

Impacto del programa First Dates en espectadores mayores de 60 años. Análisis de motivaciones y percepciones

Joan Tahull Fort, **Universidad de Lleida (España)**
joan.tahull@udl.cat

Recibido 27/01/25 • Aceptado 03/06/25 • Publicado 30/07/25

Cómo citar este artículo: Tahull Fort, J. (2025). Impacto del programa First Dates en espectadores mayores de 60 años. Análisis de motivaciones y percepciones, *Sphera Publica*, 25(1), 91-111, URI: <http://hdl.handle.net/10952/10022>

Resumen

Esta investigación analiza el impacto del programa First Dates (canal Cuatro) en espectadores mayores de 60 años. El programa, emitido desde 2016 en horario prime time, presenta citas a ciegas entre parejas de desconocidos en un restaurante; con una audiencia heterogénea y constante. El estudio emplea una metodología cualitativa, con entrevistas semiestructuradas a 10 participantes (5 hombres y 5 mujeres) entre 65 y 72 años, todos seguidores habituales del programa. La investigación identificó cuatro dimensiones principales: identificación emocional; entretenimiento y humor; interés por comprender las relaciones interpersonales modernas; y su papel en establecer rutinas y conexiones sociales. El análisis examina algunas razones del éxito del programa entre el público mayor de 60 años, buscando comprender qué elementos resultan atractivos para estos espectadores.

Palabras Clave: soledad, relaciones sociales, telerrealidad, tercera edad, amor

The impact of First Dates TV show on viewers over 60 years old: Analysis of motivations and perceptions

Joan Tahull Fort, **Universidad de Lleida (España)**
joan.tahull@udl.cat

Received 27/01/25 • Accepted 03/06/25 • Published 30/07/25

How to reference this paper: Tahull Fort, J. (2025). Impacto del programa First Dates en espectadores mayores de 60 años. Análisis de motivaciones y percepciones, *Sphera Publica*, 25(1), 91-111. URI: <http://hdl.handle.net/10952/10022>

Abstract

This research analyzes the impact of the TV show First Dates (Channel Cuatro) on viewers over 60 years old. The show, broadcast since 2016 in prime time, features blind dates between pairs of strangers in a restaurant, maintaining a heterogeneous and steady audience. The study employs a qualitative methodology, with semi-structured interviews conducted with 10 participants (5 men and 5 women) between 65 and 72 years old, all regular viewers of the show. This research identified four main dimensions: emotional identification; entertainment and humor; interest in understanding modern interpersonal relationships; and its role in establishing routines and social connections. The analysis examines some reasons for the show's success among audiences over 60 years old, seeking to understand which elements are appealing to these viewers.

Keywords: Loneliness, social relationships, reality TV, elderly, love

Introducción

Esta investigación tiene como objetivo analizar el impacto del programa de televisión First Dates¹, emitido por la cadena Cuatro, en espectadores mayores de 60 años que lo siguen habitualmente. El formato, estrenado en 2016, se desarrolla en un restaurante donde cinco parejas de desconocidos participan en citas a ciegas mientras comparten una cena. Durante el encuentro, los participantes mantienen conversaciones que permiten conocerse mutuamente. El programa, que se emite diariamente en horario de máxima audiencia, destaca por ser uno de los pocos espacios televisivos que ha logrado mantener una audiencia constante y heterogénea, captando el interés de diferentes generaciones, desde jóvenes hasta personas mayores y la tercera edad. First Dates ha tenido estabilidad en sus índices de audiencia desde su estreno.

Las cifras respaldan esta trayectoria: durante la temporada 2016-2017 tuvo una media de 1.228.000 espectadores y un 8,2% de share, mientras que en 2021-2022 logró aumentar su audiencia hasta los 1.370.000 espectadores con un 8,7% de share. Esta tendencia se ha mantenido hasta la última emisión el 28 de noviembre de 2024 (día redacción artículo), cuando registró 1.168.000 espectadores y un 8,6% de share. En un panorama televisivo cada vez más fragmentado, destaca como uno de los pocos programas capaces de mantener una audiencia fiel y diversa a lo largo de los años, conectando con espectadores de diferentes edades, niveles socioeconómicos y bagajes culturales.

La investigación se centra en analizar las motivaciones y significados del programa para un grupo de espectadores mayores de 60 años. Para ello, se realizó un estudio cualitativo, mediante entrevistas semiestructuradas a 10 participantes (5 hombres y 5 mujeres), con edades comprendidas entre los 65 y 72 años, seleccionados por ser seguidores habituales del programa. El análisis de las entrevistas permitió identificar cuatro dimensiones principales: la identificación emocional del programa con los participantes; entretenimiento y humor; comprender las relaciones interpersonales contemporáneas; y establecer rutinas y conexiones sociales. La investigación se

¹ <https://www.cuatro.com/firstdates/>

complementó con la revisión de diversas fuentes documentales y digitales para contextualizar y profundizar en la temática estudiada. El presente artículo examina las razones del éxito del programa de televisión First Dates entre este segmento de espectadores, un fenómeno interesante considerando que la temática del programa podría parecer, en principio, distante de los intereses habituales de este grupo demográfico. La investigación busca desentrañar los factores que le han permitido mantener una audiencia constante a lo largo de los años, con especial énfasis en comprender qué elementos resultan atractivos para este público. Esta investigación tiene relevancia ante la escasa literatura académica que analiza el impacto de los programas televisivos en espectadores de la tercera edad, siendo particularmente notable la ausencia de estudios centrados en formatos como First Dates y su influencia en este grupo demográfico.

