

INFORME

CONSUMO AUDIOVISUAL 2023

E N G A L I C I A

CONSUMO AUDIOVISUAL EN GALICIA 2023



ÍNDICE

	<i>Páxina</i>
A revolución dixital.....	3
O poder da imaxe.....	12
Redes sociais.....	18
Plataformas dixitais.....	25
O fenómeno das series.....	29
Así se ven os adolescentes.....	38
Conclusións.....	41
Que é iCmedia Galicia?.....	44
<i>Anexo</i>	
Ficha técnica da sondaxe.....	46
Cuestionario.....	47

Deseño portada: Vicky Ibáñez

Ilustracións gráficos: Freepik

A REVOLUCIÓN DIXITAL

Na última década produciuse toda unha revolución na forma de acceder aos contidos audiovisuais. Ás mudanzas nas audiencias, cada vez máis personalizadas, téñense sumado importantes avances na tecnoloxía que utilizan os medios de comunicación. A era dixital está a marcar o amplo panorama audiovisual: a coñecida hai anos como “caixa tonta” converteuse en televisor intelixente (*Smart Tv*); as plataformas dixitais están en pleno auxe –malia algúns retrocesos– grazas ao fenómeno das series de televisión, e as redes sociais teñen rachado a fronteira dos medios tradicionais e ofrecen cada vez máis contidos audiovisuais.

Unha sondaxe realizada por iCmedia Galicia constata eses cambios no consumo audiovisual en Galicia. Así, máis da metade dos adolescentes consultados (53,4%) están subscritos ou teñen acceso a tres ou máis plataformas dixitais. A enquisa revela tamén que as mozas de entre 12 e 16 anos son quen máis tempo dedican a ver contidos audiovisuais en distintos dispositivos: o 34,2% delas pasa ante as pantallas máis de tres horas ao día, dez puntos máis ca os mozos desas mesmas idades (24,2%). Canto ao uso das redes sociais entre os adolescentes, o número de mozas que pasa máis de tres horas diarias nas redes (39,5%) duplica practicamente o dos mozos (21,7%).

Por outra banda, nove de cada dez nenos galegos de entre 5 e 15 anos utilizan dispositivos electrónicos conectados, segundo un estudo do Observatorio da Sociedade da Información en Galicia publicado en 2022. De aí a crecente preocupación de moitos pais polos contidos que poidan ver os seus fillos neses dispositivos.

A media de idade do primeiro móbil en Galicia é de 11,3 anos; o 97,7% dos adolescentes dispón de wifi na casa; o 92% ten móbil con acceso a internet e nove de cada dez conéctanse todos os días. Son datos do estudo “Impacto da tecnoloxía na adolescencia en Galicia”, realizado polo Consello Xeral de Colexios Profesionais de Enxeñería Informática de España, a Universidade de Santiago de Compostela (USC) e Unicef. Así mesmo, cinco de cada dez dormen co móbil no cuarto e un de cada cinco conéctase a partir das doce da noite¹.

A pesar deses datos, Galicia foi a comunidade que menos uso diario fixo de internet en 2022. Cunha porcentaxe do 73,0%, está moi por baixo da media nacional, que foi do 86,1%. As autonomías que máis utilizaron a rede foron Madrid (91,2%) e Cataluña (91,0%). Porén, Galicia non está á cola en consumo medio diario en minutos (178), pois por detrás figuran Euskadi (176), A Rioxa (176), Cantabria (170) e Asturias (166)².

“As estruturas de difusión pasaron das
empresas de comunicación a mans
das tecnolóxicas e dos propios usuarios”

(Xosé Pereira Fariña, director de Innovación de CRTVG)

¹ “Impacto da tecnoloxía na adolescencia en Galicia” (Unicef – USC).

² “Marco general de los medios en España 2023”, AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación).

