

ESTRATEGIAS DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE EVENTOS ONLINE

Este E-book ofrece al lector herramientas y técnicas para el diseño e implementación de eventos y presentaciones en vivo a través de Internet.



ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN EJECUTIVO | 3 |
| INTRODUCCIÓN..... | 4 |
| QUÉ ES UN EVENTO EN VIVO | 6 |
| MODELO ADDIE PARA EL DISEÑO DE EVENTOS ONLINE | 8 |
| FASE 1: ANÁLISIS | 8 |
| FASE 2: DISEÑO..... | 9 |
| FASE 3: DESARROLLO..... | 9 |
| FASE 4: IMPLEMENTACIÓN..... | 10 |
| FASE 5: EVALUACIÓN..... | 10 |
| TIPOS DE EVENTOS EN VIVO..... | 11 |
| EVENTOS ACADÉMICOS Y DE CAPACITACIÓN | 11 |
| <i>Mesa redonda.....</i> | <i>12</i> |
| <i>Panel o simposio</i> | <i>13</i> |
| <i>Debate</i> | <i>14</i> |
| <i>Clase magistral</i> | <i>15</i> |
| <i>Conferencia.....</i> | <i>16</i> |
| <i>Pecha Kucha.....</i> | <i>17</i> |
| <i>Entrevista.....</i> | <i>18</i> |
| <i>Congreso.....</i> | <i>19</i> |
| OTRAS POSIBILIDADES DE EVENTOS EN VIVO..... | 20 |
| LAS REDES SOCIALES EN LOS EVENTOS EN VIVO | 21 |
| PROMOCIÓN DE EVENTOS A TRAVÉS DE REDES SOCIALES..... | 22 |
| COMUNICACIÓN DURANTE EL EVENTO EN VIVO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES | 22 |
| CASOS | 24 |
| <i>Congreso Virtual Internacional sobre Educación Virtual</i> | <i>24</i> |
| <i>Presentación del Libro “Emprendedores TIC”</i> | <i>24</i> |
| <i>Apertura del año universitario.....</i> | <i>24</i> |

| | |
|--|-----------|
| <i>Muestra Virtual de Fin de Año – Orquesta Barrial</i> | 25 |
| <i>Ciclo de conferencias virtuales tipo PechaKucha sobre salud</i> | 25 |
| <i>Presentación de pósters científicos de educación y tecnología</i> | 25 |
| RECOMENDACIONES PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ONLINE | 26 |
| <i>Antes</i> | 26 |
| <i>Durante</i> | 27 |
| <i>Después</i> | 27 |
| RECOMENDACIONES PARA ORADORES | 28 |
| <i>Antes</i> | 28 |
| <i>Durante</i> | 28 |
| <i>Después</i> | 29 |
| RECOMENDACIONES PARA LOS PARTICIPANTES | 29 |
| ENLACES ÚTILES | 30 |
| BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA | 31 |
| GLOSARIO | 32 |
| CRÉDITOS | 33 |

RESUMEN EJECUTIVO

Este ebook está dirigido a miembros de instituciones educativas, ONG y empresas interesadas en desarrollar propuestas creativas e innovadoras de clases en vivo.

El documento Estrategias de diseño e implementación de eventos en vivo ofrece una descripción sobre los eventos en vivo. Ofrece un modelo ADDIE para el diseño e implementación de eventos y presentaciones en vivo, tipos de eventos y recomendaciones para la elaboración de materiales de apoyo. Se presentan casos y sugerencias para la organización de un evento en vivo, herramientas tácticas para los oradores y presentadores. Finalmente, se brindan enlaces útiles, bibliografía recomendada y un glosario con términos específicos.

INTRODUCCIÓN

Este documento, titulado Estrategias de diseño e implementación de eventos en vivo, es el tercero de una serie de tres.

El primer documento, Estrategias de diseño e implementación de cursos online, abordó el concepto de Live Learning entendido como una forma de concebir el e-learning que pone el foco en el potencial de la interacción y la colaboración entre las personas. Las herramientas online permiten crear entornos educativos y ofrecer nuevas experiencias de aprendizaje de calidad y totalmente a distancia. El documento ofreció un modelo de diseño instruccional, dinámicas para organizar cursos de Live Learning, recomendaciones para el desarrollo de actividades, el diseño de un curso, la creación, la gestión y la organización de contenidos, la moderación de foros, el seguimiento personalizado sobre el avance de los alumnos a través de reportes y la instrumentación de métodos de evaluación de aprendizaje. Se brindaron recomendaciones según el rol en un entorno de Live Learning, dinámicas para organizar cursos de Live Learning ejemplificados con casos de interés para instituciones educativas, ONG u OSC y empresas.

El segundo e-book, Diseño y estrategias de implementación de clases en vivo, expuso una descripción sobre las conferencias web y su historia, los tipos de herramientas (de comunicación, de distribución o presentación de contenidos y colaboración), los requisitos técnicos, los roles, la historia de las conferencias web. En la misma línea que el documento anterior se propuso la aplicación del modelo ADDIE para el diseño e implementación de clases en vivo. Se sugirieron tipos de actividades para la apertura, el desarrollo y el cierre de las clases en vivo. Se brindaron sugerencias para la elaboración de materiales que acompañan las clases en vivo. Por último, se presentaron casos y recomendaciones para moderadores y participantes de las clases en vivo.

El tercer ebook, Estrategias de diseño e implementación de eventos en vivo ofrece una descripción sobre la transmisión de presentaciones masivas a través de Internet. Ofrece un modelo ADDIE para el diseño e implementación de eventos y presentaciones en vivo, tipos de eventos (académicos y otras posibilidades de los eventos en vivo) y recomendaciones para la elaboración de materiales de apoyo. Se presentan casos y estrategias para la organización de un evento en vivo, sugerencias

para los oradores y presentadores. Finalmente, se brindan enlaces útiles, bibliografía recomendada y un glosario con términos específicos.

QUÉ ES UN EVENTO EN VIVO

La Real Academia Española define a un evento como un “suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”¹.

Los eventos implican la coincidencia temporal. Es decir, un número de personas se reúnen en un determinado día u horario para asistir al mismo suceso. Con la aparición de Internet y de aplicaciones móviles que permiten la transmisión en vivo ya no es necesario coincidir en un mismo espacio geográfico para asistir a un evento social, académico, artístico, entre otros.

