



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

Clase N°2:

Reuniones virtuales y Oratoria Digital

Taller de Habilidades Ejecutivas

Profesor

Enrique San Juan

Clase N°2:

Reuniones virtuales y oratoria digital

1. Introducción

Verse y escucharse a través de una comunicación remota, superando los límites del espacio y de manera instantánea ha sido por mucho tiempo un anhelo recurrente tanto en las novelas como en las películas de ciencia ficción. “2001: una odisea en el espacio”, el largometraje estrenado en 1968, dirigido por Stanley Kubrick, fue uno de los primeros éxitos del cine a escala mundial en el que se mostró el uso de las videoconferencias como sistemas profesionales de comunicación estimulando la imaginación de millones de personas. Concretamente, la escena de la conexión de videollamada entre el protagonista, situado en una estación espacial en órbita, y su hija, en su casa en la Tierra.

Más de 50 años más tarde, en pleno siglo XXI y tras el impulso generado por las medidas de contención y confinamiento de la pandemia del COVID-19, la presencia de las videoconferencias ha pasado rápidamente del plano de la imaginación futurista al de un modelo cotidiano de comunicación digital, adoptado masivamente por miles de empresas y millones de profesionales en todo el planeta.

Sin apenas tiempo para adaptarse a su uso, las empresas se han visto forzadas a adoptar esta tecnología de la noche a la mañana, obligando a sus profesionales a reciclarse con urgencia en la utilización y explotación de este nuevo canal de comunicación. En cuestión de semanas, el conocimiento y la pericia en el manejo de estos sistemas se ha convertido a la vez en un salvavidas empresarial y en un reto profesional de primer orden para poder seguir adelante.

Reuniones virtuales, cursos online y *webinars* son los principales protagonistas de las comunicaciones por Internet hoy en día. Son la suma de protocolos, infraestructuras de telecomunicación y plataformas tecnológicas de servicios de conectividad, pero también el catalizador de nuevos códigos y formas de transmisión de ideas y conocimientos, así como de nuevos procedimientos de comunicación interna y externa en entornos empresariales.

En esta unidad, abordaremos la tecnología, los modelos y las plataformas que protagonizan este cambio y descubriremos qué oportunidades nos pueden aportar las videoconferencias en sus diferentes formatos y las habilidades de comunicación que exigen estos nuevos modelos.

2. Reuniones virtuales y *Webinars*

La eclosión de los PC desde 1980 junto con el establecimiento de Internet como canal mundial de comunicación, a partir de la primera mitad de 1990, sentaron las bases tecnológicas de las videoconferencias como las conocemos hoy en día: un sistema capaz de compartir vídeo, audio, presentaciones, documentos y de unir a personas en reuniones virtuales en tiempo real a través de dispositivos remotos conectados en red.

Las videoconferencias han saltado a la luz pública a raíz de la extensión de la pandemia del COVID-19, desde marzo de 2020, como el instrumento necesario para mantener el contacto a con clientes través de sistemas

de Internet. En tiempos de confinamiento y distanciamiento social, se han constituido como el único recurso verdaderamente seguro para continuar con las reuniones personales y de negocios.

En un mundo acostumbrado a la presencialidad, donde las visitas a clientes implicaban desplazamientos en medios de transporte, viajes con pernoctaciones en hoteles, consumo de dietas y el empleo de gran número de horas para cubrir trayectos y esperas de conexiones, las videoconferencias han llegado para resolver lo esencial, que es la comunicación, con la sencillez e inmediatez de un clic.

Basta un dispositivo (un PC, una tableta, una televisión inteligente o un teléfono celular) equipado con un sistema de audio (micrófono y parlantes), una cámara de vídeo, conexión a Internet (por cable, ADSL, fibra óptica, datos móviles o LAN) y un proveedor de servicio de reuniones o seminarios web para que la magia tenga lugar.

Con estos elementos, cualquier persona o profesional es capaz de reunirse virtualmente con cualquier otra persona en las mismas condiciones, en cualquier parte del globo y en tiempo real. Aunque se les denomine “reuniones virtuales”, la verdad es que son “muy reales”, en directo, y además con la capacidad de compartir vídeo, sonido, documentos, pruebas, dibujos e incluso moderar la participación de diferentes asistentes.

