

El confinamiento ha impulsado con fuerza el uso de los sistemas de videoconferencia como una forma de sustituir –en la medida de lo posible- la falta de encuentros físicos. Todo parece indicar que cuando pase la pandemia la costumbre de realizar videollamadas habrá arraigado entre nosotros, inaugurando una nueva etapa en las formas de relacionarnos digitalmente.

Allá por el comienzo de la década de los setenta me llevó mi madre al cine a ver *2001, una odisea del espacio*, aquella película visionaria en la que Stanley Kubrick imaginaba a la humanidad viajando por el sistema solar y entrando en contacto –más o menos indirecto- con civilizaciones extraterrestres. Aquel film marcó con su estreno en 1968 un antes y un después en el género de la ciencia ficción, cuya estética acartonada heredada de las entrañables producciones de serie B de los años cincuenta experimentó con esta cinta un salto evolutivo gracias a unos sorprendentes efectos especiales de vanguardia. Gracias a ellos, el espectador de aquella época jalonada por la carrera espacial podía ver en la pantalla lo que se pensaba que sería la tecnología espacial de este siglo XXI, en el que viajar a la luna resultaría tan normal como realizar un vuelo

transoceánico. Curiosamente, el niño de seis o siete años que era yo entonces (que no se enteró de la críptica trama ni por asomo, todo sea dicho) no quedó tan impresionado por el despliegue de naves y estaciones espaciales, sino por una tecnología mucho más simple que se mostraba en una escena de la película: la videoconferencia.

En el mundo de mi infancia, donde las telecomunicaciones domésticas se reducían a voluminosos teléfonos conectados a un cable, pesados como pisapapeles, la posibilidad de hablar con alguien a distancia viéndolo en una pantalla –como hacía el Dr. Floyd con su hija desde la estación espacial- me pareció mucho más revolucionario entonces que todas las misiones interplanetarias. Sorprendentemente, aquel futuro en el que viajar por el espacio sería de lo más normal que parecía tan cercano entonces nunca llegó: cincuenta años después seguimos mandando sondas no tripuladas a los planetas del vecindario, y la única estación espacial en funcionamiento es una estructura de módulos, incómoda y estrecha, solo apta para ser habitada por un puñado de astronautas profesionales. Sin embargo, la revolución llegó a otra rama tecnológica, las telecomunicaciones, y hoy en día sí que resulta algo cotidiano el comunicarse mediante imágenes en movimiento, y desde cualquier dispositivo, incluyendo los móviles que portamos en bolsos y bolsillos.

La videoconferencia ha sido la eterna candidata a monopolizar nuestras comunicaciones con los demás, tanto personales como corporativas, si bien históricamente distintos factores –tanto de coste como técnicos- han impedido su despegue efectivo. La declaración de la pandemia asociada al COVID-19 y el consecuente confinamiento de la población ha puesto en relieve la necesidad que tenemos de vernos los unos y otros, aunque sea en pantalla, disparando el uso de las aplicaciones basadas en la videollamada.

> La declaración de la pandemia asociada al COVID-19 y el consecuente confinamiento de la población ha puesto en relieve la necesidad que tenemos de vernos los unos y otros, aunque sea en pantalla, disparando el uso de las aplicaciones basadas en la videollamada

No obstante, este estallido no tiene su origen en una combustión espontánea, pues desde hace años se detecta un crecimiento sólido y constante de la difusión de este tipo de tecnologías, de forma que Fortune Business Insights había previsto a finales de 2019 una tasa de crecimiento anual compuesto del valor del mercado del 9,8% hasta 2026, doblándolo hasta los 6 370 millones de dólares en dicho año.

En cualquier caso, el encerrar en sus casas a buena parte del mundo le ha pegado a la videoconferencia el espaldarazo que necesitaba para convertirse en *mainstream*, y todo parece indicar que después de la crisis se quedará entre nosotros, como un elemento cotidiano más dentro de nuestras vidas.

Un largo recorrido

El mismo año en que se estrenó el film de Kubrick fue presentado el primer prototipo de sistema de videoconferencia comercial. La Exposición Universal de 1968 acogió el Picturephone, desarrollado por la empresa AT&T, que permitía realizar llamadas de hasta diez minutos de duración y cuyo precio era entonces astronómico.

La idea tuvo que esperar varias décadas en barbecho antes de ser retomada, cuando la tecnología empezó a ofrecer soluciones para su viabilidad. Fue en los noventa, con la llegada de internet, las cámaras web y las técnicas de compresión de imagen, en que empieza a surgir la opción de establecer comunicación con imagen en tiempo real.