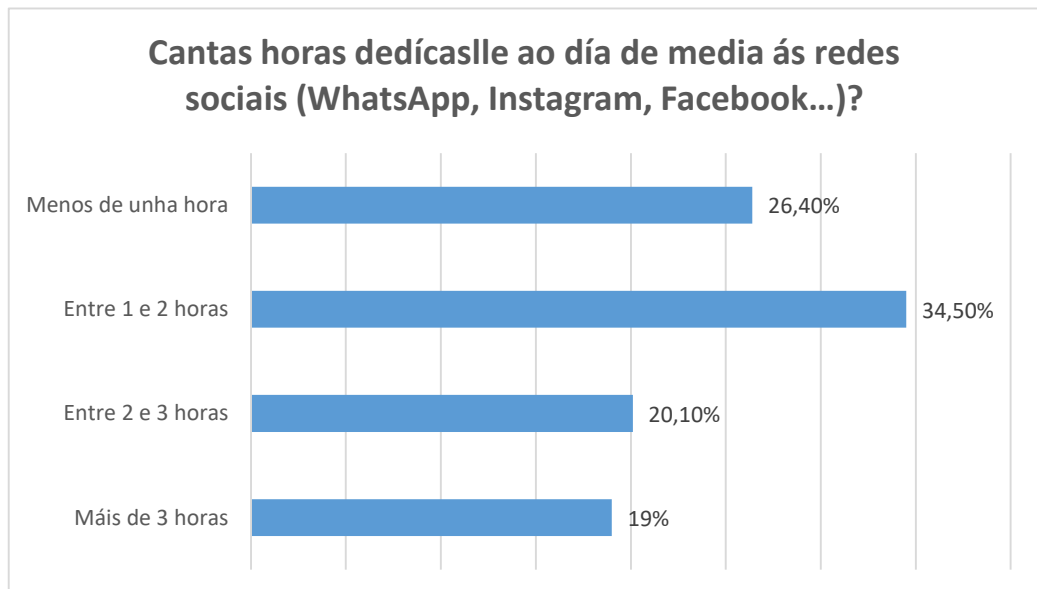
Os cambios suscitados nas audiencias pola irrupción da tecnoloxía dixital implican así mesmo unha revolución no concepto mesmo de comunicación audiovisual. Como apunta Xosé Pereira Fariña, responsable da área de Innovación e Negocio de CRTVG, “as televisións temos a obriga, ben por estratexia ou por servizo público, de adaptármonos ás diferentes contornas de consumo audiovisual. O piar tradicional era o televisor, que chegou a ser o absoluto rei da casa. A día de hoxe, convivimos con novos elementos que permitiron acceder á linealidade dunha forma máis ubicua nos espazos públicos e privados, brindando á televisión lineal oportunidades diferentes. Os *smartphones*, ordenadores, coches ou altofalantes intelixentes ofrecen novas posibilidades vencelladas a conceptos importantes na comunicación coma a interactividade ou o acceso baixo demanda, o que obriga aos creadores de contidos a adaptármonos a esa contorna de consumo certamente diferente”³.

E é que, como sinala Xosé Pereira a iCmedia Galicia, produciuse “un fenómeno descoñecido na comunicación de masas: transformáronse as estruturas de difusión, antes en mans das empresas profesionais de comunicación e agora en mans das empresas tecnolóxicas e dos propios usuarios”.

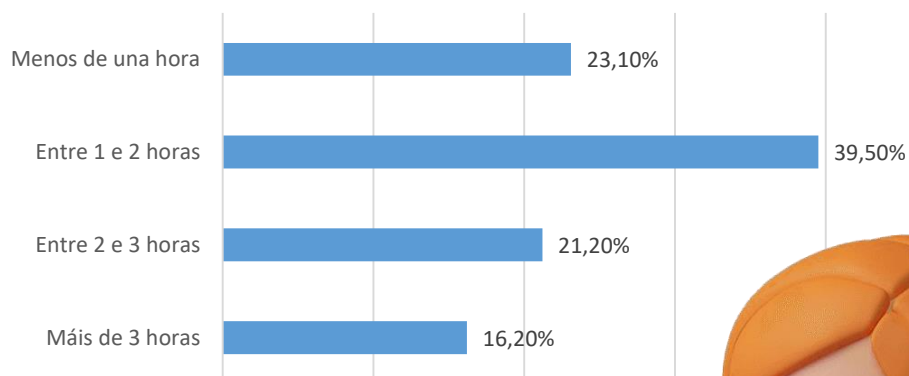
³ Xosé Pereira Fariña, “La televisión, más digital que nunca: el equilibrio (no) es imposible”, en www.panoramaaudiovisual.com/2023/01/10/