Marco teórico

La televisión como constructora de cultura y socialización

La televisión ocupa un lugar central en la sociedad contemporánea, actuando como un elemento para la comunicación, la construcción cultural y la socialización. Desde su masificación en el siglo XX, se ha consolidado como un agente que influye en las percepciones colectivas, difunde normas sociales y contribuye a la globalización mediante la transmisión de patrones de comportamiento y valores culturales (Serrano, 2024; Mestre, 2005). Este medio hace de puente entre las realidades individuales y colectivas; por un lado, puede enriquecer el conocimiento y fomentar la reflexión crítica; también perpetuar representaciones sesgadas y valores que responden a intereses económicos y políticos específicos (Tahull *et al.*, 2016; Gordillo, 2009).

La televisión, como medio de comunicación masiva, desempeña un papel clave en la creación de comunidades imaginarias, donde los espectadores encuentran puntos de referencia cultural y sentido de pertenencia. La televisión construye y difunde narrativas, las cuales determinan identidades y estilos de vida (Olesén, 2018; Scolari, 2008). Los programas televisivos reflejan las normas y valores de una sociedad, también las moldean, convirtiéndose en un espejo de las dinámicas sociales. La influencia de la televisión es transversal y afecta a personas de todas las edades. Este impacto se manifiesta en la configuración de hábitos culturales, valores y formas de interpretar la vida

cotidiana (Tahull, 2024; Morley, 1996). Los contenidos digitales proporcionan gratificación instantánea a la audiencia, lo que plantea cuestionamientos sobre el consumo pasivo de los medios. En algunos casos, los contenidos presentan riesgos como la desinformación, los estereotipos y la adicción digital; también son oportunidades de aprendizaje y enriquecimiento cultural (Gregori & Molina, 2011; Portillo *et al.*, 2000).

Telerrealidad: emociones y nuevas narrativas.

En las últimas décadas, la telerrealidad ha emergido como un fenómeno destacado dentro del panorama televisivo. Este formato, caracterizado por la hibridación entre realidad y ficción, somete los eventos reales a un proceso de espectacularización, transformándolos en narrativas mediáticas cargadas de valores y en algunos casos exageraciones (Cáceres, 2012). Esta tendencia ha configurado el discurso mediático, convirtiéndolo en una herramienta para influir en las audiencias. El éxito de estos programas ha llevado a las cadenas de televisión a programarlos en horarios de máxima audiencia, convirtiéndolos en una estrategia de programación dominante (Delgado, 2005). Su popularidad radica en la combinación de elementos narrativos emocionales, el voyeurismo y acceder a “realidades” sociales y culturales poco conocidas. Esta espectacularización, en algunos casos, plantea cuestionamientos sobre los valores que se transmiten y sus implicaciones culturales (Murray & Ouellette, 2004; Ferrés, 1998). Según Hidalgo-Marí (2018) la telerrealidad está en constante cambio, introduciendo nuevas narrativas que reflejan los actuales modelos socioafectivos y de pareja.

Bourdieu (1997) sostiene que la televisión está condicionada por presiones comerciales y la búsqueda de audiencia, tiende a ofrecer una visión distorsionada de la realidad social mediante la simplificación y espectacularización de sus contenidos. Los índices de audiencia influyen en las decisiones editoriales, privilegiando el sensacionalismo y la simplificación sobre el análisis profundo. Los intereses económicos y políticos moldean la agenda mediática; filtrando y modificando la representación de eventos culturales y sociales (Jenkins, 2008). Esta dinámica resalta la necesidad de desarrollar una televisión que priorice el pensamiento crítico y ofrezca una visión más completa y matizada de la sociedad, superando las limitaciones impuestas por las lógicas comerciales. La televisión debe equilibrar su viabilidad comercial con su responsabilidad social, fomentando contenidos que promuevan el debate público y la diversidad de voces. La televisión trasciende su función como simple medio de entretenimiento para convertirse en un actor

en la configuración de la cultura, la educación y las identidades sociales (Eco, 1985). La televisión mantiene su poder como medio masivo que moldea las percepciones y opiniones de la sociedad, influye en la construcción del imaginario colectivo; además algunos programas promueven el aprendizaje y el desarrollo social (Tahull & Montero, 2024; Biressi & Nunn, 2005).

Personas mayores y televisión: consumo, hábitos y representaciones.

La televisión tiene un papel fundamental en la socialización y las rutinas diarias de los adultos mayores. Tradicionalmente la imagen de las personas mayores en los medios de comunicación ha sido limitada o estereotipada, a menudo asociada con la dependencia, la pasividad o el aislamiento. La tercera edad ha sido representada más como objeto asistencial que como sujeto de deseo, humor o mostrando sus potencialidades (Aznar & Suay, 2020; Olmo & Navarro, 2015; Díaz, 2013). La Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España² han realizado diversas campañas y estudios para visibilizar la representación de las personas mayores en los medios; denunciando los abusos y malos tratos hacia los mayores, y promoviendo una imagen más digna y respetuosa. Al mismo tiempo, las personas mayores ven la televisión, Pérez *et al.*, (2009) muestran que el 88% de las personas mayores la ve diariamente en España, siendo el consumo ligeramente superior en mujeres que en hombres (4,57 frente a 4,37 horas), y aumenta cuando conviven con otras personas.