Con la llegada de internet, las cámaras web y las técnicas de compresión de imagen empieza a surgir la opción de establecer comunicación con imagen en tiempo real

Ya a principios de este siglo, con un internet más maduro en el que poco a poco se abren paso las comunicaciones de banda ancha, empiezan a surgir las plataformas de videoconferencia, como Skype (2003) o Webex, adquirida por Cisco en 2007. Los sistemas que aparecen en esta época están más pensados para la difusión que para la comunicación, es decir, para emitir conferencias o exposiciones de una persona a un auditorio virtual, que en muchas ocasiones permanecía en el anonimato y no tenía la oportunidad de participar.

A partir de 2010 tiene lugar la revolución del *smartphone*, y a lo largo de la década los móviles comienzan a ofrecer la posibilidad de realizar llamadas con imagen, y las apps para ello comienzan a proliferar: FaceTime de Apple, YouTube Live, Facebook Live, Google Hangouts, Twitch, Zoom, Microsoft Teams, Snapchat, Periscope… La tecnología de las cámaras mejora sustancialmente de forma que la experiencia de comunicación entre pares es más natural. Por otro lado, la videoconferencia es incorporada e impulsada por las principales redes sociales, y en ocasiones se convierte en un fenómeno de moda, como ocurre con Periscope. En el caso de Twitch, el origen es puramente sectorial, pues esta plataforma se ha desarrollado en torno a las comunidades de profesionales y fans de los *eSports*, para luego saltar a otros terrenos, como el de las retransmisiones de eventos musicales, especialmente desde que empezó el confinamiento.

Hay quien subraya que el éxito de esta tecnología reside en “completar” la comunicación oral con el elemento visual. El vídeo contribuye a impulsar la relación que tiene lugar entre los distintos interlocutores y mejora la calidad de la comunicación respecto a la que solamente se basa en el sonido de la palabra.

Y en esto llegó la pandemia

Indudablemente, aunque las cifras de crecimiento del uso de videollamadas evolucionaban a buen ritmo en

los últimos años, el confinamiento al que se ha visto sometido una buena parte de la población del mundo le ha dado el empujón definitivo a esta tecnología. Todo aquel que ha podido seguir trabajando desde casa suele utilizar este medio para sustituir las reuniones y encuentros presenciales, y a ello hay que sumarle el uso doméstico, que se ha disparado, ante la imposibilidad de reunirnos en persona con familiares y amigos.

Para hacernos una idea de lo significativo del incremento, solamente en el Reino Unido las videollamadas han crecido un 62% en el primer trimestre de 2020, de acuerdo con Kantar Media. La consultora App Annie registró en la semana del 14 al 21 de marzo un pico mundial de descargas de aplicaciones –tanto de iOS como de Google Play- de 62 millones, un 45% más que la semana precedente, y un 90% más de la media semanal de descargas de *apps* de negocios en 2019.

> Solamente en el Reino Unido las videollamadas han crecido un 62% en el primer trimestre de 2020

La gran protagonista del confinamiento ha sido la aplicación de videoconferencia Zoom Cloud meetings, que ha registrado récords de descargas en febrero y marzo. La semana del 15 al 21 de marzo fue descargada en Estados Unidos catorce veces más que una semana media del último trimestre de 2019, mientras que el aumento fue de veinte veces más en Reino Unido, veintidós en Francia, diecisiete en Alemania, veintisiete en España, y cincuenta y cinco veces más en Italia. En nuestro país es ahora mismo de las más populares, a pesar que la versión gratuita solamente permite realizar videollamadas de 40 minutos de duración, y que han sido detectado importantes fallos de seguridad en su programación, que pueden poner en peligro los datos personales del usuario.

Durante el mismo periodo otras plataformas han visto también cómo aumentaba su uso, como es el caso de la de Google, Hangout Meet, cuyo volumen de descargas respecto a la media de 2019 ha sido veinticuatro veces mayor en Reino Unido, treinta en Estados Unidos, sesenta y cuatro en España, y ciento cuarenta en Italia. Aunque en menor medida, el mercado de Microsoft Teams también ha crecido, con unas descargas quince veces mayores que la media de los tres últimos meses del pasado año en España, dieciséis en Francia y treinta en Italia.

Teletrabajo, de tendencia a norma

No hay duda de que uno de los grandes causantes del auge de la videollamada durante el encierro ha sido la modalidad de teletrabajo a la que se ha visto sometida una parte nada desdeñable de la fuerza laboral de los países. Todos aquellos empleos que no requieren necesariamente de una dimensión presencial se están llevando a cabo desde el hogar de trabajador una vez que comenzó la crisis provocada por la enfermedad derivada del COVID-19.

