



PRESENTACIONES EN CONGRESOS

LA COMUNICACIÓN ORAL

HABILIDADES PARA LOGRAR LA EXCELENCIA

Dra. Marta Pulido
Editora médica, Barcelona





© Saned 2020

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de esta publicación podrá ser reproducida, almacenada, o transmitida en cualquier forma ni por cualquier procedimiento electrónico, mecánico, de fotocopia, de registro o de otro tipo sin el permiso de los Editores.

Sanidad y Ediciones, S.L.

gruposaned@gruposaned.com

Poeta Joan Maragall, 60, 1ª. Planta. 28020 Madrid.

Tel.: 91 749 95 00 - Fax: 91 749 95 01

Carrer Frederic Mompou, 4A, 2º, 2ª. 08960 Sant Just Desvern. Barcelona.

Tel.: 93 320 93 30 - Fax: 93 473 75 41



ÍNDICE

Introducción	4
Hablar en público es difícil	4
Prepararse para hablar	6
Conocer al auditorio	7
Ceñirse al tiempo asignado	7
Definir el mensaje y estructurar el contenido	8
El método para impartir la charla	9
La voz, el lenguaje no verbal y el poder de la imagen	9
Ensayar y llegar con antelación para conocer el lugar ...	11
El turno de las preguntas	12
Escenarios con ejercicios de autoevaluación	15
Soluciones a los escenarios	18



Introducción

¿Quién no ha tenido la boca seca, el pulso acelerado, las manos temblorosas y ha sentido miedo escénico antes de hablar en público? De hecho, presentar una comunicación oral en un congreso científico de cualquier ámbito (p.ej. anticoncepción, osteoporosis), especialmente si se trata de intervenir frente a muchas personas y, además, en inglés, crea un cierto temor e impone respeto incluso al orador más experimentado. Es cierto que ni la costumbre, las tablas, la erudición o las habilidades personales pueden librar al conferenciante de estar nervioso antes de empezar.

¿Cómo es posible que especialistas eminentes, expertos y líderes de opinión sean tan descuidados y torpes a la hora de impartir una conferencia? ¿Cómo es posible que se repitan una y otra vez los mismos errores: sobrepasar el tiempo asignado, charlas largas y aburridas, diapositivas colapsadas de texto, infinidad de datos, información compleja imposible de digerir o de recordar...? Por otra parte, si la medicina depende estrechamente de una comunicación efectiva entre el médico y el paciente, ¿por qué no se enseñan las aptitudes y habilidades comunicativas? En el marco de unos estudios de pregrado y posgrado altamente polarizados al contenido científico de las materias y a la complejidad de las mismas, parece que no queda espacio para la educación en otras competencias.

El éxito, la seguridad, el recuerdo memorable, la distinción, la eficacia y el aplomo no son frutos de la casualidad, ni de las condiciones particulares del conferenciante, sino sencillamente son el resultado del aprendizaje, la formación y la puesta en práctica repetida.

Mensaje: antes de empezar

- ◆ Querer mejorar.
- ◆ Querer aprender.
- ◆ Tener disposición.
- ◆ Fijarse en cómo lo hacen los demás: para bien y para mal.
- ◆ Cada charla es única e irrepetible.
- ◆ Cada charla sirve para progresar.

Hablar en público es difícil

Comunicar es poner algo en común, compartir con otros profesionales la información que poseemos a través del mensaje, compuesto por señales verbales, visuales y



no verbales. Es crucial que la información transmitida se corresponda exactamente con el mensaje que recibe nuestro interlocutor, a fin de que no haya interferencias en las interpretaciones. Sin embargo, no todos los oyentes están dispuestos a prestar el 100% de su atención al conferenciante. Además, hay que contar con barreras internas y externas que probablemente entorpecen el resultado de la comunicación. Cada cual tiene sus propias preocupaciones, el auditorio está cansado, hace frío, hace calor, los asientos son incómodos, no se oye bien al ponente, hay ruido, hay demasiadas diapositivas o no se leen bien o se pasan demasiado deprisa, el tema tiene poco interés, el comunicador carece de entusiasmo, etc. Por otra parte, el mensaje se percibe e interpreta individualmente según el conocimiento, la experiencia, los sesgos personales o los valores propios de cada persona.