Según el informe anual de Barlovento comunicación (2024), las personas mayores de 64 años en España continúan siendo el grupo que más tiempo dedica diariamente a la televisión. En promedio, este grupo consume 350 minutos al día, es decir, 5 horas y 50 minutos diarios. Además, el consumo total del televisor (incluye la televisión tradicional y otros usos como plataformas de streaming) para este grupo es de 6 horas y 18 minutos diarios. Estos datos reflejan que, aunque el consumo de televisión tradicional sigue siendo predominante entre las personas mayores, también están adoptando nuevas formas de consumo audiovisual, adaptándose a las tendencias digitales actuales. López & Cuenca (2005) y Rodríguez (2008) han mostrado que los adultos mayores tienden a preferir

² Consulta en: <https://mayoresudp.org/>

contenidos televisivos que promuevan la identificación emocional, la estabilidad narrativa y el carácter prosocial. En este sentido, la telerrealidad³, especialmente en su vertiente afectiva como los dating shows, adquiere relevancia al ofrecer historias reales, espontáneas y cargadas de emociones cotidianas. A diferencia de la ficción, que implica una construcción simbólica más compleja. Algunos contenidos televisivos contribuyen a promover la comprensión y el respeto por la diversidad de identidades, estructuras familiares y orientaciones sexuales (Rodríguez, 2008; Díaz, 2004; Roche, 1998).

Metodología

Esta investigación examina el impacto del programa First Dates en el público mayor de 60 años, analizando sus percepciones y experiencias como espectadores. El programa se estrenó el 17 de abril de 2016 en la cadena Cuatro, diez desconocidos se someten a una cita a ciegas por parejas en un restaurante. Las cinco parejas deberán mantener una conversación a lo largo de la cena, asistidos por diferentes camareros⁴. El programa se emite cada día, en horario de máxima audiencia, la primera temporada (2016-2017) tuvo una media de 1.228.000 espectadores y un share de 8,2%; en la séptima temporada (2021-2022) 1.370.000 espectadores y un share de 8,7% y el último día emitido, 28 de noviembre de 2024 (redacción del artículo), 1.168.000 espectadores y un share de 8,6%. En la actualidad, pocos programas de televisión logran mantener una audiencia constante y atraer el interés de diversas generaciones, incluyendo jóvenes, adultos y personas mayores⁵.

El objetivo principal del estudio es analizar los significados e interpretaciones que las personas mayores de 60 años atribuyen al programa. Se pone énfasis en las opiniones y reflexiones de los entrevistados. Para ello, se han realizado 10 entrevistas semiestructuradas (5 hombres y 5 mujeres, de entre 65 y 72 años) a personas que lo siguen cotidianamente, con perfiles variados en nivel educativo (primaria a universitario), clase social (baja y media) y acceso a tecnología (desde uso básico de televisión hasta

³ Hay que destacar programas de éxito como “En compañía” de Juan y medio en Canal Sur, también emitido en otras televisiones autonómicas como Castilla La Mancha, así como otros programas históricos que precedieron, tales como “Su media naranja” o “Lo que necesitas es amor” y otros.

⁴ En la actualidad el presentador es Carlos Sobera y los asistentes son: Matías Roure, Cristina Zapata, Marisa Zapata, Laura Boado y Elsa Anka.

⁵ Consultar en: <https://www.formulatv.com/audiencias/canales/cuatro/>

manejo habitual de internet). Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento de los participantes y se transcribieron los fragmentos más relevantes para la investigación. Las entrevistas se realizaron entre el 15 de setiembre de 2024 al 15 de diciembre del mismo año en Badalona y Montgat (comarca del Maresme-Cataluña). La selección de estas dos localidades respondió a criterios de accesibilidad, proximidad y viabilidad logística por parte del investigador, así como por la presencia de una población disponible para participar en el estudio. Al tratarse de un estudio exploratorio y no representativo en términos estadísticos, se optó por un enfoque cualitativo de alcance local que permitiera profundizar en las experiencias, significados y valoraciones personales de los participantes. Los participantes fueron seleccionados con el único criterio de tener más de 60 años y seguir habitualmente el programa. Las cuatro dimensiones principales del análisis (identificación emocional, entretenimiento y humor, curiosidad sobre las relaciones modernas y rutina y conexión social) surgieron a partir de un proceso de categorización inductiva, fundamentado en el análisis temático de las entrevistas. No se partió de un marco preestablecido, sino que se permitió que las voces de los participantes orientaran la estructura interpretativa. Durante la fase de codificación, se identificaron patrones recurrentes en las narrativas, emociones expresadas y temas compartidos, que se agruparon en categorías significativas.

Además, se han consultado diversas fuentes documentales y bibliográficas sobre la televisión, la telerrealidad y específicamente sobre el programa First dates, para comprender la temática de forma completa, compleja y global. A pesar de su relevancia, existe un notable vacío en la investigación sobre cómo los programas de telerrealidad impactan en la audiencia de las personas mayores y qué factores les motivan a seguir estos contenidos.

Resultados

La información ha sido organizada en cuatro apartados principales para facilitar el análisis y comprensión; son: identificación emocional, aborda cómo las personas mayores conectan emocionalmente con los contenidos; entretenimiento y humor, enfocado en cómo el programa contribuye a la diversión y bienestar; curiosidad sobre las relaciones modernas, examina el interés por explorar dinámicas sociales actuales que pueden contrastar con sus propias experiencias; y rutina y conexión social, analiza cómo el

programa se integra en la vida diaria y fomenta un sentido de comunidad. El propósito principal es conocer el impacto del programa sobre los espectadores mayores de 60 años, analizar los significados personales y colectivos que le atribuyen, así como las diversas interpretaciones que surgen de su experiencia al verlo de manera frecuente. A través de los diferentes apartados, se presenta una visión integral de la relación entre los adultos mayores y el programa.

