaje resumido, ya sustentado, y como lo último que oye el asistente.

Las conclusiones deben prepararse cuidadosamente, y deben seguirse las siguientes recomendaciones:

- Busque que sean pocas y enunciadas de forma muy clara.
- Organícelas de la menos importante a la más importante, para que esta sea la última y la que más posibilidad tiene de permanecer en la mente del oyente.
- Cambie la entonación al formular las conclusiones, hable con más lentitud y mayor énfasis; deje espacio entre cada una.
- No entregue material nuevo con las conclusiones, a menos que sea un dato muy preciso, corto y de enorme impacto. Evite, si lo olvidó durante la conferencia, o si acaba de recordarlos, men-
- cionar datos nuevos a propósito de una conclusión.
- Respete el tiempo de las conclusiones. Es su resumen, es su manera de dar un nuevo énfasis al mensaje principal.
- Si nota, o le avisan, que se le está terminando el tiempo, no se apresure a presentar el material que le falta, ni pase rápidamente las diapositivas. Eso no tiene utilidad, y refuerza el concepto de que usted no estaba preparado en cuanto al tiempo de su presentación, el cual debe ser respetado.
- Si le avisan que se le termina el tiempo, salte directamente a las conclusiones y deles énfasis. Si utiliza PowerPoint, al escribir un número en el portátil y presionar Enter la presentación irá a la diapositiva del número escrito. Si usted escribe un número alto, como 99, y la presentación no tiene tantas diapositivas, irá a la última diapositiva. De esta manera, usted tan solo debe devolverse dos o tres diapositivas para entregar sus conclusiones.
- Utilice, en lo posible, el Modo de Presentador (siempre presente en Office y en Keynote para Apple; puede activarse en Office para Windows), donde usted podrá ver en la pantalla del portátil la diapositiva que se está proyectando, la diapositiva siguiente, un reloj con la hora, un cronómetro con el tiempo de conferencia, el número de diapo-

sitiva presentado y el número total de diapositivas (por ejemplo, 14/45) y una imagen pequeña de todas las diapositivas, con la opción de escoger cualquiera de ellas, sin que el auditorio se percate de que ha habido saltos. Así, usted podrá ir de la diapositiva 40, por ejemplo, a la 44, donde usted sabe que está la cortina de "Conclusiones", sin que el público lo note.

Recomendación 9

Haga que sus conclusiones sean sólidas y refuercen el mensaje principal

Planee el tiempo para las preguntas

Las preguntas al final de la conferencia, o, si la organización y el tiempo lo permiten, durante la presentación, son un medio para interactuar con el público, para clarificar conceptos, para escuchar inquietudes, y, principalmente, para reforzar su mensaje.

Planee el tiempo para las preguntas y deles importancia. Siga las siguientes recomendaciones:

- Ofrezca la opción de preguntas, comentarios u opiniones. A veces, el asistente quiere hacer algún comentario y se inhibe si se piden solo preguntas.
- Esté preparado para hacer usted mismo algunas preguntas. Si nadie empieza con pregun-

tas, dado que es difícil, a veces, romper el hielo, usted puede mencionar que hay un aspecto el cual se le pregunta muy a menudo, y luego de formular la pregunta respóndala brevemente. Ello permite reforzar su mensaje, y puede estimular otras preguntas.

- Pida a un colega o a un amigo que haga alguna pregunta. Antes de la presentación usted puede indagar sobre alguna inquietud de un colega y, si está presente, pedirle que haga la pregunta, como inicio de la sesión.
- Mire con atención, todo el tiempo, a quien hace la pregunta. Inicie la respuesta manteniendo contacto visual con quien la hizo, por un breve espacio de tiempo (un minuto, por ejemplo), pero luego extienda su atención a todo el auditorio. Esto le permitirá mantenerlos interesados, y, a su vez, evitar que se establezca un diálogo solo con quien hizo la pregunta.
- Responda con sinceridad; reconozca cuando no tiene la información, no dé respuestas confusas ni dé rodeos.

Recomendación 10

Planee un tiempo para las preguntas

Bibliografía recomendada

Alley M. *The craft of scientific presentations: critical steps to succeed and critical*

- errors to avoid. New York: Springer Verlag; 2003.
- Duarte N. Slide:ology: the art and science of creating great presentations. Toronto: O'Reilly Media; 2008.
- Koegel TJ. The exceptional presenter. Austin, Tx: Greenleaf Book Group Press; 2007.
- Mills H. Power points: how to design and deliver presentations that sizzle and sell. New York: AMACOM American Management Association; 2007.
- Niemandsverdriet JW.) How to give successful oral and poster presentations. Eindhoven: Schuit Institute of Catalystis; 2011.

Conflictos de interés: El autor manifiesta que no tiene conflictos de interés en este artículo.

*Recibido para evaluación: 16 de julio de 2012
Aceptado para publicación: 27 de julio de 2012*

Correspondencia

Álvaro J. Ruiz Morales

Departamento de Epidemiología Clínica y Bioestadística
Hospital Universitario San Ignacio
Carrera 7^a No. 40-62 Piso 2
Bogotá, Colombia
aruiz@javeriana.edu.co