Mensaje: siempre hay barreras que dificultan la comunicación

- ◆ Opiniones/actitudes/preocupaciones/interés del oyente.
- ◆ Escasa motivación, actos a los que se acude por compromiso.
- ◆ Cansancio (densidad del programa).
- ◆ Entorno desfavorable (sala, equipos audiovisuales).

Aun siendo un orador brillante y un gran comunicador, nunca gustarás a todo el mundo por igual.

A diferencia de la comunicación escrita (p.ej. artículos sobre temas específicos publicados en revistas especializadas), donde no existen limitaciones de tiempo a la hora de elaborar y redactar un texto, el conferenciante dispone de una franja horaria restringida, y en estos pocos minutos debe combinar un sinnúmero de habilidades: acertar en la cantidad y calidad del mensaje, utilizar correctamente los medios audiovisuales, sacar partido de la voz, cuidar la imagen y el lenguaje corporal, vencer el miedo escénico, contestar con educación, mostrar cordialidad, simpatía, educación y respeto, dominar el entorno y, finalmente, ser capaz de interesar, entretener, persuadir y vender. Ciertamente, la combinación de estas habilidades requiere gran destreza y ello no es una tarea fácil. **Quien a través de sus palabras despierta el interés y estimula el pensamiento individual se comunica con éxito con su público.**

A diferencia del médico escritor, que puede cambiar su manuscrito tantas veces como quiera, pero que depende solo de las palabras y no percibe las reacciones de su lector, el orador ve a sus oyentes, puede modificar el contenido y el ritmo de la conferencia y dispone del lenguaje no verbal y de la comunicación emocional, dos armas poderosísimas e infalibles para captar la atención, mantener el interés y meterse al público en el bolsillo. Hay que tener presente que el público no es hostil; al contrario, es generoso y amigable. Está de nuestra parte, quiere nuestro triunfo,



que lo hagamos bien, y será simpático y benévolo con muchos tropiezos que no tienen importancia. Disculpará el nerviosismo inicial (sobre todo si lo reconocemos), la voz entrecortada, el temblor del puntero, la inseguridad y muchos otros rasgos del conferenciante, siempre y cuando desde el primer instante y a lo largo de la presentación quede claro que la preparación de la conferencia ha sido impecable; es decir, que se ha puesto toda la energía, el empeño, las ganas y los conocimientos para preparar la presentación de la mejor manera que se ha sabido hacer.

Prepararse para hablar

La preparación de la conferencia es la clave del éxito. Descuidar la preparación puede ser sinónimo de fracaso, especialmente cuando surgen los imprevistos (hay que contar que siempre aparecerán). El fracaso todavía es más notorio cuando el conferenciante es un científico de reconocido prestigio, un líder de opinión y alguien respetado por su categoría científica. Es frecuente que los expertos desestimen la importancia de la etapa preparatoria, confíen en su pericia y habilidad adquiridas con el paso de los años, en las numerosas ocasiones que han hablado en público y en sus conocimientos científicos sobre un tema determinado. Pero ninguna de estas circunstancias asegura el éxito de una charla en concreto. Al contrario, cuanto más notoriedad personal, académica, investigadora o científica se tenga, más humildad y disposición son necesarias para dedicar el esfuerzo y el tiempo suficiente a la organización, planificación y elaboración de la conferencia.