Identificación emocional

La televisión genera conexiones emocionales entre los espectadores y las historias que presenta. En el caso del programa First Dates, los entrevistados encuentran una identificación emocional que les permite reflexionar sobre sus propias vivencias, sentir una conexión con los participantes y explorar las diversas facetas del amor y la compañía a través de las experiencias ajenas. Las historias compartidas en el programa no solo reflejan las esperanzas, temores y aspiraciones de los participantes, también propician un espacio de reflexión y conexión emocional.

Recuerdos de experiencias personales

Según los entrevistados, el programa genera una sensación de ilusión y esperanza. Juan, de 65 años, le atrae la idea de que “el amor no tiene edad”. Para él, ver a personas mayores buscando pareja le recuerda que nunca es tarde para encontrar a alguien con quien compartir la vida, “me gusta porque veo que hay gente como yo y mayores, que siguen buscando compañía y todavía tienen esperanza”, afirma, destacando cómo el deseo de amor y conexión trasciende la edad. Esta sensación es compartida por María, de 70 años, quien dice que algunas historias le hacen sentir una conexión emocional, “cuando veo a esas parejas hablando de sus miedos e ilusiones, siento una conexión. A veces pienso: Esa podría ser yo en una cita, aunque debo decir que no me atrevería, tengo vergüenza”, comenta. Para ella, el programa no solo es un entretenimiento, sino tener ilusión y mantener la esperanza a pesar del paso del tiempo.

First Dates evoca recuerdos del pasado entre los entrevistados. Isabel, de 67 años, explica cómo ciertas situaciones en el programa le transportan a momentos de su juventud, “a veces, una historia me lleva a mis propios recuerdos. Por ejemplo, cuando alguien está en su primera cita nerviosa, me acuerdo de cuando conocí a mi esposo. También, a veces algunas chicas explican cosas que me transportan y me recuerdan mi

juventud”, relata. Este tipo de nostalgia es común entre los informantes, encuentran en el programa una forma de revivir sus propias experiencias desde una perspectiva emocional y reflexiva. Por su parte, José, de 72 años, describe cómo le inspira reflexiones más introspectivas, “ver a los participantes me hace pensar en lo que haría ahora. Pienso en mis errores, en lo que he aprendido sobre la vida. Es casi como revivirlo desde otra perspectiva, desde la madurez”, confiesa. Para él, First Dates se convierte en una oportunidad para observar las dinámicas de las relaciones desde la madurez y reflexionar sobre su propia vida. Yolanda, de 66 años, se identifica con sus propias experiencias, “a veces me río con las situaciones porque son tan reales. Me hace sentir que, aunque tengamos más años, seguimos siendo iguales cuando se trata de amor, ya que estamos nerviosas, emocionadas y con esperanza”, comenta. Teresa, de 68 años, comparte una perspectiva similar, algunas historias de los participantes la conmueven, “cuando veo a alguien de mi edad en el programa, me conmueve mucho. Es difícil salir de nuevo a buscar el amor, sobre todo cuando has pasado por pérdidas, pero ver gente que se lanza hace ilusión y da esperanza”, explica. El programa muestra los desafíos de las personas para encontrar pareja, pero también su valentía, coraje y esperanza. Los entrevistados destacan la diversidad de experiencias vitales y la importancia de estar acompañado en la vida de las personas. Soledad, de 71 años, explica que le despierta sentimientos profundos, “cuando veo a los demás, me doy cuenta de que no soy la única que quiere estar acompañada. Me hace sentir que somos muy parecidos, mayores y jóvenes, buscando algo verdadero y único”, reflexiona. Esta identificación emocional con los participantes fortalece la sensación de comunidad y pertenencia; además muestra nuevas identidades, formas de familia y diversas perspectivas sobre el sentido de la vida.

Empatía y conexión con los protagonistas.

Las historias de los participantes actúan como catalizadores de emociones, recuerdos y reflexiones; creando un espacio donde los espectadores pueden explorar sus propios sentimientos y experiencias a través de las vidas de otros. Este proceso de identificación y empoderamiento emocional subraya la importancia de los medios de comunicación como agentes de conexión social y personal. El programa también destaca por las presentaciones de personas genuinas y anónimas a una audiencia global. A través de las historias de las personas de diferentes generaciones se explora el sentido de la vida, el amor, el sexo, el miedo, la compañía, la esperanza...; desafiando prejuicios y revelando la complejidad y pluralidad de las diferentes biografías. Para los entrevistados, First Dates

representa más que un programa de citas; pueden encontrar esperanza, reflexionar sobre sus propias experiencias y sentir una conexión emocional con los demás. Las historias de los participantes evocan recuerdos, inspiran nuevas perspectivas y reafirman que el deseo de amor y conexión es una constante a lo largo de la vida. El amor no tiene edad y las emociones que lo acompañan son universales. El programa entretiene y crea un espacio de reflexión y conexión entre los espectadores mayores. En un mundo cada vez más interconectado, estas narrativas humanas son un recordatorio de la importancia de la compañía, el amor y la esperanza en las diferentes etapas de la vida.

Entretenimiento y humor

El programa se presenta como una forma de entretenimiento para cualquier persona, quienes encuentran en sus episodios una manera de relajarse. El contenido, según los entrevistados, es una mezcla de diversión y momentos inesperados; lo convierte en una opción para desconectar y disfrutar de un tiempo agradable.

