

LA TELEVISIÓN PEINA CANAS

EL ENVEJECIMIENTO DEL PÚBLICO DE LA TELEVISIÓN LINEAL ES IMPARABLE, ACELERADO POR EL STREAMING Y LAS NUEVAS FORMAS DE OCIO DIGITAL: EN ESPAÑA EL ESPECTADOR TIPO TIENE 57 AÑOS. ESTE FENÓMENO SE REPLICA EN EL RESTO DEL MUNDO

por Luis de Zubiaurre

«**E**stá bueno. Es sexy. Tiene 72 años». Así promocionó el año pasado la cadena estadounidense ABC una nueva edición de su popular franquicia *The Bachelor*, un reality en el que un atractivo soltero debe elegir a su pareja entre una veintena de jóvenes explosivas. Pero en esta ocasión el protagonista y sus pretendientes tenían una característica que no se había dado nunca en las 27 temporadas anteriores del programa: se trataba de Gerry Turner, un viudo de 72 años —por supuesto, con una planta de galán de cine—, que debía escoger a su media naranja entre solteras, divorciadas y viudas de entre 60 y 75 años de edad. Bienvenidos a *The Golden Bachelor*, el soltero dorado. Este spin-off del reality de parejas es un reflejo de una sociedad paulatinamente envejecida. Pero sobre todo de una televisión cuyos espectadores son cada vez más



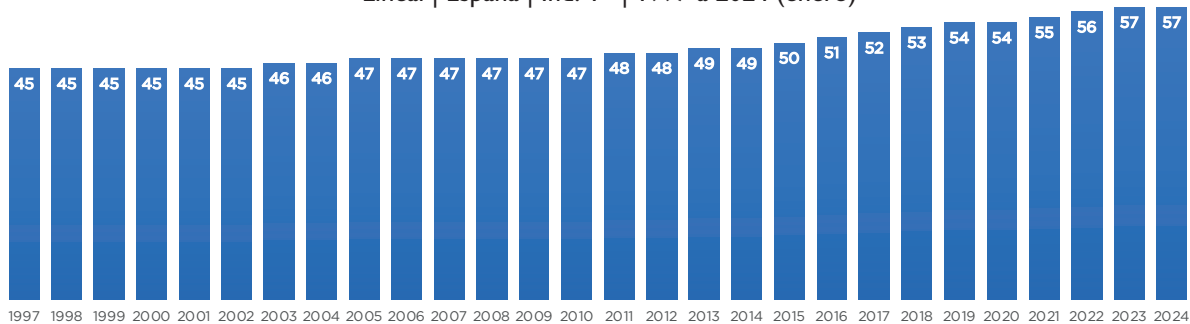
El fenómeno del envejecimiento del medio televisivo tiene que ver con la migración de los públicos jóvenes hacia los nuevos servicios de ficción y entretenimiento

añejos. El medio televisivo, igual que predominantemente femenino, también ha sido siempre de perfil mayoritariamente adulto. Pero la edad media del espectador de los grandes canales convencionales de todo el mundo se ha incrementado exponencialmente en los últimos años, con los públicos jóvenes migrando hacia los nuevos proveedores de contenidos de ficción y entretenimiento y de otras formas de ocio digital (operadores

de streaming, redes sociales, plataformas de vídeo, música en streaming, pódcast, etc). Así, el espectador de la cadena ABC, la que emitió *The Golden Bachelor*, tiene una edad media de 64 años. Y curiosamente, según explica *The New York Times*, los mismos contenidos de la ABC que se distribuyen en la plataforma de streaming Hulu —ambos, ABC y Hulu, son propiedad de Disney Entertainment— tienen un perfil de 42 años; 22 más joven que el canal lineal. Es decir, los contenidos definen el público, pero en gran medida lo hace también el canal de distribución. Y los jóvenes le están dando la espalda a la TV lineal de toda la vida. *The Golden Bachelor* «ha servido para recordar a los anunciantes quiénes son los que ven los programas de televisión; y estas personas de más edad tienen mucho dinero», afirma Alain Wolk, cofundador de TVREV, consultora de análisis de medios de comunicación, en la website *MoneyWatch*. I→

EVOLUCIÓN DE LA EDAD MEDIA DEL ESPECTADOR DE TV

Lineal | España | Ind. 4+ | 1997 a 2024 (enero)



Fuente: Barlovento Comunicación según datos de Kantar

«Muchos anunciantes se están dando cuenta del valor de estas audiencias de más edad. Desde ese punto de vista se trata de un movimiento inteligente de la ABC, porque su fuente de ingresos sigue siendo la publicidad», añade. Aunque muchos canales, de la mano de los anunciantes, han privilegiado las audiencias más jóvenes, en la actualidad los más añejos *boomers* y la generación X son la columna vertebral y la esperanza de la televisión lineal, que ve improbable la recuperación de los más jóvenes *millennials* y compañía.