Mensaje: preparar, preparar y preparar

- ◆ Considera tu próxima conferencia como si fuera la primera y la más importante de tu carrera.
- ◆ Tus oyentes son únicos y merecen lo mejor de ti.
- ◆ Tus éxitos en conferencias anteriores no valen, te juzgarán por cómo lo haces ahora.
- ◆ Una buena preparación te dará seguridad y podrás dar lo mejor de ti mismo.
- ◆ No olvides que si “algo puede fallar, fallará”.
- ◆ Solo quien se prepara al máximo sale airoso de cualquier contratiempo.
- ◆ A los pocos segundos de empezar, tus oyentes sabrán enseguida cómo de bien lo has preparado.

A la hora de empezar, conviene considerar dos preguntas: ¿a quién debo hablar? y ¿de cuánto tiempo dispongo?



Conocer al auditorio

Pocas veces los ponentes consideran la primera obviedad: públicos diferentes requieren distintos enfoques de un mismo tema, es decir, el contenido debe adaptarse al nivel de conocimientos científicos que supuestamente posee la mayoría de los asistentes. No es igual presentar, por ejemplo, los datos de una revisión de la variación de los factores de riesgo cardiovascular (p.ej. tabaco) en usuarias de anticoncepción hormonal en una sesión del hospital, que formar parte de un grupo de expertos en un congreso nacional o en una mesa redonda en un congreso internacional en inglés. Frente a médicos residentes es posible que hagan falta unas dispositivas introductorias con información sobre los mecanismos fisiopatológicos de la sinergia entre el tabaco y los anticonceptivos orales, mientras que estos datos serán redundantes para especialistas. Un colectivo muy especializado entenderá acrónimos y tecnicismos, mientras que otro tipo de oyentes requerirá términos sencillos y un lenguaje más simple. Un enfoque especializado para un público general es ineficaz porque no se puede seguir el hilo del tema. Por el contrario, las generalidades no aportan nada nuevo a profesionales cualificados. En ambos casos, el interés decae y el público se aburre. Además, es importante conocer el entorno sociocultural del público porque puede ayudar a poner ejemplos o citar analogías que resultan próximas, así como a evitar alusiones improcedentes que pueden recibirse como una ofensa.

Ceñirse al tiempo asignado

La segunda obviedad es ajustar la comunicación al tiempo disponible, procurando no apurar hasta el último minuto. Excederse del tiempo asignado denota una preparación defectuosa, supone una descortesía para el público, especialmente para el próximo ponente, y es la forma más fácil de arruinar una conferencia brillante.

Mensaje: público y reloj

- ◆ Adapta tu comunicación al interés y conocimientos de los asistentes.
- ◆ Cuidado con ejemplos o bromas (entorno sociocultural).
- ◆ Cíñete escrupulosamente al tiempo asignado.
- ◆ No utilices ni un minuto más.
- ◆ Este minuto de más es del siguiente conferenciante.
- ◆ “Lo bueno, si es breve, dos veces bueno”.
- ◆ “Menos es más”.



Definir el mensaje y estructurar el contenido

Hay que priorizar el mensaje, sobre todo en comunicaciones cortas (de 5 a 10 minutos). Es posible que los oyentes lleguen a conclusiones equivocadas o no capten la esencia del estudio como consecuencia de la falta de definición del objetivo, es decir, aquello que por encima de todo quiero transmitir y quiero que los asistentes recuerden o, más aún, si es relevante para la práctica clínica. Muchas presentaciones se pierden en un mar de cifras, datos y resultados secundarios que serían adecuados para la publicación del artículo, pero sobran en la presentación oral y, además, ofuscan la claridad y la importancia del resultado principal. Habitualmente la estructura se divide en: a) introducción, con objetivos del estudio (5-10% del contenido), b) cuerpo central: metodología y resultados (70- 75% del contenido), y c) cierre y conclusiones (15% del contenido).

La apertura es como una invitación al público para que preste atención a nuestra comunicación; es decir, persigue despertar la curiosidad y conseguir un tono positivo inicial que establezca una situación de empatía con los asistentes. La introducción debe ser breve y directa. Es útil establecer el tema que se va a tratar e indicar su importancia para, seguidamente si se quiere, hacer un resumen o esquema de la presentación.