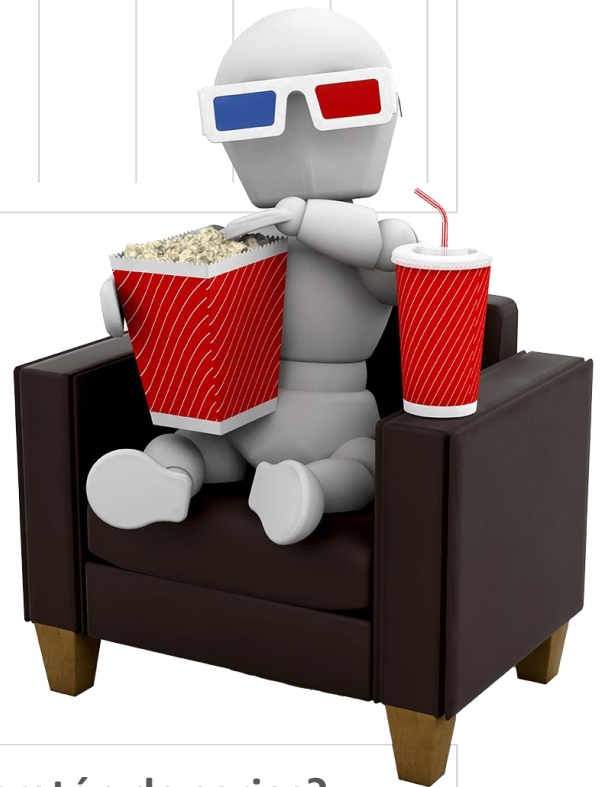
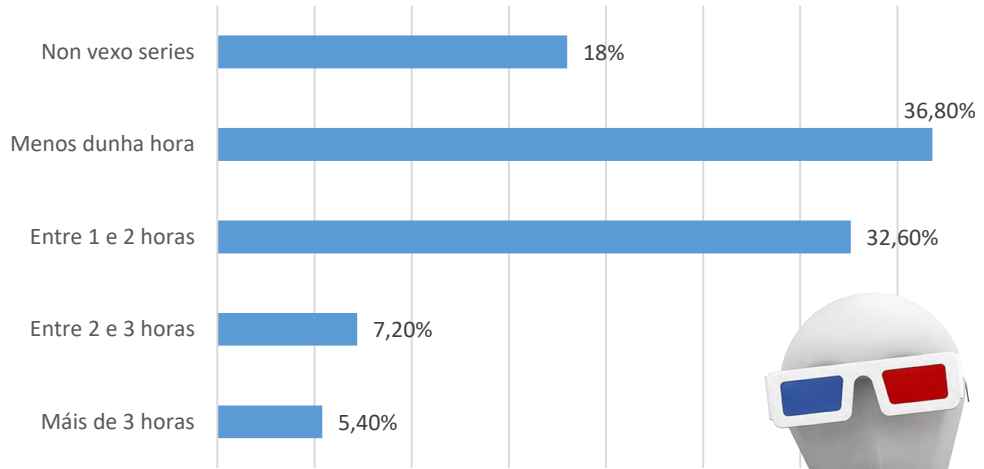
RESULTADOS GLOBAIS DO SONDEO DE ICMEDIA GALICIA



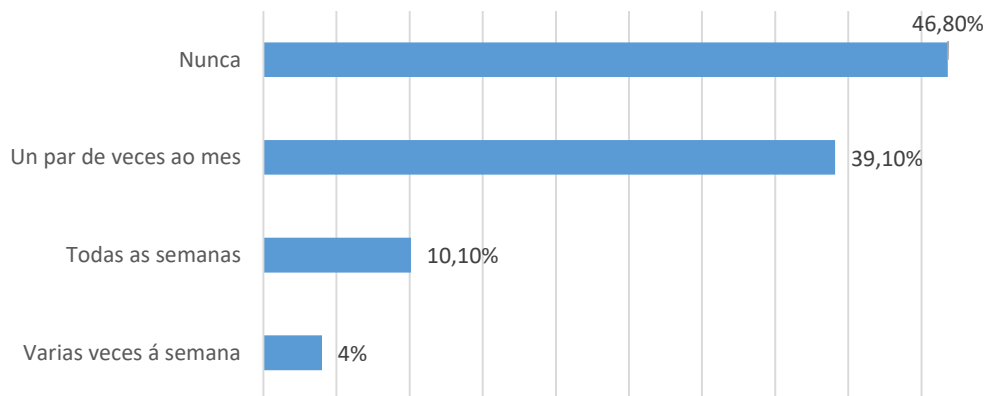
Cantas horas ves de media a diario de contidos audiovisuais en televisión ou en dispositivos móbiles?