2.1 Proveedores líderes de reuniones virtuales y *webinars*

Uno de los requisitos esenciales para que las reuniones virtuales y los *webinars* se puedan desarrollar en las mejores condiciones dentro del marco de la empresa es la fiabilidad de los proveedores de este tipo de servicios. El proveedor escogido tiene que ser fiable y tecnológicamente robusto para poder recibir, procesar y distribuir la señal multimedia procedente de un emisor (un PC, por ejemplo) hacia decenas, centenares o incluso miles de otros receptores repartidos por todo el globo. La potencia de proceso necesaria para esta tarea no está al abasto de ningún PC, móvil o tablet por sí mismo, se necesita la concurrencia de empresas provistas de servidores, conexiones de alta velocidad y, sobre todo, gran capacidad de proceso.

Existen decenas de proveedores de videoconferencias, pero no todos son iguales. La consultora norteamericana Gartner (antes conocida como Gartner Group), una de las principales referencias a escala mundial en el análisis de soluciones de sistemas de tecnologías de la información. Destaca en sus ya famosos informes denominados “Cuadrantes Mágicos” solo a un puñado de proveedores como los líderes en esta industria. En el apartado de sistemas de reuniones virtuales y *webinars*, Gartner sitúa en el segmento más elevado de este tipo de servicio a Cisco Webex, Zoom, Microsoft Teams y las soluciones GotoMeeting y GotoWebinar de la empresa LogMeIn (antes conocida como Citrix). Veamos las características de cada una de ellas.

- Cisco Webex es la solución de reuniones virtuales y *webinars* de la empresa Cisco, que le da el nombre. Cualquiera que esté relacionado con el sector de las telecomunicaciones y los sistemas de redes profesionales habrá oído hablar de Cisco como una de las empresas más robustas y fiables desde el punto de vista tecnológico en la transmisión de datos. Por tanto, Webex goza de todas las garantías que emanan de Cisco, siendo capaz de dar cobertura desde reuniones virtuales de negocios hasta eventos masivos de hasta 40.000 participantes. Como producto, Cisco Webex dispone de diferentes tipos de cuentas que cubren las necesidades de profesionales, pequeñas y medianas empresas y grandes corporaciones.

- Zoom, por su parte, destaca también por ser una de las plataformas más robustas desde el punto de vista de calidad y tecnología, a la vez que dispone de soluciones muy intuitivas para la realización de reuniones y *webinars*. Esta sencillez de manejo y la disponibilidad de una cuenta gratuita con múltiples funcionalidades han sido las bases de su establecimiento como el estándar profesional de facto de sistemas de videoconferencia a escala mundial. Provista de uno de los niveles de calidad de audio y vídeo más elevada en su segmento, las soluciones de Zoom no solo se centran en las videoconferencias, sino que abarcan un nutrido grupo de soluciones empresariales como los Zoom Rooms, Digital Signage y sistemas de telefonía, entre otras. Los sistemas de reuniones y *webinars* de Zoom permiten tener reuniones y eventos online desde 2 hasta 10.000 personas de manera simultánea, segura y fiable.
- Teams es la solución de Microsoft para reuniones virtuales. Heredera de las funcionalidades de Skype y Skype for Business (también productos de Microsoft), Teams está engarzada en el conjunto de soluciones Office 365, siendo una de las aplicaciones estrella en entornos corporativos dominados por Microsoft. Respaldada por la robustez de Microsoft, es una buena opción para reuniones de trabajo en equipo, especialmente en los entornos de Office.
- Por último, GotoMeeting y GotoWebinar, ambas de la empresa LogMeIn, son soluciones clásicas dentro del panorama de reuniones virtuales y *webinars*. Destacan por su sencillez de uso y por disponer de una plataforma sólida que le otorga fiabilidad y seguridad a la hora de realizar y mantener tanto sesiones de trabajo como seminarios web en línea.

Cualquiera de las soluciones descritas, todas ellas señalizadas como líderes en el Cuadrante Mágico de Gartner, son plataformas seguras y fiables a la hora de ser utilizadas con propósito profesional en la organización tanto de reuniones virtuales como de *webinars*. Cabe recalcar, no obstante, que, debido al enorme crecimiento y masiva adopción por parte de usuarios profesionales y corporativos en todo el mundo desde marzo de 2020, Zoom se ha establecido como el estándar de facto en este tipo de soluciones a escala mundial, tanto para reuniones virtuales como para *webinars*.