El desarrollo o núcleo central de la exposición es la parte principal. En una analogía con el artículo original, contendría las secciones de Métodos y Resultados (la parte más relevante). Conviene presentar los datos importantes, de forma clara, precisa y fácil de entender. Es clave que se destaque y se insista en el resultado principal, es decir, aquel que una vez interpretado sustente una conclusión. Es aconsejable que la discusión del significado y el alcance de los hallazgos, así como sus aspectos comparativos con otros estudios, se reserven para el turno de ruegos y preguntas.

El cierre o final es un momento estratégico y la última oportunidad para poder influir en los oyentes. En su memoria perdurarán solamente unos pocos conceptos o datos presentados en la conferencia, pero los últimos son los más fáciles de recordar. Si se quiere terminar con los agradecimientos, es importante hacer una pausa y dejar unos segundos de silencio para que el pensamiento de los oyentes deje de estar centrado en la comunicación. El recuerdo principal debe ser la cuestión científica, no el calor y el énfasis dedicado a dar las gracias a los organizadores, patrocinadores o la amable atención de los asistentes.

Mensaje: diez secretos para una buena preparación

1. El interés de los oyentes es menor que el tuyo.
2. La capacidad de comprensión de los asistentes es limitada.
3. La retentiva de los asistentes es casi nula.
4. Se presupone que los oyentes estarán cansados.
5. No sobrecargues el contenido por miedo a parecer ignorante.
6. Sé selectivo y presenta solo la información importante.
7. Las conclusiones y los objetivos deben casar.
8. Utiliza el final para ser concluyente, animar y convencer.
9. Presenta la información de forma lógica y escalonada.
10. Si usas datos de otros autores, incluye la referencia bibliográfica exacta.

El método para impartir la charla

Prácticamente todas las comunicaciones orales se conciben para la puesta en escena de la dualidad “escuchar-leer”, de modo que las palabras del conferenciante se refuerzan mediante la proyección de textos e imágenes en la pantalla. Las ideas y los datos se presentan por escrito en las dispositivas (sirve de “chuleta”) y se exponen con espontaneidad. Esta supuesta espontaneidad que parece natural es en realidad una forma de memorización planificada, basada en una preparación meticulosa y en el ensayo previo. La presentación leída es un error: impide la movilidad del ponente, limita el lenguaje no verbal, las energías se concentran en “leer bien” e irremediablemente se pierde el contacto con los asistentes. Es aconsejable tener el texto o notas escritas como red de seguridad. Si hay que hablar en inglés y no se domina lo suficiente, es mejor leer.

La voz, el lenguaje no verbal y el poder de la imagen

Las palabras participan en un 10-15% en la emisión del mensaje, la voz en un 30-40% y el lenguaje no verbal (actitud del orador y conjunto de mirada, gestos y posturas) en un 45-60%. Pocos médicos son conscientes de cómo y cuánto transmiten la voz y el cuerpo. Al hablar en público, el conferenciante debe proyectar la voz por encima de las cabezas de sus oyentes hacia el fondo de la sala, vocalizar, subir el tono y añadir variedad en los registros y cambios en la velocidad y el ritmo para destacar los aspectos relevantes. Los latiguillos o muletillas son casi inevitables y se van corrigiendo con los ensayos y la práctica. Si se habla sin micrófono, aunque la sala sea



relativamente pequeña, hay que tener la impresión de que se grita un poco. Procurar tener un micrófono, siempre que sea posible. Con respecto a la velocidad, conviene hablar despacio. Muchos asistentes dejan de prestar atención sencillamente porque no oyen bien al conferenciante, por su falta de expresividad declamatoria o por su voz débil y tono monocorde.

Mensaje: la voz

- ◆ Recuerda proyectar la voz hacia el final de la sala.
- ◆ No confundas la informalidad de una charla con el uso de un lenguaje vulgar.
- ◆ Ten la impresión de que hablas despacio, te entenderán y seguirán mejor.
- ◆ Solo corregirás las muletillas (“ehh”, “vale”...) si ensayas en voz alta.
- ◆ Cambia el ritmo y la intensidad para hacer énfasis.