Diversión como escape de la cotidianidad.

Juan explica, "me gusta porque es un programa divertido. No tiene drama, no es pesado, y eso es lo que busco cuando llego a casa. Es perfecto para relajarse. Además, me gusta ya que las diferentes citas son cortas y no llegan nunca a cansar". La ausencia de tensiones y el enfoque ligero en las interacciones de los participantes permiten que los espectadores se sientan cómodos, disfrutando sin sentirse agobiados por emociones intensas o problemas complejos ajenos. María comparte una opinión similar, "me río con las cosas que dicen; hay gente muy auténtica y eso lo hace entretenido. Ves mucha variedad de personas y creo que esto lo enriquece", comenta. Para ella, algunos participantes son auténticos y aparecen perfiles diferentes a su entorno cotidiano. En las citas, en muchas ocasiones surgen bromas y reacciones espontáneas de los participantes. Según María, la autenticidad y espontaneidad del programa lo convierten en un espectáculo ameno e interesante. Por otro lado, Isabel explica cómo el humor también se nutre de las situaciones inesperadas que van surgiendo, "a veces, hacen comentarios curiosos, que descolocan y entonces toda la cita va siguiendo un camino de mal a peor. También, me gusta mucho ver cuando dan la oportunidad de una segunda cita, son momentos de espera e incertidumbre, ¿qué dirá? Me gusta también ver cuando las cosas no salen bien y mantienen el respeto y no se lo toman demasiado en serio. Me gusta todo,

las diferentes partes y el hecho que no llega a cansar", dice Isabel. La actitud positiva de los participantes y la habilidad para manejar las citas menos exitosas contribuyen a mantener el tono amable y distendido del programa

Humor en el programa

Según José, First Dates tiene algo que lo hace fácil de ver, "me gusta mucho que las personas se muestren tal como son. A veces escucho comentarios o situaciones que no me esperaba y me hace sonreír. No es ese tipo de programa dramático donde todo es tenso y serio. Es más relajado, y eso me hace sentir bien", menciona. José resalta la espontaneidad de las citas y cómo los comentarios o reacciones imprevisibles de los participantes se convierten en momentos graciosos, sin que la mayoría de las veces se sientan ofendidos o incómodos. Yolanda está de acuerdo con sus compañeros de generación, "algunas citas salen tan mal, se ve desde el principio que son tan diferentes que no encajan, pero es interesante ver cómo evoluciona la cita y como termina, a veces también hay sorpresas al final, dices que no habrá segunda cita y finalmente, contra pronóstico se dan una segunda oportunidad", comenta Yolanda. Empatiza cuando la cita se concreta, aunque cuando no sale bien valora que los participantes no caigan en el drama ni la confrontación, "lo mejor es que la mayoría se ríen, y no se van enfadados o heridos en su orgullo". Teresa señala la capacidad del programa para generar situaciones espontáneas, "es como un soplo de aire fresco. Nunca sabes lo que va a pasar, y eso lo hace interesante. A veces me sorprende cómo las personas reaccionan", reflexiona. Para ella, lo que más le atrae es la imprevisibilidad, "es algo que no te esperas, y lo inesperado siempre te saca una sonrisa", añade. Esta imprevisibilidad, junto con la espontaneidad de las interacciones y la diversidad de los participantes, mantiene a los informantes conectados, ya que nunca saben qué esperar de cada cita. Soledad, finalmente, destaca cómo el humor del programa contribuye a aliviar las tensiones del día, "por la noche, me encanta ver First Dates. Es como una pausa divertida. Me río mucho con las cosas que dicen los participantes, y también con los comentarios del presentador y sus ayudantes", explica. El programa la hace sentir mejor sin ser emocionalmente agotador.

La combinación de un tono distendido, momentos cómicos, la naturalidad de los participantes y el dinamismo de las citas son las claves del programa. El humor se basa en situaciones cotidianas y en la capacidad de los participantes de mantener una actitud positiva ante las reacciones de la pareja, tal como señala Juan, "no me gusta cuando los

programas se vuelven demasiado dramáticos. En First Dates todo es más natural y auténtico. Eso es lo que me hace disfrutar". Así, se convierte en un descanso emocional para quienes quieren relajarse al final del día, ofreciendo historias entretenidas en un ambiente ameno y divertido.

Curiosidad sobre las relaciones modernas

Los participantes manifiestan una conexión emocional con las parejas, expresan empatía y disfrutan siguiendo las historias. El contenido les permite contrastar las dinámicas de relaciones actuales con aquellas que experimentaron durante su juventud. La diversidad de participantes y las actitudes abiertas hacia el amor, el compromiso, el sexo y la forma de relacionarse generan en los entrevistados tanto fascinación como reflexión.

Interés por las dinámicas de las relaciones actuales.

Juan destaca cómo el programa refleja las diferencias generacionales, "es interesante ver cómo los jóvenes de ahora tienen ideas tan diferentes sobre las citas. Antes no se hablaba de muchas cosas que ahora parecen normales. Antes el proceso era más lento y se debían seguir todos los pasos. En cambio, hoy en día, en una primera cita ya se puede llegar muy lejos y hablar de todo", comenta. Uno de los cambios más evidentes, según Juan, es la libertad con la que abordan temas que en su época eran considerados tabú, como la sexualidad, las expectativas, los sentimientos, el futuro, los hijos..., "todo es mucho más directo y abierto ahora"; le sorprende, aunque lo interpreta como una muestra de sinceridad y transparencia. De manera similar, María encuentra sorprendente el ritmo acelerado de las citas actuales y cómo esto contrasta con las formalidades de su juventud, "en mi época, las citas eran mucho más formales, más por compromiso. Ahora veo que se busca una conexión más instantánea y muchas, rápidamente hablan de sexo", reflexiona. Este cambio hacia una búsqueda de conexión inmediata en lugar de construir el amor lentamente le sorprende; aunque es una característica de los tiempos actuales.