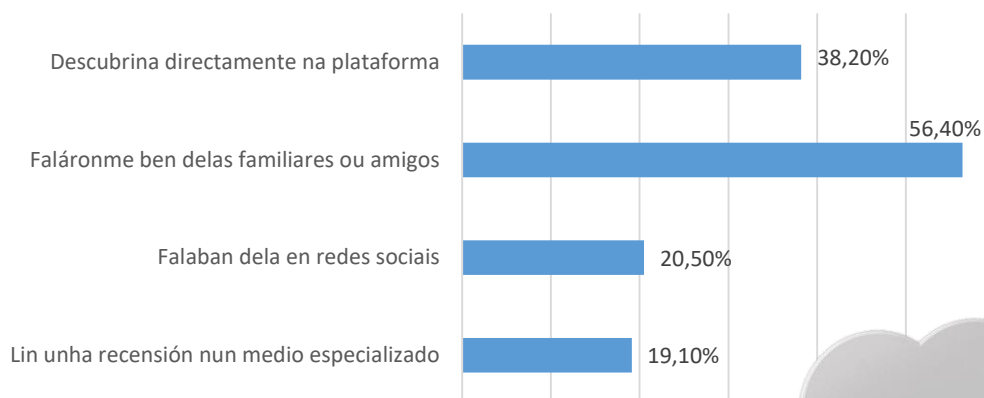
Dese tempo, canto dedicas a ver series de Tv?



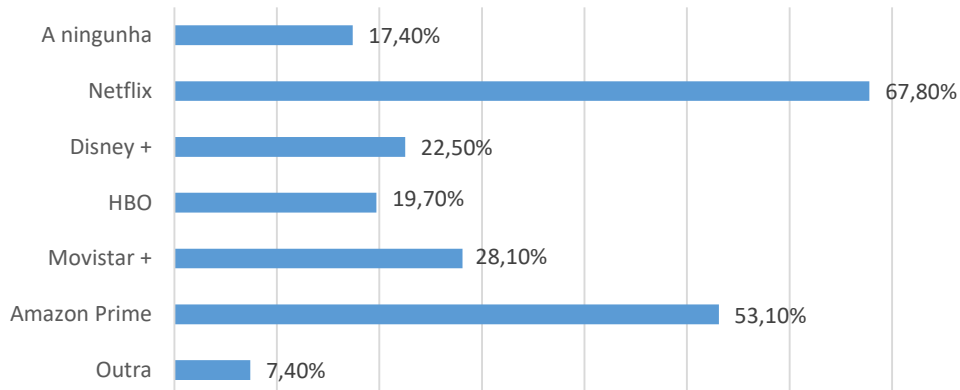
Cantas veces fas un maratón de series? (3 ou máis capítulos seguidos)



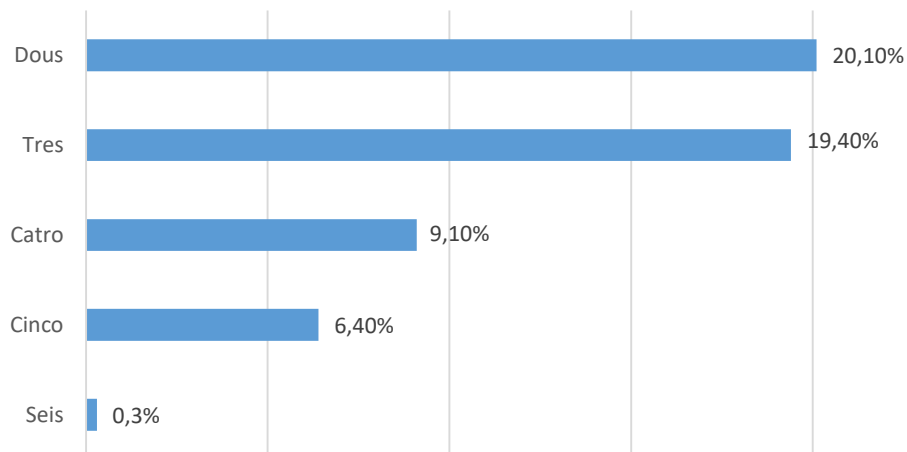
Por que empezas a ver unha serie determinada?