La actitud y expresión del conferenciante a través del lenguaje corporal constituyen una parte muy importante del mensaje que reciben los asistentes. Es curiosa la habilidad innata que todos tenemos para percibir y descifrar señales y signos no verbales, así como para retener pequeños detalles. Por ejemplo, si la gente está sentada o inclinada hacia atrás, con la barbilla baja o la mirada distraída, el médico perceptivo sabrá que lo que está diciendo no llega al público de la forma correcta. Se dará cuenta de que debe ganar la atención: subir el tono de la voz, hacer una pausa o moverse de sitio.

Asimismo, la mirada, la sonrisa, los gestos de las manos y de los brazos, la postura y posición del conferenciante contribuyen en gran medida a enriquecer o empobrecer la comunicación. La mirada transmite emoción y es un arma muy poderosa para mantener el interés. Por ello, es conveniente aprender a mirar con sencillez y franqueza a los asistentes de forma individual si el número lo permite. Cuando hay muchos asistentes o la sala es grande, se recomienda mirar alternativamente de derecha a izquierda y de delante hacia atrás para incluir en este barrido al mayor número de oyentes posible. La sonrisa denota una emoción positiva, relaja a quien la esboza y a quien la recibe, por lo tanto hay que aprender a utilizarla de forma natural. Es importante no ocultar las manos, gesticular con espontaneidad, evitar ser dogmáticos o agresivos (p. ej., el índice que señala) y posturas barrera o defensivas (p. ej., manos cruzadas delante del pecho). Si bien hay que actuar de acuerdo con la personalidad de cada uno, el lenguaje gestual de cada persona se puede mejorar y educar para sacar el máximo provecho y que se convierta en un aliado. Por último, el estilo de cada persona, incluidos la imagen y el modo de vestir, también compone un sistema no verbal de comunicación. Como forma de lenguaje, la ropa y la imagen tienen una amplia gama de fórmulas para poner de manifiesto quiénes somos, dónde estamos y cuáles son nuestras actitudes, opiniones y emociones. La imagen remite al poderoso mundo de los símbolos y estos a la tipificación de quien los lleva.



Mensaje: “el cuerpo también habla”

- ◆ No ocultes las manos, gesticula con espontaneidad.
- ◆ Evita brazos inmóviles, pegados al cuerpo.
- ◆ Procura mirar a los asistentes.
- ◆ Es aconsejable que te muevas un poco si la sala lo permite.
- ◆ No andes de un lado a otro sin parar.
- ◆ No juegues con objetos en las manos (bolígrafo).
- ◆ La imagen que proyectas lo dice “todo” de ti.
- ◆ Busca la discreción y el equilibrio.
- ◆ Viste de acuerdo con la formalidad del acto.
- ◆ Escoge la ropa con la cual te sientas cómodo.
- ◆ Evita colores chillones y accesorios llamativos (pendientes, collares, tono/dibujo de la corbata o de la camisa).

Ensayar y llegar con antelación para conocer el lugar

Para que todo vaya bien es preciso ensayar. Una buena preparación debe incluir practicar la oratoria y exponer la comunicación en solitario tantas veces como sea necesario hasta que casi se haya aprendido de memoria y se presente de cabo a rabo con fluidez. Idealmente, uno de los ensayos finales debe hacerse en presencia de los compañeros de servicio o departamento. Los ensayos sirven para adquirir confianza y seguridad, pero también son imprescindibles para mejorar puntos oscuros de la conferencia, reducir o cambiar diapositivas, comprobar que se cumple con el tiempo asignado y prever o reflexionar sobre las preguntas que pueden hacer los asistentes.

