

MÁS ALLÁ DEL PÚBLICO INFANTIL



Los dibujos animados han dejado de ser exclusivos para niños. En la actualidad, la animación ha evolucionado hasta convertirse en un género con un enorme potencial. No obstante, aún enfrenta desafíos para consolidarse en el mundo del entretenimiento e intenta desprenderse de la errónea concepción generalizada de que su audiencia se limita al público infantil, una creencia que está quedando obsoleta

por Emanuela Marrocu

En las últimas dos décadas, la animación ha experimentado notables transformaciones. Este cambio se atribuye en parte al avance tecnológico, el cual ha agilizado y democratizado la producción y distribución de series animadas. Además, hay un componente generacional importante: la aceptación de caricaturas dirigidas a un público adulto ya no es algo novedoso. Los adultos de hoy han crecido con clásicos como *Los Simpson* o *South Park*, mientras que las generaciones más jóvenes

han sido influenciadas por producciones aparentemente dirigidas a niños, como *Hora de Aventuras*, *Steven Universe* y *Gravity Falls*, que han desafiado las convenciones del género. Este fenómeno demuestra que los contenidos con estéticas infantiles pueden tener un atractivo para un público adulto, y viceversa.

A pesar de la creciente relevancia del género, cuyo valor de la industria global se estima superará los 534.000 millones de dólares en 2031 según datos de Statista, la animación sigue siendo relativamente

desconocida en la industria del entretenimiento. La animación permite contar todo tipo de historias con esquemas temáticos y narrativos diversos. Sin embargo, ¿conocemos a su audiencia real?

En Norteamérica, la animación para adultos tiene una larga y sólida trayectoria, con series como las ya mencionadas *The Simpson* y *South Park*, o *Padre de Familia* y la exitosa *Rick y Morty*. A pesar de que estos títulos hayan gozado de una penetración capilar y exitosa en el territorio nacional, en comparación con otros I→

CADENAS EN ABIERTO

- La media de edad del espectador que ve TV lineal en abierto es de 55 AÑOS
- TRECE se sitúa a la cabeza de las cadenas en abierto con un público más envejecido
- 4 de las 5 cadenas de RTVE tienen un público superior a los 55 años De ellas, LA 2 es la cadena con un público más adulto
- Los espectadores de las temáticas deportivas TELEDEPORTE, GOL, BARÇA TV y REAL MADRID HD superan los 55 años

Media de Edad de los espectadores de canales en abierto de España
Marzo 2019 KANTAR MEDIA

+ ADULTOS		+ JÓVENES	
TRECE	67 AÑOS	Disney	27 AÑOS
El Trece Páramo	67 AÑOS	3	28 AÑOS
2	63 AÑOS	clan	29 AÑOS
26h	62 AÑOS	neox	40 AÑOS
1	60 AÑOS	5	43 AÑOS
Paramount Network	59 AÑOS	MEGA	48 AÑOS
El Nueve	58 AÑOS	El Nueve	50 AÑOS
5	58 AÑOS	BOING	50 AÑOS
El Nueve	57 AÑOS	DE MAD	50 AÑOS
El Nueve	57 AÑOS	El Nueve	51 AÑOS
tóp	56 AÑOS	El Nueve	51 AÑOS
NOVO	56 AÑOS	El Nueve	51 AÑOS
6	56 AÑOS	El Nueve	52 AÑOS
GOL	55 AÑOS	A3S	53 AÑOS

territorios, en España apenas se producen series de animación para adultos, con las cadenas de televisión optando mayormente por programación infantil. Recientemente, HBO Max ha apostado por la serie española *Pobre Diablo*, de Miguel Esteban, Joaquín Reyes y Ernesto Sevilla, coproducida con Rokyn Animation y Buendía Estudios, pero la preferencia de las cadenas por los contenidos infantiles continúa representando un gran desafío.

PERFIL DE LA AUDIENCIA

A pesar de que la programación infantil es predominante en las parrillas, resulta curioso descubrir que, según datos publicados por DOS30' en 2019, los canales infantiles tienen una audiencia con una media de edad bastante elevada. La media de edad de los espectadores de Clan es de 29 años, Boing de 28 años y Disney Channel de 27 años. Esto se debe en parte a que los niños suelen estar acompañados por adultos y que la parrilla incluye alguno que otro programa destinado a targets más amplios. Por ejemplo, en lo que va de año, en Boing, el canal más visto entre los niños

de 4-12 años con una cuota del 10,9%, el programa más visto ha sido la película de *Los Minions*, en Disney Channel *Monstruos S.A.*, los dos títulos a target familiar; y en Clan *Bob Esponja*. Del mismo análisis, surgió también que el 46,1% del público de Disney Channel tiene una media de edad de 8 años mientras que el 28,2% de su audiencia tiene 36 años. También es reseñable el alto 12,6% del público de la cadena infantil que tiene 52 años. En cuanto a Clan, el 43,8% de su público tiene una media de 7 años y el 31,9% tiene 36. Hay que destacar también que el 13,9% de su audiencia tiene 54 años. Por último, el porcentaje más alto del pú-

blico de Boing (47,1%) tiene 8 años mientras que el 22,2% de espectadores de este tiene 37 años de media. Por último, el 14,9% de la audiencia de la cadena de Mediaset tiene 52 años de media.

