

TRIBUNA LIBRE

14/12/2004

Del Homo sapiens al Homo e-zapping

0

 0

Si el Homo sapiens es el hombre sabio, racional, ¿qué es el Homo zapping? El hombre zapeador, una nueva especie derivada de la primera, fruto de su relación con el medio de comunicación más influyente, la televisión. La evolución de la especie humana fue exclusivamente natural hasta que el hombre sabio "se pasó de listo". Cuando Darwin expuso su teoría evolutiva, el Homo sapiens era el último eslabón de la cadena. Sin embargo, con la expansión de la televisión a mitad del siglo XX, se empezó a gestar un paso evolutivo más que todavía no ha finalizado. El Homo zapping aparece con el advenimiento de la "neotelevisión" y el mando a distancia. La multiplicidad de canales y la posibilidad de cambiar de uno a otro desde el sofá ha originado un "telespectador compulsivo" que, ante la imposibilidad de saciar su apetito televisivo, intenta seguir todos los programas al mismo tiempo. En las parrillas de los canales españoles proliferan los espacios de zapping que proporcionan a la audiencia más adicta la dosis necesaria. Programas compuestos por los fragmentos más espectaculares de otros, ya sean emitidos por la propia cadena o por las competidoras, recientemente o años atrás. La batidora, Visto o no visto o Tv-on son sólo algunos ejemplos. Más originalidad aporta el programa creado por la productora catalana "El Terrat" para Antena 3. En un claro intento de rizar el rizo han ideado Homo zapping, uno de los rizos televisivos más exitosos de las últimas temporadas —con el permiso de Bisbal—. Un espacio de zapping construido a partir de parodias de otros programas. Los ingredientes de este éxito no son un secreto: unos buenos e ingeniosos guionistas, unos actores polivalentes, un invitado famoso cada semana y un gran sentido del humor. Homo zapping no es más que una parodia televisiva en la que la televisión se ríe de ella misma en un ejercicio de divertida autocritica. El respaldo de la audiencia a este formato se ve refrendado viernes tras viernes. Durante el pasado mes de noviembre, todas sus emisiones superaron los cuatro millones de seguidores y alcanzaron una media del 25% de share. El viernes 3 de diciembre, el espacio logró su mejor dato con 4.339.000 telespectadores y una cuota de pantalla del 27,3%. Como diría Camacho, "¡imparable!". Imparable también se muestra el consumo de televisión en España. Si bien es cierto que el aumento de la oferta programática no ha venido acompañado de un incremento proporcional del consumo televisivo, no lo es menos que la audiencia de nuestro país es una de las más fieles seguidoras del medio. A falta de los datos del presente mes, el consumo medio anual de televisión en nuestro país es de 216 minutos diarios por persona. Esto significa que este año se batirá el récord histórico de tiempo que pasan los españoles ante el televisor, que estaba fijado en 214 minutos, cifra alcanzada en 1996. Si "supuestamente" dormimos durante ocho horas, trabajamos otras ocho, comemos varias veces al día y vemos tres horas y treinta y seis minutos la pequeña pantalla, ¿qué tiempo nos queda para realizar otras actividades? La televisión ha influido y seguirá influyendo en la forma de vida y en la evolución de la especie humana. El proceso evolutivo humano continua su camino de la mano del proceso evolutivo de la televisión. La televisión digital traerá consigo aquello que los teóricos del medio llaman el Narrowcasting, la televisión de la abundancia. El continuo aumento de la oferta televisiva hará aumentar el número de telespectadores compulsivos, aquellos que sienten un deseo irrefrenable de cambiar de canal cada minuto y que no ven ni quieren ver ningún programa en concreto. Éste es el Homo zapping. Además, la digitalización vendrá acompañada de la interactividad, que permitirá a la audiencia participar y responder al mensaje que recibe. La e-televisión, fruto de la interacción con Internet, creará un nuevo perfil de telespectador que ve, responde, busca, cambia de canal, vuelve a cambiar, responde otra vez y desea todavía más. Éste es el Homo e-zapping. ¿Y qué ocurre con esas personas que simplemente ven y verán la nueva televisión, beneficiándose de sus avances, y que no quedan atadas a ella? Éste es el Homo sapiens.

0