Pero el envejecimiento de la audiencia no es exclusi-



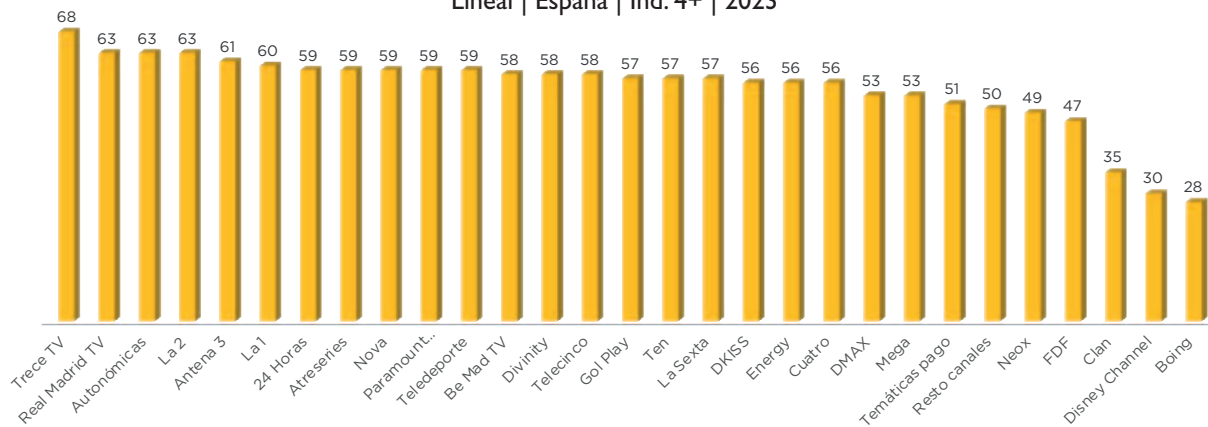
vo de la televisión lineal en abierto, tradicionalmente la modalidad de TV con un público más veterano. En Estados Unidos, antaño la meca de la TV de pago, cada vez

Los *realities* son un buen formato para acercarse a un target comercialmente más atractivo: la audiencia joven

más suscriptores se dan de baja y se pasan a las ofertas de *streaming* —más baratas y con muchos de los contenidos que marcan tendencia— dando lugar al

RANKING DE CANALES SEGÚN LA EDAD MEDIA DE LOS ESPECTADORES

Lineal | España | Ind. 4+ | 2023



Fuente: Barlovento Comunicación según datos de Kantar



fenómeno conocido como *cord-cutting*. Pero la audiencia de la TV de pago no solo se jibariza, sino que también empieza a mostrar arrugas. La *website* especializada *Cord Cutter News* cita el ejemplo del canal de pago Cartoon Network: «Se anuncia como un canal dirigido a niños y niñas de entre 6 y 12 años, pero la mayoría de sus telespectadores son mayores: el 75% de ellos supera los 18 años y el 43% los 30. Y continúa: «La próxima generación de potenciales abonados a la televisión por cable está ahora en el *streaming*. Los niños ven YouTube Kids en lugar de Cartoon Network y los mayores, Paramount+ o Disney+». El reto al que se enfrentan ahora las empresas de televisión por cable no es solo retener a los abonados actuales, sino atraer a nuevos suscriptores que insuflen nuevos aires —y más juveniles— a la cartera de clientes.

España no es ajena a este proceso de envejecimiento de la audiencia televisiva que condiciona las programaciones y los contenidos de un medio tradicionalmente masivo y familiar. En la actualidad la edad media del espectador español de televisión es de 57 años, mientras que en

LQSA es una de las series míticas de la televisión, capaz de reunir audiencias más jóvenes frente a la pantalla. Y además genera una gran fidelidad

2010, año en que se produjo el apagón analógico de la mano de la TDT, esta era de 47, según datos de Kantar facilitados a Tivù por Barlovento Comunicación. Es decir, en estos últimos 14 años el espectador de TV en España se ha echado 10 años sobre los hombros, mientras que en el mismo espacio temporal que va de 1997 a 2010, solo pasó de 45 a 47. No es solo que la TV envejezca, sino que lo hace a un ritmo creciente: suma un año cada 12 o 24 meses mientras que en el pasado reciente eso no se

MUCHOS ANUNCIANTES SE ESTÁN DANDO CUENTA DEL VALOR DE ESTAS AUDIENCIAS DE MÁS EDAD

producía hasta transcurridos unos 60 meses.