España presentaba ya antes de la pandemia una tendencia destacable relacionada con el trabajo en remoto, según pone en evidencia un reciente informe de ONTSI. De acuerdo con este trabajo, en nuestro país el pasado año una gran mayoría de empresas ponen en manos de sus empleados dispositivos portátiles con una conexión móvil a internet para su uso empresarial, en concreto, el 87% de las mismas, un punto porcentual por encima de la media de países de la Unión Europea. Se trata de cifras parecidas a las de las otras grandes economías europeas, algo por debajo de Francia (88%), pero por encima de Alemania (85%) e Italia (82%). No obstante, se trata de una modalidad asociada a las compañías medianas y grandes, pues entre las más

pequeñas que cuentan con menos de diez trabajadores (las más abundantes en el tejido productivo español), solo lo aplican un 40% del total.

La evolución ha sido rápida: en 2012 solamente el 72% de las empresas españolas ofrecía la posibilidad de teletrabajar a sus empleados, frente al 87% de 2019. Si atendemos a porcentajes de uso, el 19% de los españoles y el 21% de los europeos teletrabajaron al menos una vez en 2018. Por otro lado, hablando de la frecuencia del teletrabajo, en España el 6% de los individuos teletrabajaron todos los días o casi todos los días, mismo valor que para la media comunitaria y que el que registra Alemania.

> La videollamada continuará imponiéndose como la herramienta idónea para la gestión del trabajo de equipos cuyos miembros están deslocalizados

Los datos anteriores no hacen sino confirmar que el teletrabajo es ya una realidad que la pandemia no ha hecho más que proyectar. Es muy probable que cuando acabe el confinamiento muchas empresas mantengan parte de la actividad de trabajo en remoto, propiciando un salto cualitatativo en el marco de la organización del desempeño de la actividad laboral.

La videollamada continuará imponiéndose como la herramienta idónea para la gestión del trabajo de equipos cuyos miembros están deslocalizados. Una encuesta realizada por Forbes Insights a más de trescientos ejecutivos revela que el 92% de los mismos considera que la videoconferencia tiene un impacto positivo en el desempeño de la fuerza de trabajo. Además, el 80% está de acuerdo en que se está convirtiendo rápidamente en la norma de comunicación entre los equipos internos de la organización, y el 84% opina que monopolizará pronto también las relaciones con agentes externos, como los clientes o los proveedores. El mismo trabajo pone en relieve que el 97% de los directivos consultados piensa que la videollamada contribuye a que el teletrabajador se sienta más conectado e integrado, frente a otros medios, y el 93% la ve como un factor que mejora la efectividad de los equipos.

Un futuro más social

Parece más que evidente que la videoconferencia está aquí para quedarse. Aparte de su uso en entornos corporativos, la necesidad de relacionarse de las personas con sus allegados durante el confinamiento, la necesidad de "verse", más allá de la conversación telefónica o texto de WhatsApp, ha popularizado esta tecnología creando una masa crítica de usuarios considerable. Las videollamadas ya son *mainstream*: las realiza toda la sociedad y no solo aquellos individuos más *techies*. ¿Qué puede traernos el futuro en este campo?

Desde el punto de vista técnico, los expertos consideran que las plataformas actuales de videoconferencia son todavía demasiado rígidas y muy limitadas en la experiencia de relación que proporcionan. Las soluciones que surjan a medio plazo deben incorporar ecosistemas de cámara más flexibles –por ejemplo, que permitan a los interlocutores levantarse y desplazarse con naturalidad durante la conversación- para conseguir una sensación de proximidad en la comunicación entre las personas que reproduzca lo más fielmente posible un

encuentro presencial.

En otro orden de cosas, la videollamada puede llegar a hacer que los denominados medios sociales sean realmente sociales. Igual que las redes sociales llegaron a toda la sociedad a principios de la década que ahora acaba, convirtiéndose en elementos cotidianos en nuestras vidas, y, en gran medida, estableciendo nuevas formas de relacionarnos y comunicarnos con nuestro entorno, la videoconferencia poco a poco se va incorporando a ellas como un canal todavía más directo y espontáneo de relación. Los principales medios sociales como Facebook, Instagram o WhatsApp van introduciendo el vídeo en directo entre su oferta de servicios, y lo que antes era anecdótico –conectarte en directo con imagen con otra persona en vez de escribir o mandar un mensaje de voz-, el confinamiento y consecuente aislamiento lo está convirtiendo en la forma preferida de comunicación.

La videollamada puede llegar a hacer que los denominados medios sociales sean realmente sociales

Existe una tendencia incipiente en los últimos tiempos que parte de que la gente vuelve a valorar la privacidad en su marco de relaciones digitales, y reduce este a su entorno más cercano –familia, amigos, vecinos...-, lo que ha impulsado la popularidad de sistemas cerrados, como la plataforma de mensajería WhatsApp, frente a las redes abiertas que, como el caso de Facebook, que priman el número de contactos sobre la calidad de los mismos. Este aspecto puede ser un factor adicional que impulse el uso de videoconferencia, como una experiencia de socialización digital mucho más completa y satisfactoria.

Foto de **Edward Jenner** en **Pexels**