El día de la reunión es necesario llegar con puntualidad y disponer de tiempo suficiente para familiarizarse con las características del lugar, comprobar los equipos audiovisuales, el micrófono, el puntero, quién pasará las diapositivas, la disposición de los asientos, el lugar del atril, si hay material para entregar que haya llegado y esté correctamente ordenado y muchos detalles más. Conocer y dominar el entorno contribuye a dar seguridad y tranquiliza.

Unos minutos antes de empezar habrá un cierto nerviosismo. Hay que aceptarlo como algo natural, sucede a todo el mundo, incluso oradores brillantes y experimentados también lo sufren. No pasa nada, y a medida que empezemos irá desapareciendo. Un poco de miedo escénico es una descarga de energía positiva. Respirar hondo, tener pensamientos positivos, confianza en la preparación y en que lo haremos bien. Es el momento, estamos listos para empezar.



El turno de las preguntas

En este momento, el conferenciante debe estar preparado para hacer frente a lo imprevisto, encajar y solucionar preguntas difíciles o comprometidas, disponer de datos adicionales para contestar, reconocer los puntos débiles y las limitaciones del estudio o, simplemente, admitir que no se conoce la respuesta. Unos días antes del acto es recomendable hacer una búsqueda bibliográfica para asegurar que no hay ningún estudio publicado acerca del cual pudieran surgir preguntas. Hay que esperar a que el asistente haya formulado la pregunta y si no se entiende, pedir que la reformule. Contestar de forma clara y directa. No enzarzarse en una discusión con quien acaba de preguntar. Evitar responder a la defensiva, con irritación o enfado. A veces, el ponente puede tener la sensación de verse atacado por cuestiones en desacuerdo, pero no hay que dejar que el lenguaje corporal revele desasosiego, hay que seguir mostrándose amable y confiado. Si quien interviene en realidad no pregunta, sino que habla simplemente para indicar a los demás que él o ella también saben del tema, no hay que cometer el error de interrumpir y pedir que concrete la pregunta, porque se brinda una nueva oportunidad para continuar la disquisición. Solo hace falta un “muchas gracias por sus comentarios”. Para terminar, solo hace falta dar las gracias y despedirse con simpatía y cordialidad. Los aplausos vendrán solos..

Mensaje: preguntas de los asistentes

- ◆ Si no hay preguntas:
 - ◆ No insistas.
 - ◆ No te autoformules una pregunta.
 - ◆ No es que lo hayas hecho mal, ni que no haya sido interesante.
 - ◆ Es posible que los oyentes estén cansados.
 - ◆ Es posible que tengan otras cosas que hacer y prisa por marchar.
- ◆ No contestes si no has entendido la pregunta.
- ◆ Si no sabes la respuesta:
 - ◆ Reconócelo con naturalidad.
 - ◆ No te vayas por las ramas.
 - ◆ Pregunta si entre el público hay alguien que lo sepa.
- ◆ Puedes estimular el diálogo pactando alguna pregunta (antes de empezar y con alguien de máxima confianza).
- ◆ Si presides u organizas un acto:
 - ◆ Es obligatorio que al empezar presentes a(los) ponente(s) con su nombre y cargos sin errores y breve apunte de su méritos.
 - ◆ Es imprescindible que al final formules alguna pregunta.
 - ◆ Es preciso que agradezcas la intervención del conferenciante.
 - ◆ Puedes cerrar el acto pidiendo un aplauso.



Cómo lograr una comunicación eficaz

Preparar

- ◆ Recabar información sobre los asistentes.
- ◆ Limitarse al tiempo asignado.
- ◆ Definir el objetivo (mensaje).
- ◆ Estructurar el contenido en calidad y cantidad.
- ◆ El inicio: despertar el interés.
- ◆ El núcleo: información sobre métodos y datos de resultados.
- ◆ El final: las conclusiones claras y específicas, interpretando los hallazgos.
- ◆ Hacer una búsqueda bibliográfica reciente.

