

**Miguel
Chamorro Maldonado**



*Doctor en Comunicación y Periodismo,
Universidad Viña del Mar*

Video Conferencia: Nuevas formas de hacer televisión

La pandemia del Coronavirus durante el presente año he generado una variedad de cambios culturales, de entretención, de producción, distanciamiento y nuevas formas de sociabilidad como consecuencia de las propias facilidades de la tecnología con sus aplicaciones.

La Televisión, un medio social de compañía hacia la audiencia que mantiene una tradición imborrable frente a los avances de las nuevas pantallas digitales, los programas comienzan a usar modelos del video chat y sistemas de conferencias como las aplicaciones de comunicaciones muy utilizadas en tiempos de pandemia.

Independiente del capital cultural que aportan o no algunos programas, lo cierto es que debido a la pandemia comienzan aparecer los cuadros de conexión para poner el valor de conversación social en el contexto de los nuevos espectadores que ha formado la tecnología conectada a dispositivos. Los cambios experimentados por la televisión en los últimos diez años forman parte de una ruta encausada por múltiples conexiones que permiten al nuevo espectador asimilar de otra forma los programas que han adoptado el formato video conferencia entre sus participantes en el nuevo paradigma del entorno digital que experimenta la televisión hecha desde casa.

Uno de los cambios es el formato streaming aplicados tanto en los entornos digitales como en la Televisión con espacios en formato de conferencias. La modalidad genera lo que se comenta en la actualidad muchas veces en el lenguaje: extensión de las pantallas y contenidos para llamar la atención de sus audiencias, cumpliendo así abrir espacios de oportunidad para que lo visionado, sea más que una parrilla de navegación, programas multidimensionales.

Elena Neira el año 2015 señalaba que “el concepto clásico de televisión se ha quedado obsoleto, precisamente, excluye muchas opciones de consumo, que han dejado de ser residuales y se han convertido en la primera alternativa para muchos espectadores”.

Este punto resulta importante en la triada Internet-Televisión-Plataforma para ver los signos de la comunicación como nos enseñó, para aquellos que han leído algo de semiótica vinculado a la comunicación, cualquiera sea esta, como explica Carlos Vidales (2008), investigador de la Universidad de Guadalajara, México, la semiótica describe procesos de comunicación no en términos de intercambio de mensajes, sino en la producción de los sentidos, la acción de los signos, de semiosis, es decir, toda imagen que pueda llegar a nuestra mente para interpretar los signos de un lenguaje que se traducen en procesos de producción de significado, para culminar en un sistema que implica a la cultura y un conjunto de intercambios culturales que se traducen en la comunicación.

Y es justamente aquello que hacen algunos programas de televisión con la participación de actores sociales que hacen de emisores y receptores al mismo tiempo, pero que estructuran, de forma implícita, pero evidente, lo que el sistema tecnológico nos ha dado en los últimos veinte años, pero que la pandemia hace que todo lo que divisemos en las pantallas, se convierta en cotidianidad donde, hablar por video conferencia ya no solo es de usuarios, sino también de programas televisivos.

Posiblemente y de acuerdo al formato y estilo, los noticieros mantienen su formalidad de entrevista estructura en el que, la video conferencia es posible visibilizar, pero no se acerca a la espontaneidad de las conversaciones virtuales dadas en las pantallas de las plataformas. Sin embargo, por la televisión han pasado muchos programas deportivos, más ahora que ha comenzado el fútbol profesional, nuevamente, y los “webinar televisivos” responden a esta moda de la posmodernidad en el que el mundo virtual, todas sus acciones como “todo vale”, personas y tecnologías se diluyen en el gran océano sin barrera de las cuestiones desestructuradas de esta nueva comunicación. Las reglas han cambiado y la relación con lo que queda de televisión, ya es diferente. Los conductores nos invitan a participar de esta televisión social en el que ya no basta comentar por Instagram o mandar un hashtag vía Twitter, sino además entrar en este modelo interactivo de aplicación Zoom o Meet de Google para mirar la televisión y poner nuestras impresiones a determinados programas audiovisuales. Este es el impacto de un fenómeno en evolución, día a día, en el escenario de la tecnología, la televisión social y las segundas pantallas.