HBO Max ha apostado por una serie española coproducida por Buendía Estudios y Rokyn Animation. *Cocomelon* es una serie de gran éxito en YouTube. Su canal figura entre los tres más vistos

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

La transformación digital, jun-

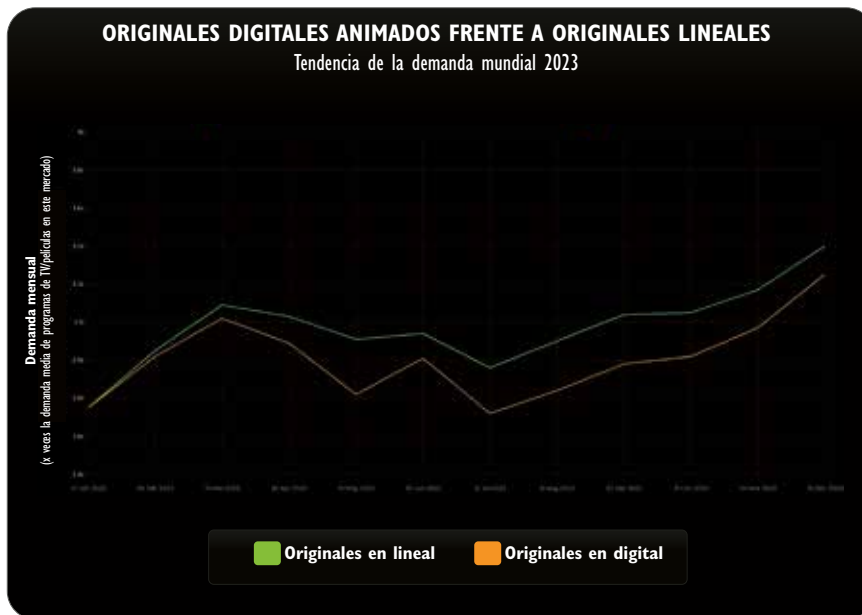




ANIMACIÓN MÁS DEMANDADA: Q1 2024

ORIGINALES DIGITALES ANIMADOS FRENTE A ORIGINALES LINEALES

Tendencia de la demanda mundial 2023



(Fuente: Parrot Analytics)

A pesar de la creciente proliferación de plataformas, los **originales lineales** siguen superando a los **digitales**

to con los hábitos cambiantes de los espectadores, están remodelando las demandas del mercado. Según estudio *Future Horizons: Gazing into Animation's Crystal Ball* elaborado por Parrot Analytics, la demanda de contenidos de animación para adultos supera la oferta, con una tendencia ascendente desde 2015. También se aprecia que los originales lineales siguen teniendo un buen rendimiento frente a los de plataforma y que los contenidos animados para adultos son

Rick y Morty es una serie de televisión de animación para adultos creada para Adult Swim, que también se emitió en Cartoon Network

Parrot Analytics nos muestra cómo los originales lineales siguen teniendo un buen rendimiento frente a los de plataforma

más populares entre hombres de 18-24 años. Sin embargo, Youtube es la plataforma principal a nivel mundial en la distribución digital de contenido infantil, y las demás plataformas luchan para arrebatarle el liderazgo o, por lo menos, para beneficiarse del éxito que marca la plataforma. *Cocomelon*, la serie infantil más vista y demandada a nivel mundial, se lanzó en Youtube. Disney recientemente lanzó *Morphle and the Magic Pets* basados en la serie

original de YouTube y Amazon emite un número importante de programas animados infantiles que son originales de YouTube.

IMPACTO DE LAS OTTS

Uno de los factores que ha propiciado la ampliación del alcance del género de animación es, sin duda, el auge del *streaming*, facilitando su visionado y popularidad junto con la promoción de nuevas propuestas dirigidas a un público que va más allá de la audiencia infantil. La evolución de las preferencias de la audiencia y los cambios en el consumo de contenidos se está plasmando en una transformación dinámica del mercado que está enriqueciendo los formatos audiovisuales para todas las franjas de público. Según los datos recogidos por MarketSplash, en 2022 el 30% de todo el consumo de animación se realizó en plataforma.