Practicar

- ◆ En voz alta.
- ◆ Memorizar y no leer.
- ◆ Pulir los detalles: ser selectivo.
- ◆ Ensayar en solitario y frente a los médicos del servicio o departamento al que se esté adscrito.

Comprobar

- ◆ Antes de salir de casa, que no falte nada (lápiz de memoria con la presentación, apuntes/notas escritas, programa, gafas de recambio, etc.).
- ◆ Tener pensamientos positivos.
- ◆ Elegir el atuendo que nos haga sentir mejor y más cómodos, cuidar la imagen.
- ◆ Llegar con antelación, comprobar las características de la sala.
- ◆ Comprobar que los medios audiovisuales funcionen.
- ◆ Cargar la presentación con tiempo.

Hablar

- ◆ Mostrar entusiasmo.
- ◆ Ser uno mismo.
- ◆ Hablar con espontaneidad.
- ◆ Mirar a los asistentes y usar el lenguaje no verbal.
- ◆ Actuar con confianza.
- ◆ Ser asertivo.

(Continúa en la página siguiente)



Cómo lograr una comunicación eficaz

Responder

- ◆ De forma sencilla, clara y directa.
- ◆ Con educación y sinceridad.
- ◆ Asegurarse de que se ha entendido la pregunta.
- ◆ No discutir.

Dar las gracias y despedirse con cordialidad

¡Importante, no olvidar mencionar las fuentes de financiación y desvelar los conflictos de interés!



Escenarios con ejercicios de autoevaluación

ESCENARIO 1

El médico de la Unidad de Metabolismo Óseo de un hospital universitario tiene que preparar una comunicación oral de 7 minutos de un estudio sobre “el beneficio clínico de un programa piloto para incrementar la actividad física en pacientes en tratamiento contra la osteoporosis”.

¿Cuál de estos enfoques NO es correcto?

- Ha incluido varias diapositivas con datos recientes relacionados con el beneficio del ejercicio físico en la población general de más de 65 años, aunque ello no formaba parte estrictamente del objetivo del trabajo.
- Ha seleccionado los resultados de la variable principal del estudio (disminución del peso corporal y del índice de masa corporal a los 60 días) y solo algunos hallazgos relevantes de las variables secundarias.
- Ha incluido una diapositiva resumiendo los resultados de tres revisiones sistemáticas publicadas en los dos últimos años que apoyan la estrategia de aumentar la actividad física.

ESCENARIO 2

Un especialista en anticoncepción tiene que presentar en una reunión nacional los resultados de un estudio prospectivo de 1 año de duración sobre el uso de anticoncepción de emergencia entre adolescentes de 14 a 17 años. El tiempo asignado es de 10 minutos.

Responder “sí” o “no” a las preguntas siguientes:

- ¿Sería adecuado usar las dispositivas en inglés que ya tenía preparadas de una presentación anterior, suponiendo que la audiencia no tendrá dificultad en entenderlas?
- ¿Sería adecuado complementar la presentación con una revisión de los estudios más relevantes publicados en la literatura?
- ¿Sería adecuado leer el texto de la comunicación?



ESCENARIO 3

Un especialista en metabolismo óseo debe participar en una mesa redonda sobre prevención secundaria de la osteoporosis en pacientes con historia de fracturas, pero en el último momento circunstancias personales le impiden hacerlo. Por ello, pide a un compañero que le sustituya y le proporciona las diapositivas que tenía preparadas.

Responder “sí” o “no” a las siguientes preguntas:

- ¿Se debe comunicar el cambio de ponente a los organizadores?
- ¿Hace falta mandar un *curriculum vitae* del nuevo conferenciante?
- ¿Conviene respetar el número y orden de las diapositivas originales diseñadas por su compañero?