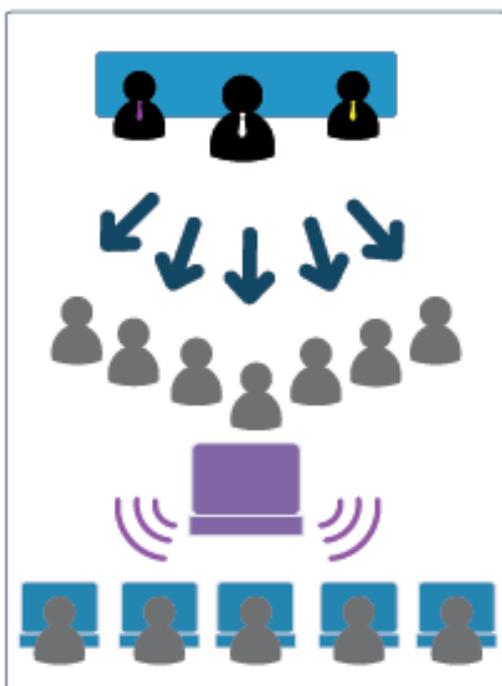
Un **evento en vivo** se transmite en tiempo real a través de la utilización de herramientas y plataformas de comunicación específicas que permiten la difusión a un amplio público. La plataforma donde se realiza el evento oficia como auditorio (del latín auditorium) o como una sala para las conferencias. Los participantes asisten y participan en el evento en vivo siguiendo la propuesta de los moderadores u organizadores del evento.

¹ Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=evento>

Los eventos en vivo pueden tener dos modalidades:

Presencial transmitido en vivo por Internet

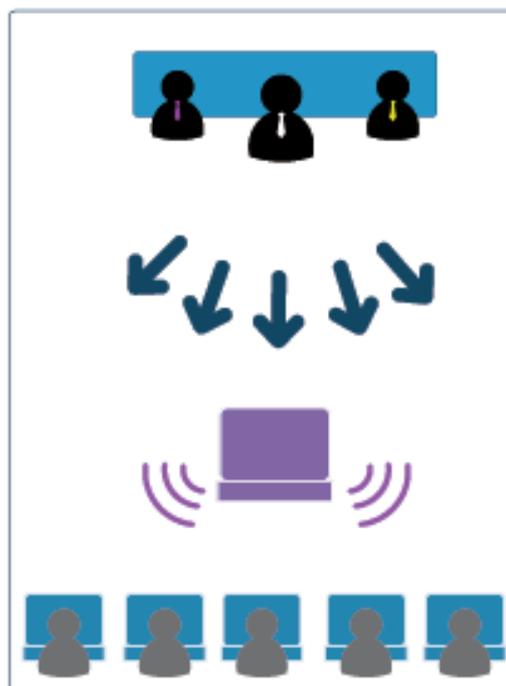
Con asistentes presenciales y a distancia, en el mismo espacio físico que los oradores, y con espectadores a distancia que reciben la transmisión en vivo en sus dispositivos personales.



Totalmente virtual

Con asistentes a distancia únicamente que reciben la transmisión en vivo en sus dispositivos personales.

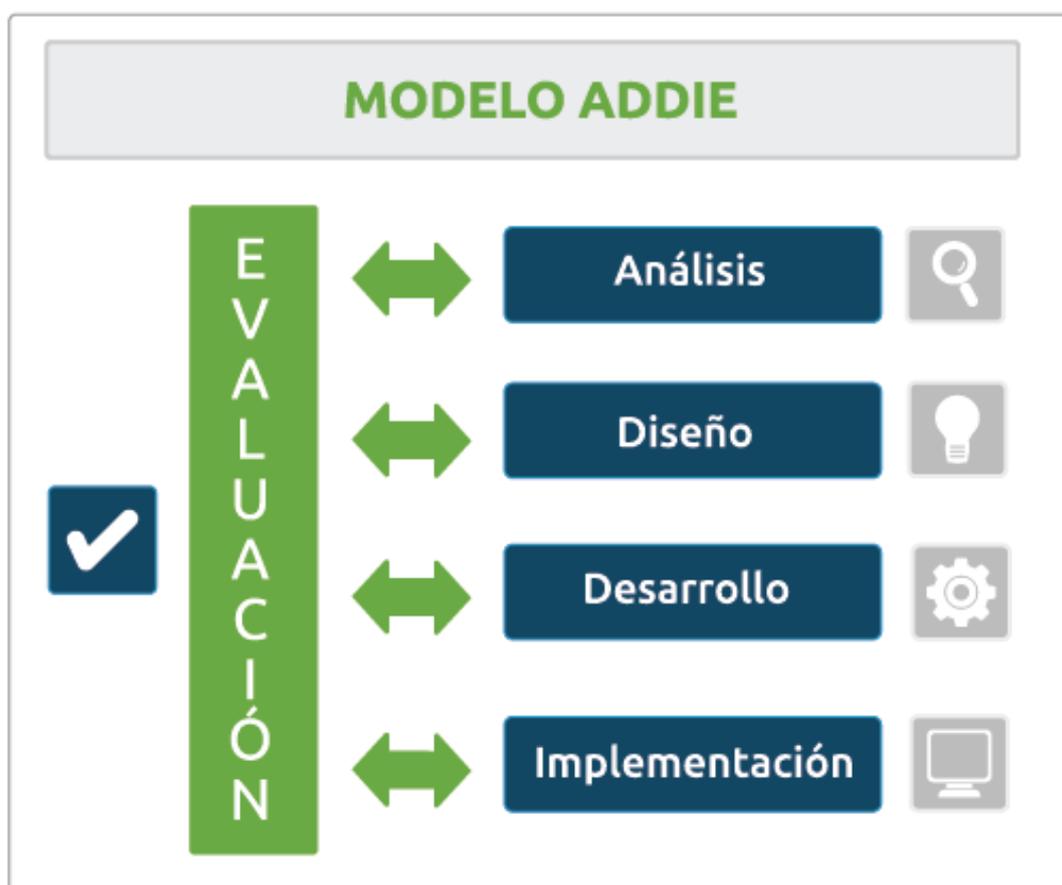
En este caso, los oradores también pueden estar transmitiendo virtualmente o todos en una sala de conferencias.



Modelo ADDIE para el diseño de eventos online

En los anteriores ebooks, se presentó el modelo ADDIE que consiste en un modelo de diseño instruccional compuesto por cinco fases: análisis, diseño, desarrollo, implementación y evaluación. De la misma forma puede utilizarse como enfoque para el caso de eventos en vivo.

Un evento en vivo incluye diferentes aspectos que deben definirse, diseñarse y evaluarse de forma permanente para realizar ajustes y mejoras.



Fase 1: Análisis

En esta fase se realizan las siguientes acciones:

- Diagnóstico de las necesidades.
- Análisis y definición de las características, necesidades e intereses de los destinatarios.

- Identificación de las características y búsqueda de posibles oradores, presentadores, invitados, artistas etc. que participarán del evento.
- Análisis de distintos tipos y formatos de eventos en vivo.
- Prueba y análisis de herramientas de transmisión en vivo.
- Exploración en el grupo de trabajo de los objetivos del evento en vivo.

Fase 2: Diseño

- En la fase de diseño, se realizan las siguientes acciones:
- Redacción de los objetivos generales y específicos del evento.
- Definición del eje central del evento y de los principales núcleos temáticos a tratar.
- Redacción de la propuesta del evento.
- Selección de oradores, presentadores, invitados o artistas que participarán del evento.
- Determinación del tipo de evento a realizar, de su estructura y duración.
- Definición de un programa tentativo.
- Definición de los materiales didácticos digitales que acompañarán el evento.
- Diseño de la estética del entorno (plataforma de transmisión en vivo) y de las gráficas del evento.