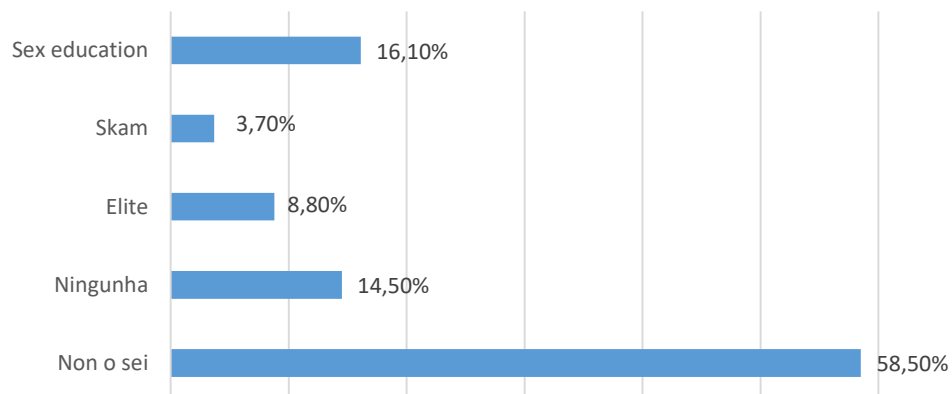
Estás suscrito a algunha plataforma dixital?



A cantas plataformas estás suscrito?



Que serie de adolescentes define mellor aos mozos actuais?



O PODER DA IMAXE

As rapazas de entre 12 e 16 anos son quen máis tempo dedican a ver contidos audiovisuais en televisión ou dispositivos móbiles: o 34,2% delas pasa ante as pantallas máis de tres horas ao día, dez puntos máis ca os mozos desas mesmas idades (24,2%). A ese tempo hai que sumar o que os adolescentes están activos nas redes sociais, onde catro de cada dez mozas declaran estar máis de tres horas diarias. Así se desprende da sondaxe sobre consumo audiovisual en Galicia realizada entre xullo 2021 e novembro 2022 por iCmedia Galicia, coa colaboración do IES Chapela (Redondela), e na que participaron 700 persoas de distintas idades.

Unha das características máis destacadas do consumo audiovisual en Galicia é o protagonismo dos mozos en todo o relacionado cos contidos que se distribúen por internet. Así, unha elevada porcentaxe dos adolescentes da nosa comunidade (53,4%) está abonada a tres ou máis plataformas dixitais distintas. Os datos da sondaxe de iCmedia Galicia veñen confirmar o que apuntaba o informe “Consumir, crear, xogar”, do Centro Reina Sofía sobre Adolescencia e Mocidade de FAD. Segundo ese estudo, publicado o ano pasado, o consumo de contido audiovisual constitúe a segunda forma de lecer dixital xuvenil máis frecuente, só por detrás do uso de redes sociais.

Aínda que os resultados globais da sondaxe de iCmedia Galicia apuntan a que a maior parte dos enquisados adoita ver acoitío entre unha e dúas horas de contidos audiovisuais (39,5%), obsérvanse diferenzas significativas á hora de comparar os distintos grupos de idade. As diferenzas por sexo tamén son importantes,

sobre todo nalgúns grupos de idade, como sinalamos entre os adolescentes.

Durante 2022, o consumo medio de televisión en Galicia foi de 173 minutos diarios, por baixo da media nacional, que foi de 186 minutos⁴. Os galegos son os que menos televisión viron o pasado ano despois de vascos, baleares, canarios e navarros. Ao longo dos últimos anos veuse constatando un progresivo recorte no consumo de televisión na nosa comunidade autónoma. Así, mentres que en 2019 os galegos pasaron unha media de 205 minutos ao día ante o televisor, en 2020 foron 198 e en 2021 baixaron a 179⁵. Trátase dunha tendencia xeral en toda España, e é que o aparello de televisión xa non é o único baremo para analizar o consumo audiovisual.