Reflexión personal a partir de las experiencias narradas

La reflexión sobre el cambio de valores también es central para los informantes. Según Isabel, las expectativas sobre el compromiso han cambiado, "antes, el compromiso era lo más importante. Se esperaba que las relaciones fueran para siempre. Ahora parece que los jóvenes tienen más libertad para decidir lo que quieren y lo que no", explica. Isabel observa que las relaciones actuales tienden a explorar diversas posibilidades antes de

asumir un compromiso serio. Sin embargo, también cuestiona si la centralidad del compromiso, valor fundamental en su generación, se ha perdido. Según José, el programa presenta un mosaico de personas que experimentan y viven el amor y las relaciones de pareja desde distintas perspectivas, "lo que más me llama la atención es cómo las personas se abren a nuevas ideas sobre el amor, sobre las relaciones abiertas y no se limitan a los modelos tradicionales", comenta. José observa la representación de participantes de diferentes orígenes culturales y orientaciones sexuales, quienes reflejan la diversidad de las identidades y relaciones amorosas actuales. Esta apertura a nuevas ideas y formas de amar evidencia cómo las expectativas se han ampliado y se muestran públicamente.

La diversidad también es un aspecto que Yolanda valora, "hay mucha gente distinta en el programa, y eso me parece interesante porque muestra que hay lugar para todos," comenta. El programa presenta personas de distintas edades, culturas y orientaciones sexuales en busca de amor y/o compañía. Refleja una valoración positiva de la diversidad y la inclusión en la televisión. La percepción de la pluralidad cultural, generacional o identitaria entre los participantes es un reconocimiento de la heterogeneidad social presente en la vida cotidiana. Además, introduce una reflexión sobre la inclusión de todas las personas en la sociedad, más allá de las diferencias. Teresa comparte esta visión, destacando cómo le ha permitido abrirse a las múltiples formas de vivir las relaciones, "lo que más me gusta es que veo a personas de todas las edades, orígenes y formas de vida buscando lo mismo: compañía, cariño, amor... Es bonito ver esa diversidad. Además, a veces pienso, es que somos muy diferentes, pero todos buscamos lo mismo, ¿me da que pensar!", explica. Teresa compara las relaciones actuales, multifacéticas y llenas de posibilidades, con las de su juventud, que solían estar limitadas por las normas sociales, culturales y religiosas. La variedad de biografías le parece enriquecedora y le inspira curiosidad las diferentes identidades y como comparten públicamente sus deseos y expectativas. Las diferentes circunstancias personales le hacen reflexionar a Soledad, "yo nunca imaginé que las citas fueran tan abiertas y diversas como ahora. Me sorprende mucho ver a tantas personas dispuestas a probar diferentes tipos de relaciones", dice. Los participantes cuestionan las convenciones tradicionales y adoptan nuevas formas de establecer vínculos emocionales.

Según los entrevistados, el programa permite reflexionar sobre los cambios en las relaciones sociales y amorosas a lo largo del tiempo. Para ellos, es una mezcla de nostalgia y aprendizaje, una manera de comparar sus propias experiencias con las dinámicas de las citas actuales. La diversidad de los participantes y la presencia de nuevas formas de amor y relaciones generan interés en los informantes; además, les ayuda a comprender mejor los cambios culturales actuales, especialmente en torno a las relaciones sociales y las formas de entender el amor.

Rutina y conexión social

El programa se ha integrado en la rutina diaria de los informantes, convirtiéndose en un componente habitual y esperado de su jornada. Más allá de su carácter televisivo, funciona como un espacio personal de evasión del estrés cotidiano y facilitador de vínculos sociales.

Incorporación a la rutina diaria.

María explica que es "una cita conmigo misma cada día, para mí es un programa que intento no perderme si puedo, ya que me gusta y me entretiene". Este momento de introspección y relajación ocupa un lugar destacado en su rutina, permitiéndole disfrutar de un tiempo propio; además, le estructura su jornada diaria. Este tipo de ritual, apreciado por algunas personas mayores, genera un equilibrio emocional al proporcionar una actividad predecible y agradable. De manera similar, José lo ve como una pequeña tradición diaria, "es algo que ya forma parte de mi día, y no puedo faltar. Cada día lo espero", comenta. Para él, First Dates crea un ancla emocional que le ayuda a cerrar el día positivamente. En su caso, esta continuidad le proporciona bienestar, ya que ofrece una sensación de estabilidad en un entorno impredecible y en muchas ocasiones monótono. El programa es un refugio para desconectar de la rutina diaria y liberar las tensiones emocionales. Isabel subraya cómo le relaja, "es un momento para no pensar en nada más que en lo que pasa en esas citas". Esta desconexión le ofrece un alivio frente a la carga mental derivada de sus responsabilidades cotidianas.