Fase 3: Desarrollo

En esta fase se realizan las siguientes acciones:

- Elaboración de los materiales didácticos digitales que acompañarán el evento.
- Diseño de invitaciones y promociones para la difusión del evento.
- Realización de tutoriales o videotutoriales para enviar a los asistentes y publicar en los diferentes canales de comunicación del evento previamente al inicio del mismo.
- Elaboración de una presentación audiovisual que incluya la descripción, propósitos, objetivos, duración y programa.
- Capacitación interna de los participantes, moderadores o invitados.
- Realización de las acciones de difusión.
- Convocatoria a los participantes, moderadores o invitados al evento.
- Ensayo o prueba piloto, por ejemplo de la primera parte del evento.

Fase 4: Implementación

- En la fase de implementación se realizan las siguientes acciones:
- Envío de invitaciones, recordatorios de asistencia y tutoriales.
- Difusión en redes sociales.
- Desarrollo del evento en vivo.
- Emisión de certificados de asistencia.
- Convocatoria a participar de otros eventos.

Fase 5: Evaluación

Esta fase es transversal a las cuatro etapas anteriores.

- Posibilita la revisión, el rediseño y la modificación de estrategias de implementación del evento en función de las necesidades identificadas.
- Generalmente se plasma en un producto final que es un informe de evaluación.
- Es importante realizar una encuesta para que los participantes puedan responder al final de cada evento. Se recomienda no abusar en la cantidad de preguntas y que sea de forma anónima, para lograr más respuestas auténticas.

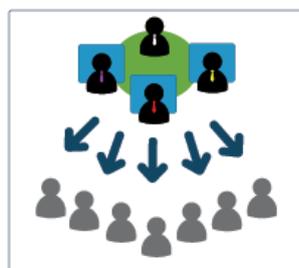
TIPOS DE EVENTOS EN VIVO

Existen diversas alternativas para realizar un evento. La elección del tipo de evento a realizar dependerá de las particularidades del contexto, las posibilidades técnicas y los objetivos del mismo.

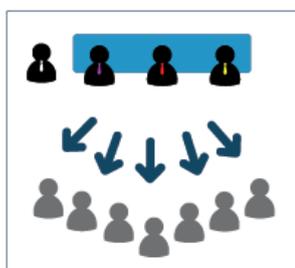
Eventos académicos y de capacitación

Los eventos académicos pueden ser organizados por instituciones educativas, sindicatos, asociaciones profesionales, organismos gubernamentales, ONG o empresas, y pueden tener distintos formatos o propuestas, algunos ejemplos son:

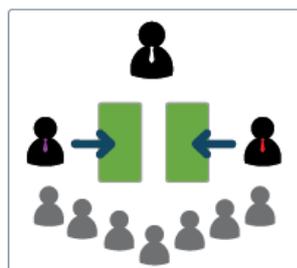
1. Mesa redonda
2. Panel o Simposio
3. Debate
4. Clase Magistral
5. Conferencia
6. Pecha Kucha
7. Entrevista
8. Congreso