Tendo en conta a prevalencia da tecnoloxía dixital, son significativos os datos que recolle o “Marco xeral dos medios en España 2023” sobre os dispositivos máis utilizados para acceder a internet. En primeiro lugar aparece o teléfono móbil (*Smartphone*), que utiliza o 94,6% dos usuarios. Séguenlle, por esta orde, o Televisor tipo *Smart Tv* (61,4%), o ordenador portátil (53,4%), a Tablet (28,3%) e o ordenador de sobremesa (28,1%)⁶.

Adicción ás pantallas

José Manuel Trigo, presidente da Federación Española de Familias Numerosas e vicepresidente da Asociación Galega de Familias Numerosas (AGAFAN), expresa a iCmedia Galicia a preocupación dos pais ante a adicción ás pantallas dos máis novos: “Unha gran parte das nosas asociacións, que son as que es-

⁴ “Marco general de los medios en España 2023”, AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación).

⁵ Ibidem.

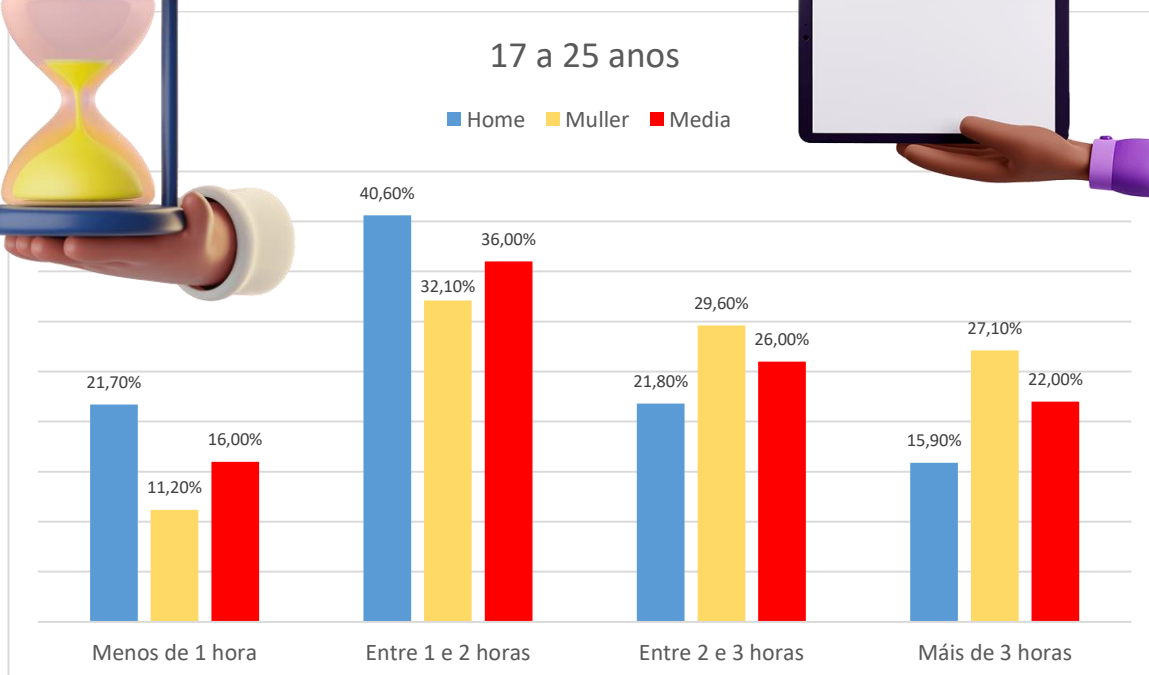