ESCENARIO 4

Un médico adjunto del Servicio de Obstetricia y Ginecología de un hospital universitario tiene que participar como experto en una reunión interna organizada por un laboratorio farmacéutico en la que como ponente, debe presentar datos actualizados del uso de métodos anticonceptivos en la población española de mujeres durante el último año, estratificados por franjas de edad y tipo de método anticonceptivo. Durante esta jornada participarán otros seis expertos. Se tomarán notas de las exposiciones y se preparará un artículo de consenso para publicar en una revista de impacto.

¿Cuál de las siguientes opciones es la más adecuada?

- Presentar la evidencia correspondiente al tema asignado, desglosando los datos estadísticos disponibles.
- Presentar la evidencia correspondiente al tema asignado, desglosando los datos estadísticos disponibles extraídos de fuentes oficiales autorizadas.
- Presentar la evidencia correspondiente al tema asignado, desglosando los datos estadísticos disponibles extraídos de fuentes oficiales autorizadas y citando dichas fuentes en el pie de cada diapositiva.



ESCENARIO 5

Una residente tiene que presentar un caso clínico de una paciente con una gran mejora de su acné facial con anticonceptivos hormonales combinados. Está muy nerviosa porque es la primera vez que hablará en público en un congreso internacional.

¿Qué conviene hacer?

- a. Tener la presentación escrita en inglés.
- b. Comprobar que el inglés de las diapositivas sea correcto.
- c. Aunque ha pensado leer la presentación, se ha grabado varias veces, ha ensayado con su profesora de inglés y ha memorizado prácticamente todo el contenido.



Soluciones a los escenarios

ESCENARIO 1

Solución:

- a. Ha incluido varias diapositivas con datos recientes relacionados con el beneficio del ejercicio físico en la población general de más de 65 años, aunque ello no formaba parte estrictamente del objetivo del trabajo. **Hay que ser selectivo para presentar solamente los aspectos más relevantes del estudio (objetivo, métodos, resultados de la variable principal, conclusiones) en el tiempo permitido de 7 minutos. Esta información complementaria sería adecuada para incluir en el artículo para publicar.**

ESCENARIO 2

Solución:

- a. ¿Sería adecuado usar las diapositivas en inglés que ya tenía preparadas de una presentación anterior, suponiendo que la audiencia no tendrá dificultad en entenderlas? **NO, aunque los asistentes entendieran inglés, la mejor comunicación es utilizar el mismo idioma hablado y escrito.**
- b. ¿Sería adecuado complementar la presentación con una revisión de los estudios más relevantes publicados en la literatura? **NO, probablemente el tiempo de 10 minutos sería únicamente suficiente para presentar los resultados del estudio prospectivo.**
- c. ¿Sería adecuado leer el texto de la comunicación? **NO.**

ESCENARIO 3

Solución:

- a. ¿Se debe comunicar el cambio de ponente a los organizadores? **SÍ, sería lo correcto.**
- b. ¿Hace falta mandar un *curriculum vitae*? **SÍ, para que el moderador pueda presentar al nuevo conferenciante adecuadamente.**
- c. ¿Conviene respetar el número y orden de las diapositivas originales? **NO, el médico que debe presentar la comunicación puede hacer los cambios que crea oportunos, pero es necesario que sean vistos y aprobados por el autor original para no desvirtuar la información.**

ESCENARIO 4**Solución:**

- c. Presentar la evidencia correspondiente al tema asignado, desglosando los datos estadísticos disponibles extraídos de fuentes oficiales y citando dichas fuentes en el pie de cada diapositiva.

ESCENARIO 5**Solución:**

- a. Tener la presentación escrita en inglés. **Sí, es indispensable, por si en el último momento decide leer en vez de fiarse del texto memorizado.**
- b. Comprobar que el inglés de las diapositivas sea correcto. **Sí.**
- c. Aunque ha pensado leer la presentación, se ha grabado varias veces, ha ensayado con su profesora de inglés y ha memorizado prácticamente todo el contenido. **Sí, es la opción ideal, la que le dará mayor seguridad y confianza y la que casi seguro hará que al final leer no sea necesario.**





GEDEON RICHTER

La salud es nuestra misión