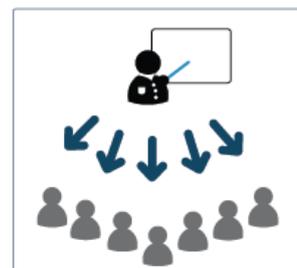
1 - Mesa redonda



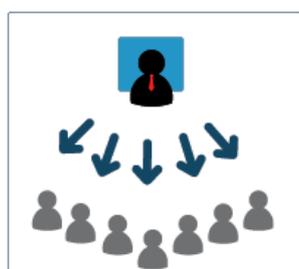
2 - Panel o simposio



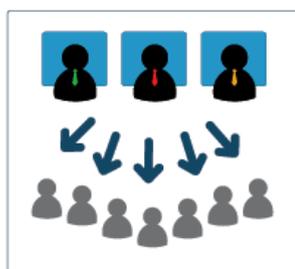
3 - Debate



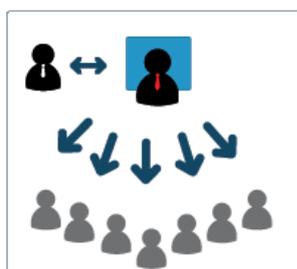
4 - Clase magistral



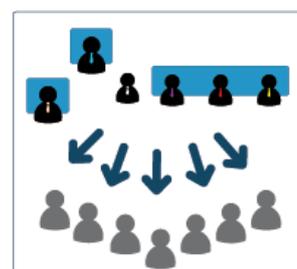
5 - Conferencia



6 - Pecha Kucha

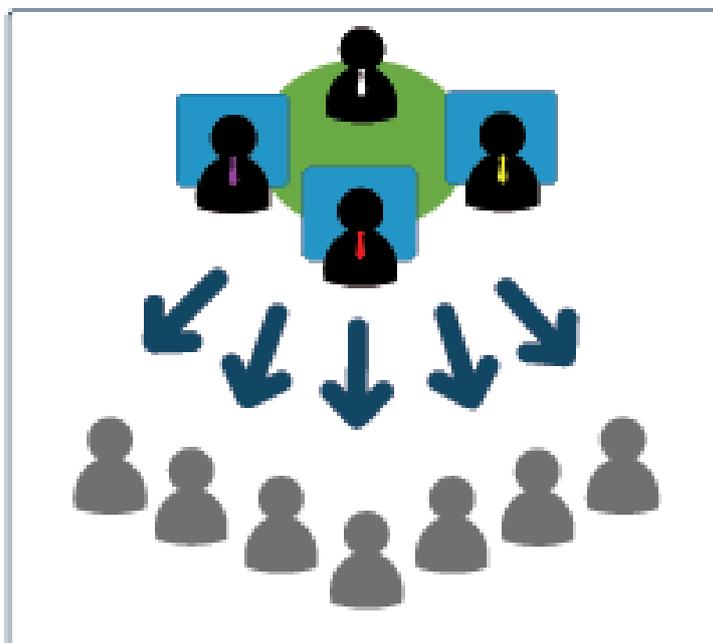


7 - Entrevista



8 - Congreso

Mesa redonda

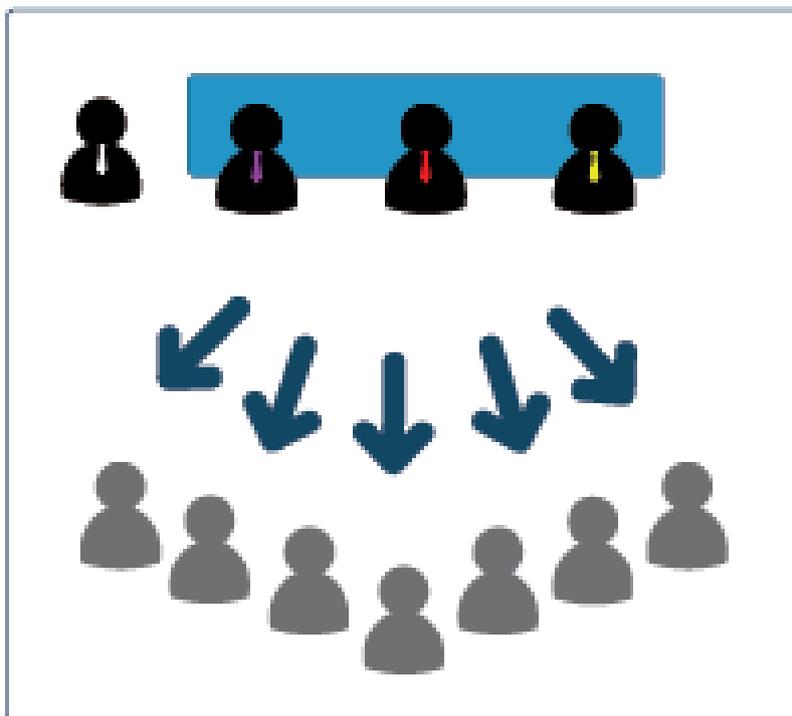


En una mesa redonda todos los participantes brindan su opinión acerca de algún tema o problema. Las opiniones o puntos de vista pueden ser divergentes, complementarios u opuestos prestándose a instancias de intercambio. Luego de las intervenciones los asistentes pueden realizar preguntas a la mesa. El evento tiene un moderador que presenta a los participantes de la mesa, organiza las intervenciones y expone conclusiones finales.

Ejemplo:

Una mesa redonda formada por un psicólogo, un trabajador social y un médico en la que se intercambia sobre prevención de adicciones.

Panel o simposio

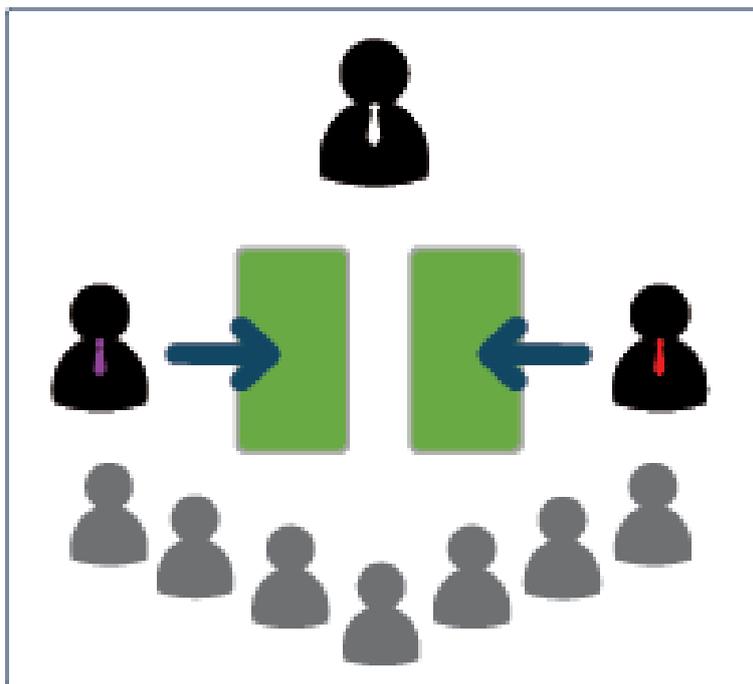


Es una reunión de expertos que exponen desde diferentes enfoques sobre un tema específico. El objetivo es que se aborden todos los aspectos, y dimensiones de una temática. El simposio, a diferencia del panel, se caracteriza por ofrecer exposiciones acerca de una misma especialidad, en general sobre de resultados de investigaciones o avances científicos. En ambos casos un moderador presenta a los expositores y hace una síntesis final.

Ejemplo:

Un panel sobre La educación Primaria en América Latina en el que representantes de diversos países exponen sobre la educación primaria en sus respectivos contextos.

Debate

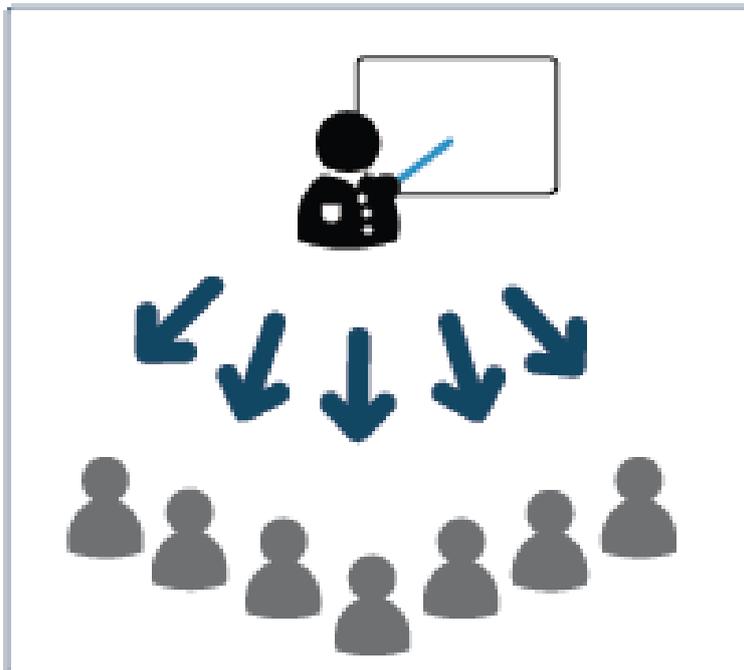


En un debate participan dos o más personas con posiciones divergentes. Cada participante expone su punto de vista y los argumentos que lo fundamentan o refutan el punto de vista del otro. Un moderador presenta el tema, otorga la palabra y organiza las participaciones.

Ejemplo:

Un debate sobre la minería a cielo abierto en el que participan un ecologista, un ingeniero y un funcionario público.