En particular, el incremento del consumo de contenido en *streaming* ha influido positivamente en la industria de la animación, con un aumento de la audiencia registrada especialmente para el contenido infantil. Las OTTs han abierto una nueva puerta a la animación, estimulando la demanda y, consecuentemente, la inversión en contenido, sobre todo en originales en lugar de licenciar catálogos de terceros. Además, el modelo de *streaming* parece funcionar mejor para las series de animación permitiendo una mayor variedad de contenidos para un público más amplio y un mayor margen de experi- →



EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL DE LA INDUSTRIA DE ANIMACIÓN ESPAÑOLA SE ESTÁ CONSOLIDANDO

Hora de Aventura: Fionna y Cake es una serie de televisión animada dirigida al público adulto y derivada de la afamada serie estadounidense *Adventure Time*

En general, en los productores persiste un claro deseo de atraer a diversos segmentos de audiencia y un evidente compromiso con la internacionalización tanto en la producción como en la difusión de formatos televisivos. Los esfuerzos vienen de diversas latitudes, incluidos los creadores españoles a pesar de un pasado gélido en producciones para adultos, pero las televisiones parecen indiferentes o poco confiadas en invertir en contenidos animados para un público más adulto.



mentación. Series como *Bojack Horseman*, la popular sátira existencial de Hollywood, o la innovadora *Arcane* parecen improbables de existir en otro lugar que no sean las plataformas de streaming de las que proceden, donde los límites presupuestarios y de contenido están muy lejos de la televisión tradicional. En pocas palabras, para los productores se abren nuevas oportunidades, consiguiendo producir contenidos que no podrían concebirse en la televisión lineal en horario de máxima audiencia.

CONCIENCIA DE LOS PRODUCTORES

Los cambios constantes en las preferencias de los espectadores y las demandas del mercado están remodelando la industria de la animación. Los servicios de *streaming* ofrecen oportunidades para la producción de contenido que antes no existían en la televisión lineal, permitiendo una mayor experimentación y variedad de contenidos para satisfacer las demandas de una audiencia diversa. A pesar de los desafíos y las incertidumbres, la animación continúa expandiendo su alcance y su influencia a nivel internacional.

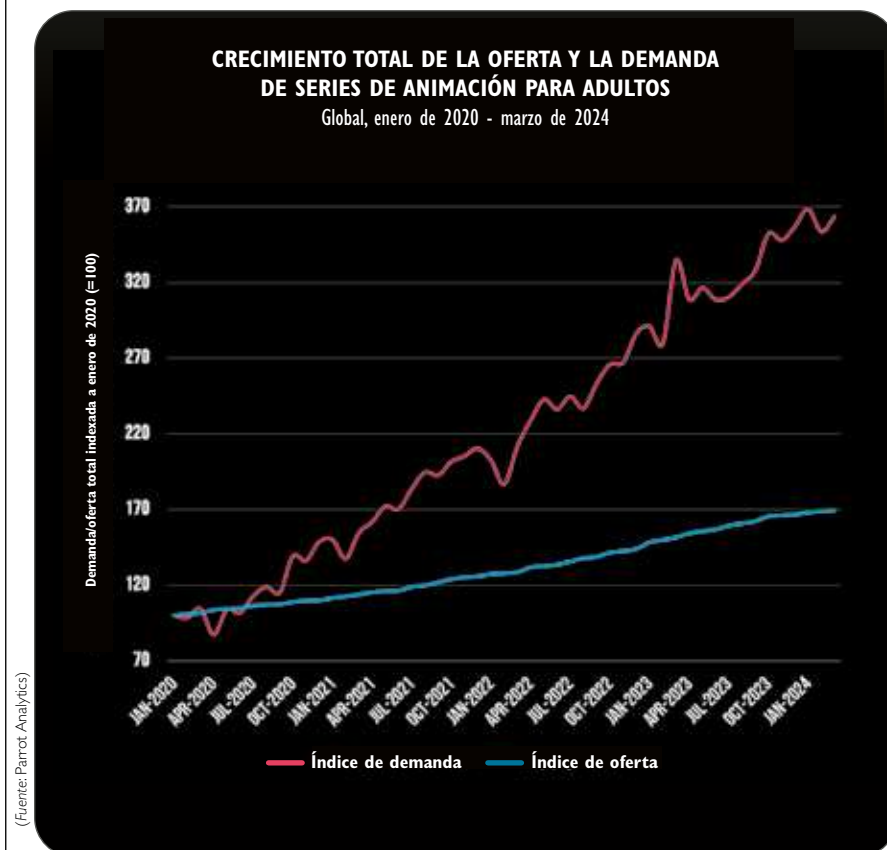
El ecosistema empresarial de la industria de animación española se está consolidando y cobrando un importante reconocimiento más allá de las fronteras, sobre todo en lo relativo

al sector cinematográfico. Cabe mencionar el envidiable recorrido de *Robot Dreams*, que acabó nominada al Oscar en 2024. En cuanto a la distribución, los largometrajes encabezan la distribución de los contenidos españoles con *Momias*, estrenada en cine en 2023 por Warner Bros, y *Tadeo Jones 3: La tabla esmeralda* de 2022.

TENDENCIAS DE LA ANIMACIÓN: OFERTA Y DEMANDA

CRECIMIENTO TOTAL DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE SERIES DE ANIMACIÓN PARA ADULTOS

Global, enero de 2020 - marzo de 2024



(Fuente: Parrot Analytics)

Desde enero de 2020, la demanda de animación para adultos ha superado a la oferta de forma continuada.