2.2 Diferencias entre reuniones virtuales y *Webinars*

Todas las plataformas descritas en el punto anterior disponen de soluciones tanto para reuniones virtuales como para *webinars*. La diferencia entre una modalidad y otra no resulta evidente y suele crear confusión para los profesionales que tienen que adoptarlas y determinar el propósito y la utilidad en la empresa, sobre todo al inicio de su uso. La mejor manera de entender esta diferencia es hacer un paralelismo e imaginar diferentes modelos presenciales de trabajo donde sea necesario reunir a personas para luego interpretarlos en la modalidad reunión virtual o *webinar*. Veámoslo en los siguientes tres ejemplos.

Empecemos por el caso de una reunión. En la vida real, una reunión suele tener lugar en una sala con una capacidad para cuatro o cinco personas (si es de tamaño normal) o hasta 12 o 15, si se tratara de una sala grande de reunión. Una reunión se suele desarrollar de acuerdo con una agenda u objetivos previamente marcados y la interacción e intervención de los asistentes es elevada. De hecho, éste suele ser el objeto mismo de la reunión, que los asistentes participen activamente.

Otro escenario distinto es el de una clase, donde en una sala tipo aula, con una capacidad desde 15 hasta unos 30 cupos, se reúnen personas que atienden a un curso donde un profesor enseña una asignatura. En este caso, los alumnos permanecen sentados escuchando cómo el profesor desarrolla su materia e

interactúan cuando éste lo solicita o lo permite. En la clase, los alumnos pueden ver presentaciones o materiales didácticos que se proyectan en la sala, en una pantalla, o dibujos y esquemas que el profesor realiza en una pizarra.

El tercer escenario es el de un evento. Imaginemos que vamos a dar una charla en una sala donde se han reunido unas 200 personas o más, provista de una tarima o escenario y una gran pantalla de fondo. El aspecto –muy diferente a los anteriores casos– es más propio del de un teatro o un auditorio, donde una persona se dirige a decenas o centenares de personas y donde no existe prácticamente interacción entre el relator y la audiencia.

Estos son tres ejemplos presenciales. Ahora bien, si trasladamos estos escenarios al mundo online, deberemos tener en cuenta qué tipo de solución deberíamos escoger para alcanzar adecuadamente nuestros objetivos de comunicación y negocio. Y es aquí cuando videoconferencias o reuniones virtuales y *webinars* toman caminos diferentes.

De forma genérica, podemos determinar que si el modelo es el de unas cuantas personas compartiendo una sesión donde se espera –o se desea– que haya un nivel elevado de interacción por parte de los participantes, entonces estaremos frente a una reunión virtual. Si, por el contrario, se trata de un ponente (o varios) que tienen que desarrollar un tema frente a una audiencia numerosa, pero fundamentalmente pasiva, entonces estaremos frente al modelo de *webinar*.

¿Por qué es importante diferenciar entre uno y otro? Básicamente porque las plataformas disponen de versiones distintas de sus productos, adaptados para una u otra función, con características que están en unas y no en otras. Zoom, por ejemplo, dispone de reuniones virtuales y de un complemento para webinars y la forma de programar unas u otras modalidades varía, así como su panel de gestión o los roles que intervienen. Igual ocurre con la aplicación GotoMeeting y GotoWebinar de LogMeIn o con Cisco Webex.

En las de reuniones, todos los participantes se pueden ver las caras en la ya clásica disposición de retícula de pantallas en las que se ven a los asistentes desde sus lugares de conexión. En el caso de los *webinars*, las caras de los participantes no se ven, ni se escuchan sus audios. Los asistentes de *webinars* asisten en modo pasivo, siendo el protagonista el relator y su presentación. Para pocas personas e interacción elevada, reunión virtual. Muchas personas y poca o nula interacción, *webinars*.

¿Y si tenemos que organizar un curso de capacitación online? Los cursos aceptan tanto la configuración de reunión como la de *webinar*. Será el organizador de la capacitación el que decidirá en qué modalidad deseará dar sus clases, dependiendo si desea o necesita una interacción fuerte con su audiencia y si precisan verse las caras para el correcto desarrollo de la clase. En términos generales, las clases online se suelen dar en la modalidad de reunión virtual.