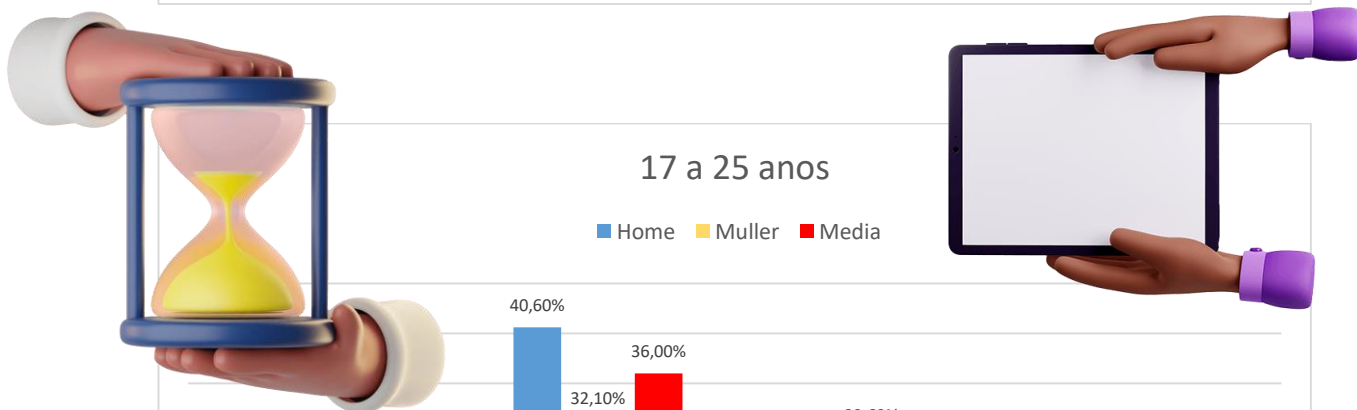
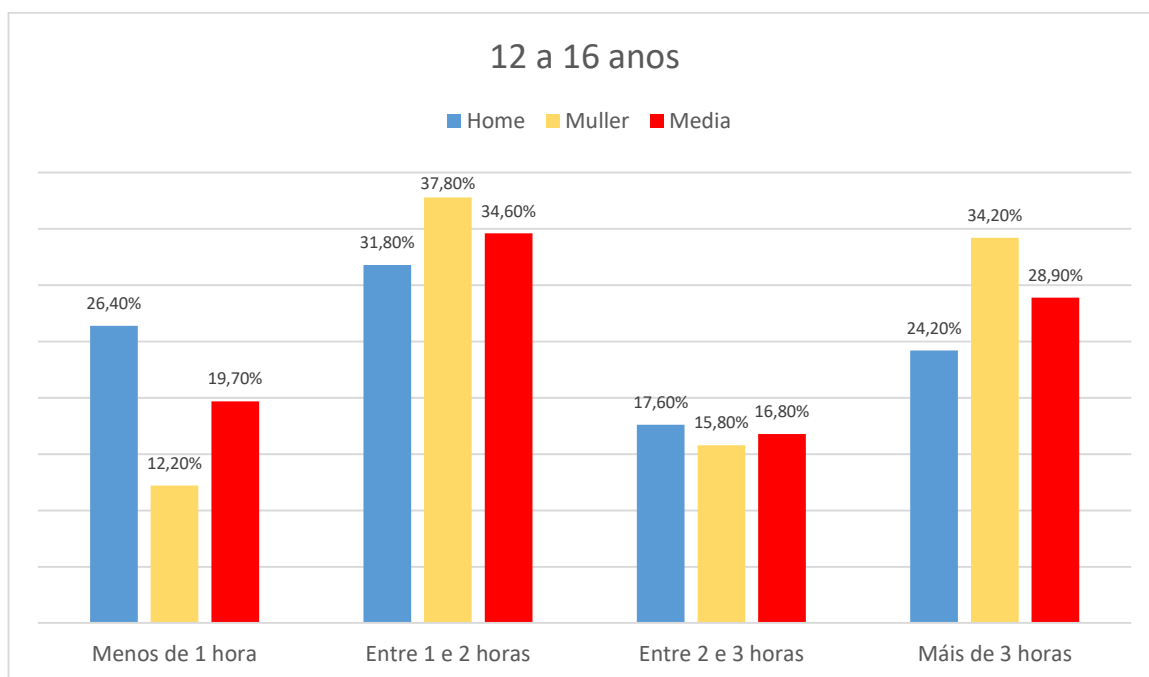
⁶ Ibidem.

tán directamente en contacto coas familias, fan moitos cursos informativos sobre o uso das pantallas e dan a coñecer os programas que existen hoxe en día para filtrar contidos. Os pais están preocupados, con moitas dúbidas sobre ese mundo e cun enorme desexo de informarse”. A Federación Española de Familias Numerosas engloba case unha vintena de asociacións territoriais, entre elas a de Galicia. Destaca Trigo como nestes momentos “temos acceso a moita información e os pais se preocupan polo que ven os seus fillos” nas pantallas que manexan, que van desde o uso do teléfono móbil ás redes sociais, pasando polas series televisivas. Ademais, detalla, “hai moitas teorías, moita xente que che comenta se isto é bo ou é malo”. Todo iso resúmese en que entre os responsables familiares “hai moitas dúbidas”.