Trece TV, el canal de la Conferencia Episcopal Española, es con diferencia el más envejecido a cierre de 2023: 68 años, once más que el espectador medio. Siguen Real Madrid TV, las públicas autonómicas y La 2, todos con 63 años. De los tres canales de mayor audiencia, Antena 3 es también el de mayor edad: 61, frente a los 60 de La 1 y los 58 de Telecinco. La agrupación de canales temáticos

de pago se mantiene en la zona de los jóvenes, aunque supera la cincuentena (51). Los canales infantiles Clan, Disney Channel y Boing cierran el ranking de edad con un público de 35, 30 y 28 años, respectivamente.

Antena 3 también es, junto con Cuatro, la cadena que más ha envejecido en los últimos 12 años; desde 2011 ambas han sumado 13 años a la media de edad de sus espectadores. Ambas, también, eran las que partían de un perfil más joven; en 2011 tenían 48 y 43 años, respectivamente. Por el contrario, La 1 y Telecinco solo han incrementado en seis años su edad desde 2011.

Telecinco ha conseguido atraer, con algunos títulos de *realities* y series como *La isla de las tentaciones* y *La que se avecina*, públicos más jóvenes y, asimismo, comercialmente más atractivos. Antena 3, con sus concursos y culebrones turcos, concita audiencias de mayor edad. De hecho, el perfil del espectador de *Pasapalabra*, *Secretos de familia* y *Hermanos* supera con holgura los 60 años. Y allí también reside el éxito de Antena 3, muy consciente de que el liderazgo descansa en buena parte en seducir a las generaciones mayores. La búsqueda de programas que apelen a la nostalgia o la recuperación de formatos de tirón en el pasado es otra de las fórmulas para hacerse con los públicos de mayor peso demográfico en el TTV. Y es que los españoles menores de 45 años son los que han dejado de ver I→



la televisión convencional en mayor medida. Mientras que el ciudadano medio ha pasado de 239 minutos diarios en 2011 a 174 en 2023 (un 27% menos) —aproximadamente una merma en la misma proporción que los de 45-64 (-26%)— las pérdidas superan el 50% en los grupos de edad más jóvenes: un descenso del 53% en el de 25-44; del 60% en

13-24 y del 57% en los niños de 4-12. Por el contrario los mayores de 64 años, sólo han reducido su tiempo de visionado un 2% respecto a 2011. Mientras que en 2011 el 56% de la audiencia de televisión era mayor de 44 años, en 2023 ya ha supuesto más de tres cuartas parte del total: un 77,6%. El envejecimiento del medio es un fenómeno global y se

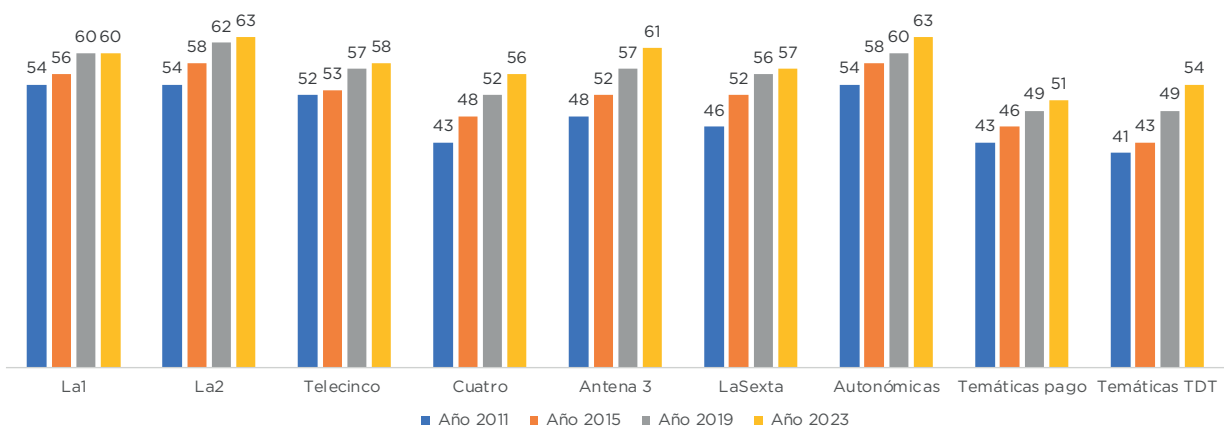
El perfil del espectador de Pasapalabra, Secretos de familia y Hermanos supera con holgura los 60 años

hace sentir con gran intensidad también en el conjunto de Europa, donde va aparejado a unos menores índices de consumo televisivo. La reducción del tiempo de visionado de la televisión lineal muestra un retroceso espectacular en el último decenio. En el Reino Unido entre 2012 y 2022 el consumo de televisión de los adultos de 25 a 34 años y de 35 a 44 años ha disminuido en algo más de dos horas al día, un 63% y un 53% respectivamente. Y los niños y los jóvenes menores de 25 años han reducido colectivamente su promedio diario de visionado en un 73 % en esos diez años.

