

El negocio de las emociones

La televisión ha sido uno de los medios de comunicación de más alto impacto en nuestra sociedad, con ventajas y desventajas se ha posicionado dentro de las familias y los grupos sociales. En la actualidad vemos una programación que bombardea a todos los gustos, involucra a todas personalidades, pareciera que está definida para cada estilo de vida. Hoy se producen más reality shows, más telenovelas, más series que ocupan nichos específicos. Antes el éxito para las televisoras radicaba en la venta de publicidad, en este momento el éxito radica en la venta de emociones. Nos presentan historias de personajes reales, de gente común, nos cuentan sus historias, nos contagian de sus sufrimientos y emociones y los televidentes compran esas historias en cada uno de los programas. La Academia, el show de los peques, la Voz México, Caso cerrado entre muchos de la oferta televisiva existe una historia que hace que encendamos el televisor, que enviemos mensajes, que coloquemos un <me gusta> en las redes sociales.



Todo lo que se producen en televisión tiene una incidencia en la emotividad, trátase de televisión abierta o de paga, programas como el titulado Reconstrucción total hacen un llamado a las fibras sensibles del ser humano; la hiperestimulación sensorial se encuentra involucrada en toda la planeación televisiva. Cuando el televidente se siente parte de la historia que le están transmitiendo el aparato crítico sobre si es un programa bueno o malo se nubla, es por ello que muchas historias llamadas del corazón tienen tanto éxito, es por ello que en el paquete de un nuevo programa cuentan historias que provoquen tristeza, compasión, clemencia e incluso altruismo, con ello los televidentes se ven impactados y hacen clic de forma automática con los programas.

La televisión es una realidad manipulada a través de las emociones, en estos tiempos se miden las ratings de las emociones y se ha descubierto que la pena, la rabia y el miedo son las emociones que más experimente el individuo. Es importante que cada vez que consumamos un programa seamos conscientes de esta realidad manipulada, con la finalidad no de convertirnos en unos analistas y críticos de la televisión sino con la capacidad de saber qué estamos viendo incluso para divertirnos. Hoy los géneros televisivos son una amalgama, lo que nos informa nos persuade, lo que nos entretiene nos catequiza.

Por: María Velázquez Dorantes.