Clase magistral

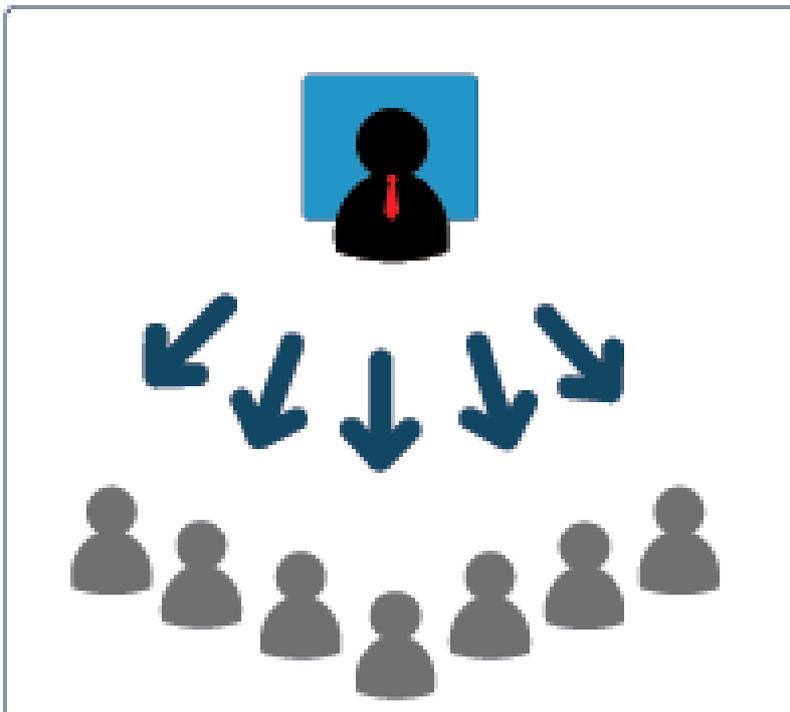


Es un evento que tiene fines exclusivamente didácticos y puede inaugurar, complementar o cerrar un curso presencial o a distancia. Es brindada por uno o varios profesores de forma unidireccional hacia un grupo de alumnos específico. Suele abordar uno o varios temas a partir de un programa y acompañarse de materiales audiovisuales y bibliografía.

Ejemplo:

Una clase magistral para dar comienzo al cuatrimestre de la asignatura Comunicación Digital en la carrera de Ciencias de la Comunicación de una universidad privada.

Conferencia

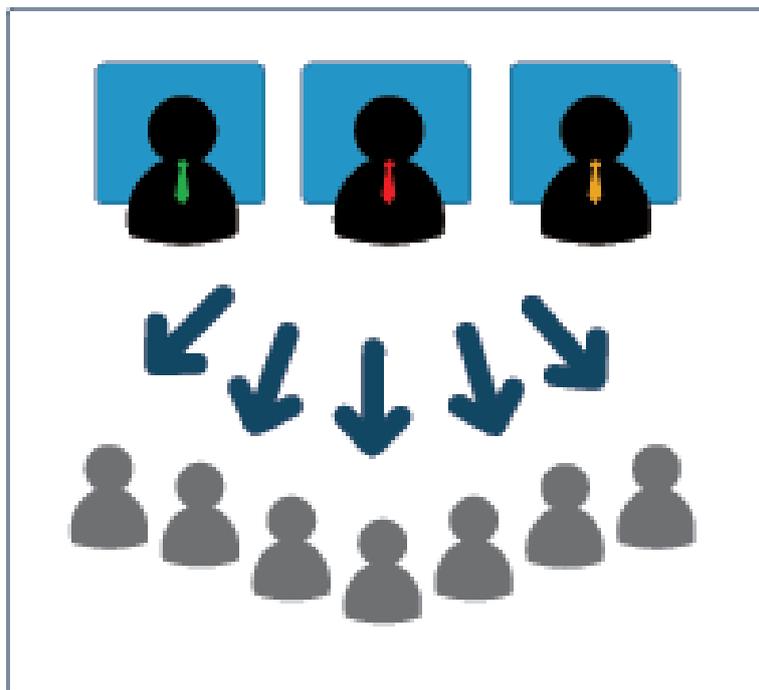


La conferencia es una disertación en la que un experto, un referente, un directivo o una personalidad, realiza una exposición acerca de un tema, problema, proyecto, investigación etc. Una conferencia en general se brinda acompañada de materiales audiovisuales de apoyo.

Ejemplo:

Una conferencia sobre La convivencia escolar en contextos vulnerables brindada por un especialista internacional.

Pecha Kucha



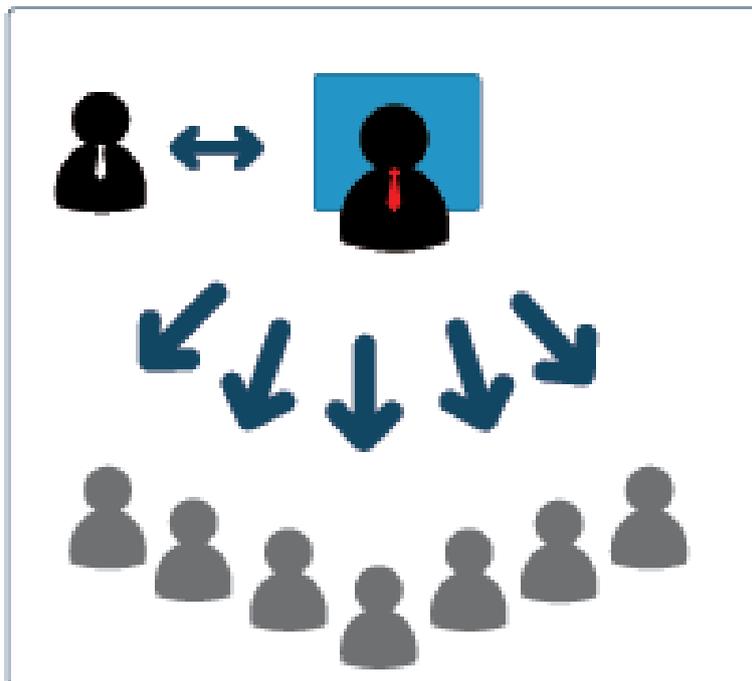
Un evento con este formato ofrece presentaciones cortas de diferentes expositores, cada una tiene una duración de 6 minutos a través de 20 diapositivas que se explican en 20 segundos cada una. Es un tipo de evento para compartir ideas creativas, breves y novedosas que no necesariamente tienen que tener un tema en común o eje transversal.

Otras alternativas de eventos con conferencias cortas pueden organizarse con presentaciones sucesivas de no más de 15 o 20 minutos cada una y no más de una jornada de duración total.

Ejemplo:

Evento en el que diez expositores ofrecen sus presentaciones en 20 minutos acerca de temáticas diversas: periodismo, biología, iluminación, gastronomía, emprendimientos en la web, comics, letras, arquitectura, ONG, inventos.

Entrevista

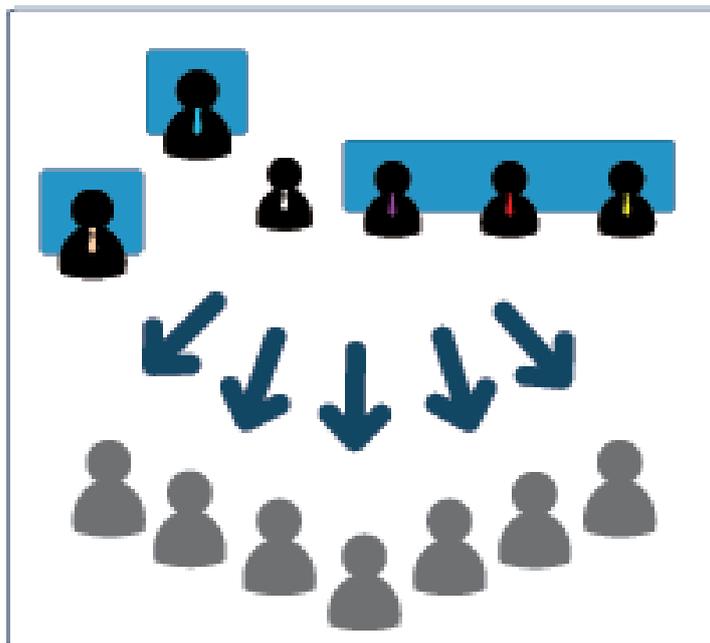


Es un evento en el que un entrevistador realiza una serie de preguntas más o menos estructuradas y previamente definidas a un experto, referente, a una personalidad, autoridad o directivo. La entrevista puede ser temática, biográfica entre múltiples alternativas.