2.3 El contenido de las sesiones

Otro de los aspectos que diferencian una reunión virtual o videoconferencia de un *webinar* es la manera de planear y entregar el contenido. En una reunión virtual o videoconferencia puede no existir una presentación tipo PowerPoint, ya que se trata básicamente de reunir a personas para que hablen e interactúen. Esto no quita que, en un momento determinado, se enseñen y compartan documentos entre todos o se vea una web

o un vídeo de YouTube, por ejemplo. Dependiendo de las plataformas, incluso se puede llegar a compartir la visión del celular de un asistente para el resto, dividirse en grupos y participar en un chat común.

En el caso de un *webinar*, lo usual es que la presentación se desarrolle alrededor de un contenido en forma de PowerPoint de PC, de Keynote de Mac o similar. La imagen de vídeo que reciben los espectadores es exclusivamente la del presentador o presentadores. Según la plataforma de *webinars*, el presentador podría incluso llegar a activar el audio de algún asistente a voluntad o incluso el vídeo, si bien no es lo habitual.

En esta nueva era digital que se ha inaugurado a escala planetaria, dominar estas técnicas, plataformas y funciones ya no es una opción. Es una necesidad. En el transcurso de nuestra actividad comercial o profesional tenemos que habituarnos a su uso y desarrollar la habilidad de activar una u otra opción de acuerdo con nuestras necesidades o de acuerdo con la oportunidad del momento.

Es decir, los *webinars*, las reuniones virtuales y, especialmente el conocimiento de la plataforma Zoom, se han vuelto hoy en día una necesidad para los profesionales en las empresas. Y los que las dominan tendrán más posibilidades de seguir adelante con sus negocios en tiempos buenos y también en los difíciles.

3. Oratoria digital

Que una parte importante de los profesionales en empresas, negocios e instituciones se hayan visto obligados a comunicar a través de sistemas de videoconferencia como Zoom, Meet, Teams, GotoWebinar, Webex o incluso las videoconferencias por WhatsApp, no quiere decir que sepan hacerlo bien. Es más, en la mayoría de los casos, el nivel de calidad y efectividad personal a la hora de comunicar a través de estos sistemas es muy bajo. Y esto es así porque hasta ahora solo una minoría había tenido la ocasión o la necesidad de realizar videoconferencias de manera regular.

Pero este panorama ha cambiado de la noche a la mañana. Comunicar en reuniones virtuales o tomar parte en seminarios, conversatorios o eventos online se ha convertido en una rutina empresarial habitual. Y hay que estar preparado, porque en todas las ocasiones hay que brillar y hacerlo bien. Ya se trate de una reunión interna, con un equipo de colaboradores o empleados; de un curso online en el que hay que ejercer de profesor y explicar una materia; de participar como ponente en una mesa redonda online; o de dar una conferencia en un evento virtual en nombre de la empresa, hay que hacerlo bien.

3.1 La unión de la marca y el relator

Cuando se interviene de manera profesional en un evento público y en representación de la empresa, ya se trata de entornos presenciales como virtuales, la imagen personal del orador y la de la propia empresa se unen como imanes. Y esto acarrea consecuencias: de la forma en la que el ponente se desenvuelva y comunique online se deducirá la calidad de la empresa y sus productos o servicios.

Es decir, si el orador representa a una empresa excelente, de primera línea y elevada calidad, pero su intervención o forma de comunicar es nefasta, aburrida e inconexa, su imagen personal se resentirá – indiscutiblemente –, pero también afectará a la imagen de la empresa. El público percibirá y asociará la figura del presentador a la imagen de marca y lo percibirá como un todo indisociable. Si el presentador no domina la escena, si no mantiene al público interesado y entusiasmado, si no se muestra profesional en su gesto y discurso o si desconoce las reglas fundamentales de la oratoria digital, el resultado de su intervención –lejos

de conseguir los objetivos esperados— podrá salir muy caro, tanto para el propio presentador como para la marca asociada.