Como señala el informe *Media Nations Report 2023* del regulador británico Ofcom, «considerando todos los dispositivos, la televisión lineal significó el 44% del consumo total de vídeo en 2022 y, junto con el visionado en diferido y el vídeo a la carta

EVOLUCIÓN DE LA EDAD MEDIA DEL ESPECTADOR DE LOS PRINCIPALES CANALES DE TV

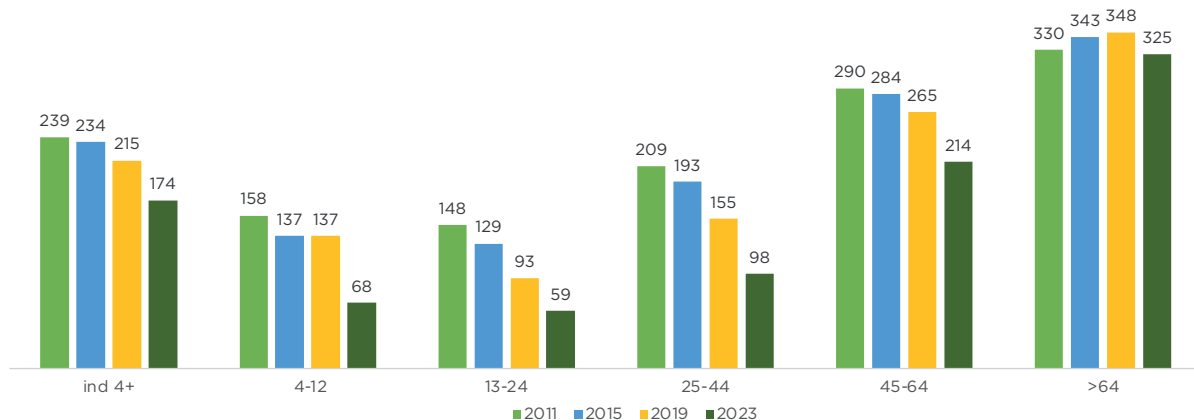
Lineal | España | Ind. 4+ | 2011, 2015, 2019 y 2023



Fuente: Barlovento Comunicación según datos de Kantar

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE TV EN MINUTOS SEGÚN GRUPOS DE EDAD

Lineal | España | Ind 4+ | 2011, 2015, 2019 y 2023



Fuente: Barlovento Comunicación según datos de Kantar



(BVOD), todos los contenidos de los organismos de radiodifusión representaron el 60% del total del consumo de vídeo». En resumen: un 40% del tiempo dedicado a los contenidos de vídeo en el Reino Unido ya no corresponde a los canales de televisión tradicionales, sino que se distribuye entre operadores de streaming SVOD y AVOD

El espectador de la cadena estadounidense ABC tiene una edad media de 64 años. Esos mismos contenidos en su plataforma tienen un perfil de 42 años

y plataformas de intercambio de vídeo como YouTube.

Los grupos de edad más jóvenes, especialmente en el caso de la televisión en directo, invierten menos tiempo de visionado, continúa el informe de la Ofcom. Solo el 23% del tiempo total que los niños de 4 a 15 años dedicaron a ver vídeo en 2022 correspondió a canales de televisión, mientras que un 38% se destinó a YouTube y otros servicios similares y un 19% a las plataformas SVOD y AVOD. «En el otro extremo, entre los adultos mayores de 75 años, la televisión en directo representó en 2022 el 79% del total del visionado y hasta un 91% si se añaden los contenidos grabados y los procedentes de las plataformas BVOD: ello demuestra la importancia de la televisión lineal para el público de más edad», concluye el *Media Nations Report 2023*.

El alcance semanal de la televisión lineal disminuye constantemente, como demuestra el ejemplo británico: pasó del 91% en 2017 al 79% en 2022. En esos cinco años los

EL ENVEJECIMIENTO DEL MEDIO ES UN FENÓMENO GLOBAL QUE SE HACE SENTIR CON GRAN INTENSIDAD EN TODA EUROPA

mayores descensos se produjeron entre los públicos de menor edad: mientras que en 2017 el 82% de los individuos de 16 a 24 años veía semanalmente la televisión lineal, el porcentaje se desplomó hasta el 54% en 2022. Entre los niños de 4 a 15 años pasó del 87% en 2017 al 60% en 2022. Por el contrario, el *reach* semanal entre los mayores de 65 años se ha mantenido constantemente alto; un 96% en 2022 frente al 97% cinco años antes: la fidelidad de la tercera edad. Por cierto, Gerry Turner, el viudo protagonista de *The Golden Bachelor* acabó encontrando en el *reality* a su media naranja, Theresa Nist, de 70 años. Ambos se casaron el 4 de enero de 2024. Y, cómo no, la boda se retransmitió en directo por la ABC.

©ABC/Disney, ©Antena 3, ©Telecinco