Ejemplo:

Una entrevista realizada por un periodista a un escritor acerca de su vida y obra.

Congreso



Se trata de un evento que incluye diferentes tipos y formatos de presentaciones. Puede incluir una agenda conformada por mesas redondas, paneles, conferencias, talleres, entrevistas, posters entre otras ofertas. Todas las propuestas suelen girar en torno a un eje temático general aunque ofrecen diversas miradas, dimensiones, teorías, abordajes etc. Un congreso puede durar uno o varios días y estar estructurado con algún criterio como por ejemplo según temáticas, tipo de propuesta y tipo de destinatarios.

Ejemplo:

Una universidad organiza un congreso sobre Medicina Gerontológica en el que médicos expertos realizan 5 conferencias y un panel.

Otras posibilidades de eventos en vivo

Además de los formatos anteriormente detallados de índole académica, es posible ofrecer transmisión de eventos en vivo para otras finalidades y necesidades.

- Eventos sociales como por ejemplo la presentación de un libro, la inauguración de un programa, un evento de beneficencia, una premiación o un homenaje.
- Eventos artísticos o deportivos como por ejemplo transmisión de festivales, encuentros deportivos, presentaciones musicales, obras de teatro entre otros.
- Eventos de marketing, por ejemplo la transmisión de la presentación de un producto o servicio, la presentación en sociedad de una institución o la inauguración de un comercio.

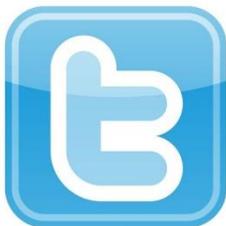
LAS REDES SOCIALES EN LOS EVENTOS EN VIVO

Los servicios de redes sociales son entornos que conectan personas que interactúan en línea. En general las redes sociales permiten configurar un perfil público o semipúblico y entablar contacto (“amigos” o “seguidores”) con otras personas para conversar, compartir textos, imágenes, enlaces y videos, así como para jugar, organizar distintos tipos de acciones, debatir, generar ideas entre múltiples posibilidades.

Dos de los servicios de redes sociales más utilizadas para eventos actualmente son Facebook y Twitter:



Facebook: es una red social creada en 2004 y mayormente difundida desde el año 2007 cuando fue lanzada en varios idiomas. Hoy Facebook cuenta con más de 1200 millones de usuarios en todo el mundo. La plataforma permite tener un perfil de usuario, compartir texto, videos, enlaces y fotos; comentar, jugar, enviar mensajes privados, crear eventos, páginas y grupos.



Twitter: es una red social lanzada en el año 2006 que cuenta con más de 200 millones de usuarios. La plataforma permite crear un perfil y enviar a los seguidores mensajes de texto de no más de 140 caracteres (por eso también es considerada un servicio de *microblogging*). Los mensajes o tweets pueden acompañarse de enlaces e imágenes y podrán ser leídos, respondidos o reproducidos (retwitteados).

Ambas redes sociales pueden utilizarse desde sus respectivos sitios web, sin embargo existen alternativas para gestionar el flujo de información y los contactos a través de aplicaciones online móviles para celulares y tabletas, lo que les da un rasgo de inmediatez.

Las redes sociales pueden utilizarse con diversos fines, mayormente el uso que se hace de ellas es personal: las personas se relacionan compartiendo opiniones, gustos e intereses. No obstante, por su potencial comunicativo y participativo, su versatilidad, accesibilidad y facilidad de uso, pueden emplearse para otros fines, por ejemplo: muchos profesores crean grupos en Facebook para complementar sus clases presenciales, empresas de servicios ofrecen atención al cliente, entablan

comunicación bidireccional con sus clientes y fans o promocionan sus productos a través de Twitter, personalidades públicas tienen sus propias páginas en Facebook para mantener informados a sus seguidores. Así, entre múltiples usos, las redes sociales también pueden emplearse para complementar la organización y realización de eventos en vivo.

Promoción de eventos a través de redes sociales

En la mayoría de los casos la organización de un evento requiere acciones de difusión ya sea abiertas o entre un público cerrado.

En Facebook se pueden crear eventos (<https://www.facebook.com/events>) configurando título, fecha y lugar, desde esta opción puedes enviar invitaciones a tus contactos o fans. Otra alternativa disponible en Facebook es crear un grupo cerrado o público acerca del evento y difundirlo en los grupos de interés. A su vez, existe la posibilidad de habilitar para que cada invitado o miembro pueda invitar a otros contactos multiplicando las posibilidades de difusión. Durante los días previos al evento ambas alternativas permiten compartir noticias acerca del evento, realizar encuestas, y enviar mensajes y anuncios a los asistentes.

En Twitter es posible promocionar un evento generando tweets con información acerca del mismo, invitaciones y enlaces. Al tratarse de una plataforma de microblogging, se suele acompañar con un link externo al sitio web del evento o de Facebook para que los seguidores puedan obtener información más completa de la propuesta.

Comunicación durante el evento en vivo a través de redes sociales

Durante la realización de un evento en vivo puede resultar enriquecedor y atractivo para los asistentes tener la posibilidad de seguir el evento a través de las redes sociales.

Tanto en Facebook como en Twitter se puede anunciar el comienzo, cada uno de los momentos, oradores, instancias o principales acontecimientos que están ocurriendo, mostrar imágenes, compartir las principales ideas o frases que se están enunciando. Estas acciones pueden realizarlas los organizadores del evento. No obstante, los asistentes también pueden hacerlo multiplicando las voces, impresiones, registros e interpretaciones de lo que está ocurriendo. Desde sus computadoras, tabletas o celulares los asistentes además pueden opinar, responder consignas o realizar preguntas a los oradores asumiendo un rol activo durante el evento.

Una de las principales formas de organizar esta participación multidireccional es proponiendo uno o varios “hashtags” para utilizar durante el evento. Un hashtag es una etiqueta que acompaña cada publicación en Facebook o Twitter. Está formado por el símbolo de numeral (#) y una palabra o varias palabras sin espacios. Suelen usarse abreviaturas para optimizar el uso de caracteres, por ejemplo #EduTIC o #Promo2014 o #6aniversario. En ambas redes sociales un hashtag se crea al usarlo por primera vez. De esta forma se organiza el flujo de información. Al hacer clic en un hashtag las plataformas muestran solamente las publicaciones que lo contengan. Existen aplicaciones que permiten seguir un hashtag determinado guardándolo previamente.