Muchos profesionales se ven obligados a comunicar online de manera frecuente estos días. En muchos casos, esto supone un reto mayúsculo para quienes jamás se habían tenido que expresar de manera fluida a través de una cámara, traspasar el abismo de la localización remota a través de pantallas y conseguir objetivos profesionales. Por el contrario, aquellos profesionales capaces de expresarse con una oratoria magnética, llena de energía y dominando el medio online no solo transmiten su mensaje, sino que tienen muchas más oportunidades de conseguir sus objetivos, despertar nuevos negocios y labrarse un futuro prometedor, incluso en momentos de gran incertidumbre.

3.2 Técnicas básicas de oratoria para entornos digitales

Si crees que la oratoria digital es un tema pendiente para desarrollar en tus habilidades profesionales, estos 7 consejos te servirán para revertir esta situación.

1. Exprésate con energía

Las personas capaces de traspasar la distancia impuesta por las pantallas, captar la atención y entregar su mensaje son las que comunican con energía. Por contra, las que no comunican con energía resultan sosas, aburridas y no captan la atención; provocan experiencias de usuario nefastas y no logran transmitir sus mensajes con claridad. Estas carencias, que pueden llegar a soslayarse en el mundo presencial, en el entorno virtual se acentúan. Por el contrario, una comunicación con fuerza y energía mantenidas son la base sólida para generar confianza, interés y conexión con una audiencia remota, ya se trate de una reunión virtual como de un *webinar*.

2. Diseña tu escena

Piensa en tu público como los espectadores de un programa de TV de entrevistas o de noticias e intenta ser consciente de cómo se te ve en cada momento de tu discurso. ¿Se te ve cerca, bien iluminado y en un entorno que no distrae? ¿Se te escucha alto y claro, sin distorsiones o ruidos de fondo? ¿Tu postura expresa y proyecta seguridad y dominio de la materia? ¿A pesar de estar en casa, tienes un aspecto aseado, bien presentado y profesional? ¿Mantienes el tono durante toda la sesión? Recuerda que, como en una película, la gente que te observa no se hace una idea por lo que enseñas, sino también imagina a partir del contexto en el cual te sitúas.

3. Cuida tu audio

En el marco de una videoconferencia, el video es importante, pero lo todavía más el audio. Un asistente soportará una conexión con un video deficiente si el audio es impecable. Esto no funciona la inversa, difícilmente alguien aguantará una sesión con el mejor video si el audio tiene defectos o es inaudible. El audio tiene la capacidad de alterar el estado de ánimo. Los micrófonos que incorporan la mayoría de PC de sobremesa o laptops son especialmente limitados en cuestión de calidad. No ocurre lo mismo con los Mac de sobremesa o portátiles, que equipan micrófonos de mejor calidad. Pero si quieres asegurar una buena calidad en tu audio, lo mejor es contar con un micrófono externo de calidad. El modelo Yeti o el Snowball de la marca Blue son buenos micros. También el Rode Podcaster y el modelo Wave3 de Elgato.

4. Limpia el objetivo

Hoy en día una gran parte de las intervenciones en reuniones virtuales y webinars se realizan desde un portátil. Los portátiles suelen situar el objetivo de su webcam en el centro del marco de la pantalla, que es justo el lugar desde donde se abre el dispositivo. Por esto, existe una alta probabilidad de tocar con los dedos el objetivo en cada apertura y cierre del portátil. Esto, va añadiendo suciedad y grasa corporal al cristal del objetivo, lo que acaba disminuyendo la calidad de la imagen, añadiéndole un halo de suciedad, una luminosidad amarillenta y desenfoque. Esa imagen deficiente tirará por tierra tu imagen personal. ¿Cómo solucionarlo? Simplemente teniendo el cuidado y la rutina de limpiar el objetivo antes de cada reunión virtual. Verás como pasas a calidad HD en un santiamén.

5. Establece contacto visual y mantenlo

La comunicación entre personas se facilita a partir del interés que los participantes demuestran en los demás. Y eso, en muchas ocasiones, tiene que ver con el contacto visual. En el mundo online, este contacto visual se sitúa justo en el centro del objetivo de la cámara web que tienes enfrente. Mira esa lente “todo el tiempo” y no tu imagen en la pantalla del computador. Ese pequeño ángulo de visión (el que separa el objetivo de la cámara de tu imagen en la pantalla) es suficiente para romper la magia del contacto visual y disipa el interés. Poténcialo.