Sentido de comunidad

El programa no solo forma parte de la rutina individual de los informantes, sino que también incide en su vida social. Yolanda destaca cómo se convierte en un tema de conversación habitual con sus amigas, "es un tema que siempre nos saca risas y temas

de conversación con las amigas. Al día siguiente, a veces hablamos de las citas. A veces comentamos algunas participantes, nos da temas de conversación". Este hábito fomenta interacciones sociales a los informantes, ayudándoles a mantenerse conectadas y a compartir momentos con otros. Antonio ve el programa con su esposa, "vemos el programa juntos y comentamos todo lo que ha pasado. Es como si tuviéramos nuestra propia versión del programa. Las citas nos dan temas de conversación y a veces nos permite hablar sobre situaciones concretas". Fomenta el diálogo y la conexión emocional mediante temas de conversación para la pareja. Para Antonio y su esposa, no solo entretiene, sirve para reflexionar sobre sus propias dinámicas y recordar sus experiencias. Por su parte, proporciona a Teresa temas para conversar con sus amigas, "a veces, me mandan mensajes comentando algunas citas. Es como si estuviéramos juntas viendo el programa, aunque estemos cada una en su casa", dice. En este sentido, mantiene las relaciones interpersonales al ofrecer un tema común que fomenta las interacciones sociales y la vinculación con la comunidad.

En un ámbito familiar, de relación entre madre/padre e hijos, para Soledad el programa es un punto de conexión con sus hijos, "a veces les comento cosas del programa. A partir de temas que han salido, hablamos de cosas más suyas. Es un buen motivo para hablar y acercase a ellos", comenta. Genera momentos de complicidad y cercanía con sus familiares y amigos/as.

Estas interacciones refuerzan los lazos familiares (y comunitarios) y permiten sentirse conectadas a través de un tema accesible y no invasivo. Esta facilidad de proporcionar temas de conversación es una de sus características, tal como destaca Yolanda, une a las personas al ofrecer un espacio común donde compartir opiniones, reacciones y sonrisas, "es una forma de compartir, de hablar sobre algo que tenemos en común y que podemos hablar y no herir a nadie", comenta. El programa es un punto de referencia en las rutinas diarias de los entrevistados, un espacio para la relajación y el disfrute personal, y fomentar la conexión social y fortalecer los lazos interpersonales.

Conclusiones

El presente estudio, centrado en la recepción del programa First Dates por parte de personas mayores de 60 años, ofrece una mirada cualitativa sobre cómo este tipo de

contenidos televisivos son interpretados, vividos y significados por una audiencia específica y poco explorada. A través de entrevistas en profundidad, se han identificado cuatro dimensiones clave: la identificación emocional, el entretenimiento y humor, la curiosidad por las relaciones modernas y la rutina vinculada a la conexión social. Estas dimensiones no fueron determinadas a priori, sino que emergieron inductivamente del análisis de las narrativas de los participantes, reflejando los matices emocionales, culturales y relacionales que el programa suscita. Esta aproximación ha permitido comprender que, más allá de su formato de entretenimiento, First Dates funciona como un espacio simbólico donde los adultos mayores proyectan sus experiencias, actualizan referentes afectivos y establecen vínculos interpersonales.

El estudio evidencia que, desde la dimensión emocional, los informantes utilizan el programa como un recurso para reflexionar sobre sus trayectorias personales. Las historias presentadas actúan como catalizador emocional, permitiéndoles conectar con las esperanzas, miedos y aspiraciones de los participantes. Permiten a los informantes revivir sus propias experiencias desde una perspectiva madura y reflexiva, encontrando en el programa un medio para explorar las diversas facetas del amor y la compañía a través de las vivencias ajenas. También, resaltan el carácter entretenido y humorístico del programa, destacando la mezcla de diversión y momentos sorprendentes. Más allá del entretenimiento, es una ventana al mundo de las relaciones actuales. Los informantes observan y aprenden sobre las dinámicas actuales del amor y las relaciones en diferentes edades y contextos sociales. A veces aparecen nuevas realidades sociales y culturales, las cuales les parecen desconcertantes, reflejo de la flexibilidad y los cambios en la sociedad actual. La diversidad de participantes y la apertura a nuevas formas de relaciones amorosas generan interés en los informantes; permitiéndoles comprender mejor las transformaciones sociales contemporáneas.

Además, destacan como catalizador de relaciones interpersonales, permite mantener y consolidar vínculos con sus amistades (y familiares); generar espacios de encuentro y conversación. Estas experiencias compartidas demuestran cómo First Dates trasciende el papel de entretenimiento televisivo para convertirse en un medio que facilita la comunicación y refuerza las relaciones sociales y familiares de los entrevistados. El programa les genera bienestar, al permitirles reconectarse consigo mismos y reflexionar sobre su propia experiencia. en sintonía con los principios del envejecimiento activo.

En conclusión, la sociedad actual se caracteriza por la complejidad, individualismo y las tecnologías digitales. Los cambios sociales de las últimas décadas han generado en las personas mayores una sensación de desconexión con los valores y referentes actuales. En este contexto, algunos programas de televisión facilitan el aprendizaje de las nuevas formas de vida y relaciones sociales y amorosas. First Dates tiene una audiencia destacada, constante y diversa, atraviesa diferentes edades y niveles socioeducativos. La investigación muestra que el programa establece conexiones emocionales mientras educa sobre la diversidad de identidades y relaciones interpersonales. Asimismo, fortalece los vínculos sociales entre familiares y amigos, facilitando interacciones sociales. En una sociedad posmoderna caracterizada por la escasez de referentes socioculturales, en algunos casos, puede proporcionar un punto de encuentro que fortalece las relaciones con familiares, amigos y conocidos. De esta manera, ofrece un cierto anclaje social en un contexto de constante cambio y transformación.