Si bien, a fin de simplificar suele usarse un solo hashtag para todo el evento, es posible que se cree uno general para el evento y varios según orador, temática, momento o día del evento entre otras opciones. Así cada publicación incluirá 2 hashtags. Es fundamental que los organizadores del evento creen el o los hashtags y los difundan constantemente para evitar que los asistentes tomen la iniciativa y circulen varios hashtags parecidos atomizando o desorganizando la información.

CASOS

A continuación se mencionarán 6 casos de implementación de eventos en vivo que llevaron adelante empresas, ONG e instituciones educativas.

Congreso Virtual Internacional sobre Educación Virtual

| Institución | Contexto | Descripción de la propuesta |
|--|--|---|
| 3 universidades privadas argentinas con sede en Córdoba, Rosario y Buenos Aires. | Las tres instituciones organizan el Congreso Virtual sobre Educación Virtual | <p>Un Congreso Virtual de 3 días de duración.</p> <p>1º día: simposio sobre educación y tecnología.</p> <p>2º día: especialistas debaten sobre las posibilidades de la educación virtual.</p> <p>3 día: mesa redonda para presentar experiencias internacionales sobre educación virtual y se realizan análisis de casos.</p> |

Presentación del Libro “Emprendedores TIC”

| Institución | Contexto | Descripción de la propuesta |
|--|--------------------------------|--|
| Empresa de tecnología orientada a la educación | Presentación oficial del libro | Una presentación de un nuevo libro en la que se invita a miembros del ámbito empresarial a conocer la nueva publicación de la empresa. El evento inicia con la bienvenida por parte de la empresa y luego continúa con la participación de colegas invitados a comentar el libro. Los asistentes pueden hacer consultas a través del chat público. |

Apertura del año universitario

| Instituciones | Contexto | Descripción de la propuesta |
|--------------------------------|---|--|
| Instituto de Formación Docente | Primera clase magistral de una asignatura anual en una carrera a distancia. | Clase inaugural del Profesorado de Matemática. Asiste la totalidad del alumnado de la carrera. |

Muestra Virtual de Fin de Año – Orquesta Barrial

| Institución | Contexto | Descripción de la propuesta |
|--|---|--|
| Orquesta del Barrio Villa Urquiza, Buenos Aires, Argentina | Muestra de fin de año de la orquesta escolar. | Una exposición de una hora de duración en la que la orquesta hace una demostración del repertorio trabajado durante el año. La convocatoria es abierta y asisten los miembros de la comunidad. |

Ciclo de conferencias virtuales tipo PechaKucha sobre salud

| Institución | Contexto | Descripción de la propuesta |
|----------------------------|---|--|
| ONG del ámbito de la salud | Evento organizado por una ONG. Ofrece conferencias cortas sobre temáticas diversas. | Ciclo de conferencias web conformado por exposiciones breves en formato PechaKucha, mediante 20 diapositivas mostradas durante 20 segundos cada una. |

Presentación de pósters científicos de educación y tecnología

| Institución | Contexto | Descripción de la propuesta |
|--|--|--|
| Universidad Nacional de Tierra del Fuego | Presentación de pósters científicos de un evento académico | Un congreso virtual de educación y tecnología de dos días de duración hará transmisión en vivo de la presentación de pósters científicos. Los disertantes residen en distintos países y participarán de la agenda del evento. |

RECOMENDACIONES PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ONLINE

Es importante considerar algunos aspectos relevantes a la organización de un evento en estos momentos: antes, durante y después.

Antes

- Para preparar una participación en un evento en vivo sugerimos a los organizadores:
- Planificar la agenda del evento y los tiempos previstos para cada una de las actividades del evento.
- Abrir la inscripción al menos dos semanas antes del evento. Es recomendable usar métodos virtuales automatizados para el registro de participantes. Se puede realizar a través de las redes sociales o sitios webs especializados como Eventioz.
- Si el evento es de varias horas o días preguntarle a los asistentes en el formulario de inscripción si estarán presentes durante todo el evento o sólo en algunas instancias previstas en la agenda. De esta forma se tendrá información más precisa sobre la cantidad de asistentes al evento en vivo.
- Difundir el evento con antelación
- Dirigir la difusión a posibles destinatarios interesados a través de redes sociales (como Facebook, Twitter, LinkedIn) de la institución y otras de interés. Compartir la invitación por correo electrónico, boletines institucionales digitalizados, e- cards, entre otros.
- Enviar por correo electrónico y/o publicar en redes sociales la agenda del evento.
- Enviar y/o publicar recordatorios con la fecha y hora del evento. Es recomendable enviarlos un día hábil antes, a primera hora del día elegido y media hora antes. Es importante especificar el huso horario local, para que las personas que participan en otros países puedan saber en qué horario deben ingresar.

- Revisar los aspectos técnicos haciendo una prueba o ensayo con los moderadores y/o presentadores del evento para familiarizarse con el entorno e identificar posibles dificultades.
- Enviar tutoriales o instructivos que expliquen de forma clara y concisa a los asistentes al evento en vivo a) cuáles serán los requerimientos técnicos que deberán considerar para poder ingresar y participar b) cómo será el entorno del auditorio o sala de conferencias.
- Diseñar una encuesta post evento.

Durante

- En el transcurso de un evento en vivo sugerimos a los organizadores:
- Brindar asistencia técnica permanente a los presentadores y moderadores.
- Asistir a los oradores si lo requieren.
- Poner a disposición del orador una vía de comunicación privada (por ejemplo, chat) para canalizar los pedidos de asistencia.
- Consultar con el orador qué elementos necesitará. Por ejemplo, anotadores, lápices, auriculares, caramelos, agua, té, café.
- Establecer previamente con los oradores si desean que el chat público esté habilitado durante todo el evento o solo en el momento de preguntas y respuestas.
- Controlar el tiempo previsto para cada una de las instancias del evento y hacer ajustes para respetar el cronograma planificado. Esto también puede estar dentro de las tareas del moderador.
- Registrar las sugerencias que pudieran hacer el público y las necesidades de ajustes para aplicarlas y mejorarlos en futuros eventos.

Después

- Al finalizar el evento en vivo sugerimos a los organizadores:
- Enviar a los participantes los materiales publicados en el evento, resúmenes y enlaces a grabaciones.
- Responder vía correo electrónico o a través de las redes sociales todas las preguntas que se hicieron durante el momento de preguntas y respuestas.
- Enviar y publicar invitaciones a próximos eventos.

- Implementar la encuesta post-evento. Se sugiere que sea una encuesta en línea y autoadministrada.