6. Imprime un ritmo acelerado a tu presentación

Las sesiones que captan la atención de los asistentes en el mundo online son las que, además de todo lo dicho, tienen un ritmo acelerado. Es decir, que una diapositiva no esté más de un minuto en pantalla (y a veces menos). Al mantener un ritmo rápido se consigue en la audiencia un efecto de “si pestañeo, me lo pierdo”, favorable para mantener la tensión en tu contenido. Esto se consigue fácilmente con un mayor número de diapositivas por presentación. ¿Podrías partir una diapositiva que te tomaría 3 minutos explicarla en 3 diapositivas de un minuto cada una? Esa es la fórmula para mantener un ritmo elevado y a la audiencia interesada en tus presentaciones.

7. Muéstrate natural y sonríe

Las personas que mejor conectan con su audiencia remota son las que se muestran naturales y sonríen con frecuencia. Lo contrario también aplica, un presentador que está serio, rígido, que casi no pestañea o se muestra tenso y nunca sonríe genera tensión y desconfianza en el público que le observa. No hay nada mejor que hacer muchas presentaciones para adquirir la capacidad de expresarse con energía, soltura y simpatía, pero conociendo el poder de conexión de la naturalidad y la sonrisa, podemos empezar a practicarlas ya desde la siguiente oportunidad que nos brinde el mundo digital.

El precio de las comunicaciones digitales descuidadas, desatinadas o faltas de energía y propósito es muy elevado. Tanto a nivel personal como corporativo. En el primer caso, destruyen la capacidad personal de generar relaciones, proyectar empatía y conectar con la audiencia. A escala profesional, además, arrastran hacia el abismo a la marca o la empresa que representas.

Hay personas que han nacido con las habilidades suficientes para destacar en estas situaciones de manera natural, pero son más las que su reto (urgente) es desarrollarlas. Para ambos casos, no obstante, existen

técnicas se pueden aprender y perfeccionar e incluso aplicar a equipos de trabajo en empresas para que, de manera conjunta, desarrollen los mejores patrones de comunicación digital. Nuestra tarea, como líderes, es potenciar estas habilidades en todos estos entornos, especialmente en los digitales.

4. Conclusiones

Empresas, negocios e instituciones cuentan con dos nuevos aliados en su tarea de comunicar, son los sistemas de reuniones virtuales y webinars. Gracias a plataformas como Zoom, Teams, Webex o GotoWebinar, es posible seguir con las actividades laborales y comerciales independientemente de las circunstancias que nos rodeen. Estos sistemas han tenido que ser adoptados de manera urgente por las empresas y suponen un reto para los profesionales.

Decidirse por un proveedor fiable en este tipo de soluciones suele ser una decisión crítica a escala de negocio y vale la pena apostar por los líderes. Además, es preciso entender la diferencia que existe entre reuniones virtuales y *webinars* a la hora de configurar adecuadamente nuestras sesiones online de cara a conseguir los mejores resultados.

Por último, es necesario brillar en nuestras intervenciones, ya sea de reuniones virtuales como de *webinars*, ya que no solo nuestra imagen se puede ver afectada, sino también la de la empresa o marca que representamos. Existen técnicas que pueden potenciar nuestras habilidades de comunicación en entornos digitales y, como líderes, nuestro deber es potenciarlas, tanto a escala personal como empresarial.

5. Referencias

Gartner (2020). Website oficial. Recuperado de <https://www.gartner.com/en>

Gartner (2020). Gartner Magic Quadrant. Recuperado de <https://www.gartner.com/en/research/methodologies/magic-quadrants-research>

Kubrick, S. (productor y director). (1968). A Space Odyssey. Reino Unido, Estados Unidos: Metro-Goldwyn-Mayer

LogMeIn (2020). Website oficial. Recuperado de <https://www.logmein.com>

Microsoft (2020). Microsoft Teams. Recuperado de <https://www.microsoft.com/es-es/microsoft-365/microsoft-teams/group-chat-software>

Webex (2020). Website oficial. Recuperado de <https://www.webex.com/es/index.html>

Zoom (2020). Website oficial. Recuperado de <https://www.zoom.us>