Motos, sólido. Broncano, líquido

Opinió | 19/09/2024



Mientras Broncano capta un público joven y volátil, Pablo Motos consolida su éxito con una audiencia fiel y estable, reflejando la pugna entre lo efímero y lo duradero en la televisión nocturna

La fidelidad y la paciencia son la clave en la guerra de audiencias entre los programas nocturnos de prime time de Pablo Motos y David Broncano.

El público de Broncano es más joven y, además, nuevo en la televisión. Ambos factores lo hacen más proclive al cansancio y al cambio de gustos con el tiempo. Sería lo que Zygmunt Bauman denominaría "espacio líquido".

El público de Motos sería, por el contrario, lo que podríamos llamar un "público sólido". Es el de siempre: el que lleva años siguiéndolo, fiel, día tras día.

Lo líquido es un reflejo de la sociedad actual: nada es estable, todo se mueve y muta, ya sea en el amor, el trabajo o el lugar de residencia. Por eso, el impacto de la novedad de Broncano durará lo que tenga que durar. Esto ya se observó en @movistar_es, donde su audiencia fue decayendo mes tras mes. Mantener la expectativa diaria con un formato clásico es muy

complicado. La lógica indica que, en un plazo razonable, los espectadores de Broncano no habrán sido fidelizados. Y las audiencias requieren fidelidad.

Al final, en cualquier medio, es muy importante saber a qué franja de edad te diriges y entender las diferencias entre tener un público fiel, generalmente de mayor edad, y un público juvenil que solo busca satisfacer su deseo por la novedad.

Con paciencia, Motos será el claro líder de audiencia al final de la temporada. En momentos puntuales, Broncano podrá liderar, pero con un público "líquido", su fuerza será inestable, dispersa y temporal. Es decir, un público más joven, inestable, menos consumidor de televisión y con tendencia al cambio, lo que limitará su recorrido.

Autor: Carles Enric