Recomendaciones para oradores

Antes

- Para preparar una participación en un evento en vivo sugerimos a los oradores:
- Realizar un diagnóstico previo: conocer los objetivos y el formato del evento, la duración total, el tiempo preciso para la exposición, el contexto en el que se realizará la presentación, las características de los destinatarios (idioma que manejan, lugar de residencia, perfil académico, por ejemplo).
- Apagar los teléfonos móviles y silenciar los teléfonos fijos.
- Diseñar una presentación: identificar cuáles son las ideas principales, desarrollarlas, hacer un esquema, diseñar las diapositivas.
- Contar con un temario y un guion de la presentación que indique los tiempos destinados a cada una de las partes de la presentación.
- Ensayar previamente en la sala de conferencias del evento y controlar que el tiempo necesario es el destinado a esa charla según los organizadores.
- Comunicarse con el organizador para compartir dudas y consultas.

Durante

- Para brindar una presentación recomendamos:
- Atraer y mantener la atención de los asistentes.
- Interactuar con los asistentes a través de la propuesta de participación a partir de una consigna a resolver en el chat o en Twitter, por ejemplo.
- Usar herramientas y materiales de apoyo (Power Point, pizarra digital interactiva, etc.).
- Manejar las pausas, las posturas físicas, los gestos, el vocabulario, el énfasis, los matices, la dicción, el volumen de la voz etc.
- Introducir alguna referencia a experiencias vivenciales para acercar a los asistentes a la temática del orador.

- Chequear el tiempo de exposición y hacer ajustes si es necesario.
- Realizar un cierre del discurso que sintetice lo expuesto e introduzca nuevas preguntas y reflexiones finales.

Después

- Ver grabaciones e identificar las fortalezas y las debilidades de la presentación.
- Solicitar opinión a colegas para mejorar en otros eventos.
- Chequear los aspectos de organización (puntualidad, tiempos asignados para cada una de las etapas de la presentación).

Recomendaciones para los participantes

- Agendar el día y horario del evento.
- Consultar en un conversor horario el horario de referencia indicado en la invitación y/o formulario de inscripción.
- Revisar los tutoriales para familiarizarse con la sala de conferencias web y para chequear los requisitos técnicos.
- Ingresar puntualmente al evento.
- Participar en el chat público y/o en las redes sociales respondiendo a las consignas propuestas por los oradores u organizadores.
- Evitar exponer en el chat público comentarios o valoraciones personales no vinculadas con la temática a la que hace referencia el orador.
- Tener a mano todos los elementos que se necesitarán durante los bloques del evento: auriculares, anotadores, lapiceras, tabletas, celulares, mate, té, café, etc.
- Si el evento es extenso, chequear en la agenda cuándo serán los intervalos para el descanso.
- Estar presentes hasta el final de la exposición de los oradores.

ENLACES ÚTILES

Preguntas frecuentes

<http://www.wormholeit.com/es/auditorium>

App para iPhone y iPad:

<https://itunes.apple.com/es/app/wormhole-classroom/id661296837?mt=8#>

App para dispositivos Android:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=air.com.wormholeit.rtc.mobile>

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Basiel, Anthony and Howarth, Mike (2011) Models of webcasts and webinars: towards interactive new-media webcasts. *Middlesex Journal of Educational Technology*, 1 (1). ISSN 2041-2762. Disponible en:

<https://eprints.mdx.ac.uk/view/creators/Basiel=3AAnthony.html>

Clark-Ibáñez, Marisol; Scott, Linda (2008). Learning to Teach Online. *Teaching Sociology*, Vol. 36, No. 1, Lessons Learned at the 2007 ASA Annual Meetings: Insights from the Teaching-Related Workshops (Jan., 2008), pp. 34-41.

Clay, Cinthya (2012). *Great Webinars: Create Interactive Learning That Is Captivating, Informative, and Fun*. Disponible en: books.google.com

De Kare, Silver Michael (2011). *E-shock 2020: How the Digital Technology Revolution Is Changing Business and All Our Lives*. Palgrave Macmillan.

Marek, Kate (2009). Learning to Teach Online: Creating a Culture of Support for Faculty- *Journal of Education for Library and Information Science*, Vol. 50, No. 4 (Fall 2009), pp. 275-292.

Musumeci, Graciela; Bonina, Augusto (2004). *Cómo organizar eventos 2004*. Buenos Aires: Valleta ediciones.

TED. Manual del orador. Disponible en:

http://storage.ted.com/tedx/manuals/TEDx_Manual_del_Orador.pdf

(Consulta: 11/03/2014).

GLOSARIO

Auditorio: del latín *auditorium*, espacio conformado por una audiencia que asiste a un evento.

Compartir escritorio: funcionalidad que permite la difusión de la pantalla del presentador o anfitrión en una reunión virtual o conferencia web.

Disertación: exposición detenida y metódica sobre alguna materia ya sea para exponerla o para refutar opiniones ajenas.

Evento en vivo: suceso de índole académica, social, deportiva o artística transmitido en vivo a través de una plataforma de comunicación específica.

Hashtag: etiqueta conformada por el símbolo numeral (#) y una o varias palabras sin espacios que se utiliza para organizar información.

Microblogging: servicio que permite el envío y publicación de mensajes breves. Twitter es un ejemplo paradigmático.

Moderador: persona que, en un evento, cumple el rol de presentar, dirigir, organizar, dar la palabra, controlar los tiempos, la agenda y exponer conclusiones.

Orador: persona que, en un evento, ofrece un discurso, disertación, conferencia, opinión en público.

Participante: perfil de usuario destinatario de las conferencias web o transmisiones en vivo. No tiene permisos de administración.

Pecha kucha: género o formato de presentación en el cual se expone de manera sencilla, creativa e informal mediante 20 diapositivas mostradas durante 20 segundos cada una.

Póster: forma de exponer trabajos en congresos y reuniones científicas en un formato principalmente gráfico.

Presentador: anfitrión de una reunión virtual o conferencia web que conduce el encuentro, modera los intercambios y otorga permisos para la participación.

Red social: servicio que ofrece una plataforma y permite construir un perfil público o semi-público para contactarse con otras personas e interactuar en línea.

Streaming: distribución de contenidos multimedia a través de una red de computadoras de manera que el usuario consume el producto al mismo tiempo que se descarga. Se aplica principalmente a la difusión de audio y/o video.

Tutorial: material que instruye acerca de un procedimiento o pasos para realizar determinada actividad. El material puede presentarse en forma de texto, imagen o video.

Créditos

Contenidos: María Ximena García Tellería, Marta Libedinsky, Paula Pérez y Ana Laura Rossaro -Fundación Evolución - www.fundacionevolucion.org.ar

Buenos Aires, marzo 2014.



Contacto

soporte@wormholeit.com

USA: (+1) 415 992-7270

ARG: (+5411) 5254-0115Twitter

Sitio web: <http://www.wormholeit.com/es/>

Twitter: <https://twitter.com/WormholeIT/>

Facebook: <https://www.facebook.com/WormholeIT>

Google +: <https://plus.google.com/u/0/113492974507224520601/posts>

Estrategias de diseño e implementación de eventos en vivo