Bibliografía

- Aznar, H., y Suay, A. (2020). Tratamiento y participación de las personas mayores en los medios de comunicación: opinión cualificada de los periodistas especializados. *Profesional de la información*, 29(3), 1-12. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.32>
- Barlovento comunicación (2024). *Informe mensual del comportamiento de los espectadores en televisión*. <https://tuit.cat/Rk014>
- Biressi, A. y Nunn, H. (2005). *Reality TV: Realism and Revelation*. Wallflower press.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Anagrama.
- Cáceres, D. (2012). Telerrealidad y aprendizaje social. *Revista de Comunicación y nuevas tecnologías*, 9, 1-21. <https://doi.org/10.7195/ri14.v5i1.375>
- Delgado, D. (2005). "Reality shows": el verdadero cerdo mediático. *Revista Comunicar*, 25, 1-7. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-148>
- Díaz, L. (2013). La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación. *Sociedad y utopía. Revista de ciencias sociales*, 41, 483-502. <https://acpgerontologia.com/documentacion/imagendiazaleda.pdf>
- Díaz, F. (2004). Televisión, interacciones sociales y poder. *Psychosocial Intervention*, 13(1), 21-37. <https://tuit.cat/jbs2M>
- Eco, U. (1985). *La estrategia de la ilusión*. Debolsillo.

- Ferrés, J. (1998). *Televisión y educación*. Paidós.
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos. Nuevas y viejas tendencias en la televisión del siglo XXI*. Ediciones Ciespal.
- Gregori, S. y Molina, G. (2011). Una mirada crítica a las repercusiones de la televisión en la educación. *Revista de la Universidad Bolivariana*, 10(29), 413-432. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682011000200018>
- Hidalgo-Marí, T. (2018). Pasado, presente y futuro del "dating show" en España: una panorámica del subgénero de telerrealidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 623-641. <https://doi.org/10.5209/ESMP.59970>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós.
- López, J. & Cuenca, F. (2005). Ficción televisiva y representación generacional: modelos de tercera edad en las series nacionales. *Revista Comunicar*, 25, 1-15. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-147>
- Mestre, F. (2005). La realidad televisiva como modelo de comportamiento social: una propuesta didáctica. *Revista Comunicar*, 25, 1-12. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-196>
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencia y estudios culturales*. Amorrortu.
- Murray, S. y Ouellette, L. (2004). *Reality TV: Remaking Television Culture*. NYU Press.
- Olesén, A. (2018). Mitos y máscaras: la televisión y su impacto por la transmisión de representaciones culturales. *Revista Minerva*, 1(2), 34-44. <https://doi.org/10.5377/revminerva.v1i2.12545>
- Olmo, A. y Navarro, J. (2015). La gente mayor como sujeto y objeto de la televisión. El estudio en Andalucía. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 130, 48-75. <https://tuit.cat/PQ47n>
- Pérez, A.; Salas, A. y Vizcaíno, R. (2009). Teleasistencia no invasiva mediante televisión digital: estudio de los hábitos de consumo de televisión de los mayores. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 632-645. <https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-850-632-645>
- Portillo, J., Clemente, M., Vidal, M., Prego, V., y Abarca, A. (2000). *Televisión: impacto en la infancia*. Siglo XXI de España Editores.
- Roche, R. (1998). El uso educativo de la televisión como optimizadora de la prosocialidad. *Psychosocial Intervention*, 7(3), 363-377. <https://tuit.cat/JzUf8>

- Rodríguez, F. (2008). TV y mayores: ¿educar o deseducar?. *Revista Comunicar*, 31, 287-291. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-03-008>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.
- Serrano, M. (2024). La influencia social de la televisión: niveles de influencia. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 16, 39-55. <https://doi.org/10.2307/40182966>
- Tahull, J. (2024). La irrupción de las mascotas en los hogares. ¿Por qué las familias tienen animales domésticos? *Revista Carthaginensia*, 40(78), 571-597. <https://doi.org/10.62217/carth.506>
- Tahull, J. y Montero, I. (2024). Los adolescentes frente a las tecnologías digitales. ¿Es posible la espiritualidad, la reflexión y la pausa en una sociedad que cada día va más deprisa? *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, 4(2), 189-221. <https://doi.org/10.51660/ripie42215>
- Tahull, J.; Molina, F. y Montero, I. (2016). Posmodernidad. Elementos sociales vinculados con los jóvenes. *Revista Análisis*, 48(88), 23-39. <https://doi.org/10.15332/s0120-8454.2016.0088.01>

Anexo 1. Guion de las entrevistas

1. Presentación e información básica.

Edad, sexo, nivel estudios, situación familiar, ¿Con qué frecuencia ves la televisión?...

2. Experiencia personal con el programa.

¿Qué te atrae o te gusta del programa?

¿Lo ves solo/a o acompañado/a?

¿En qué momento del día sueles verlo?

¿Forma parte de alguna rutina?...

3. Opiniones sobre el contenido y los participantes.

¿Qué opinas sobre la forma en que se presentan las citas?

¿Qué impresión te generan las personas mayores que participan en el programa?

¿Crees que el programa refleja bien las relaciones actuales?...

4. Percepciones sobre el amor y las relaciones.

¿Crees que First Dates ofrece una visión realista del amor y las citas?

¿Te ha hecho reflexionar sobre tus propias experiencias afectivas?...

5. Impacto emocional y social

¿Comentas el programa con otras personas?

¿Crees que el programa influye en tu forma de ver las relaciones actuales?...

6. Cierre.

¿Hay algo más que quieras compartir?