“Os pais están preocupados polo que ven os seus fillos nas pantallas, con moitas dúbidas e cun enorme desexo de informarse”

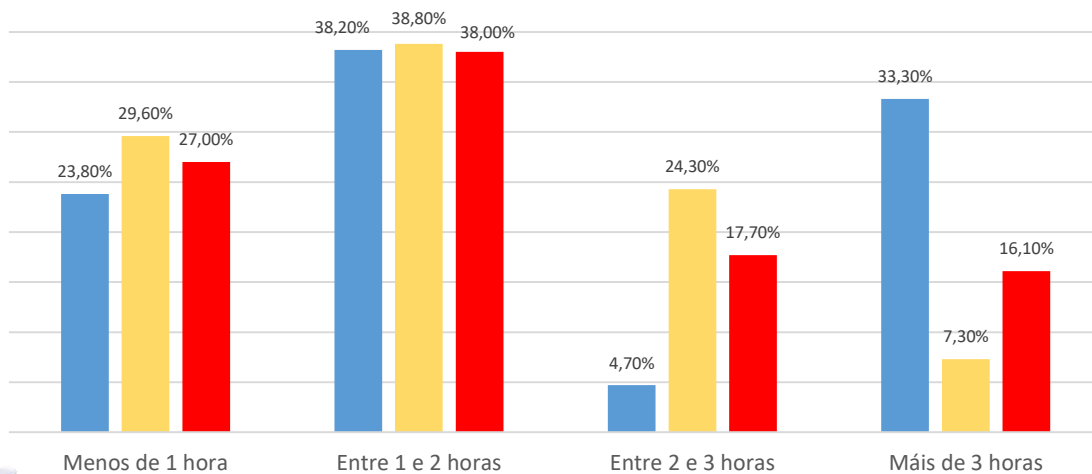
(José Manuel Trigo, presidente da Federación Española de Familias Numerosas)

Cantas horas ves de media a diario de contidos audiovisuais en televisión ou dispositivos m3biles?



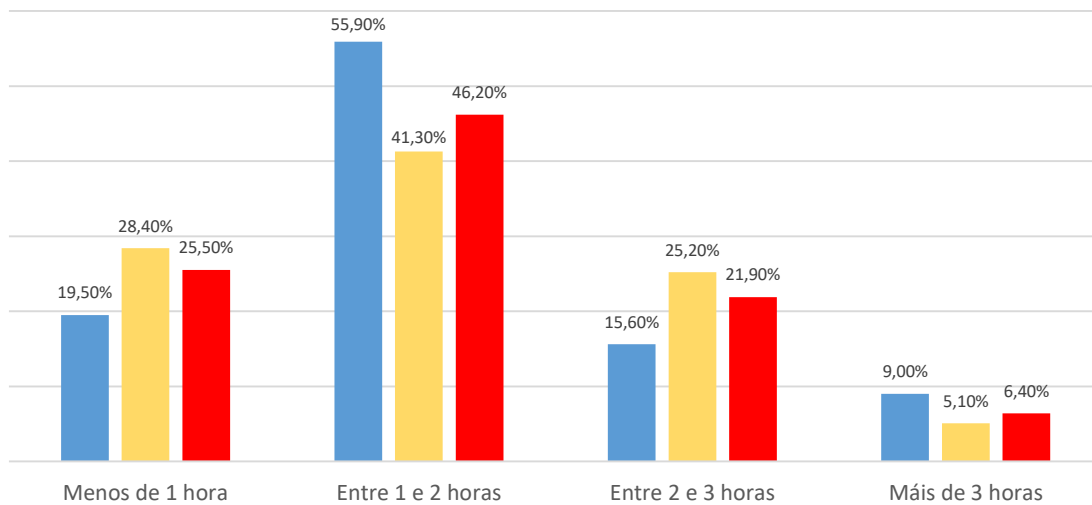
26 a 40 anos

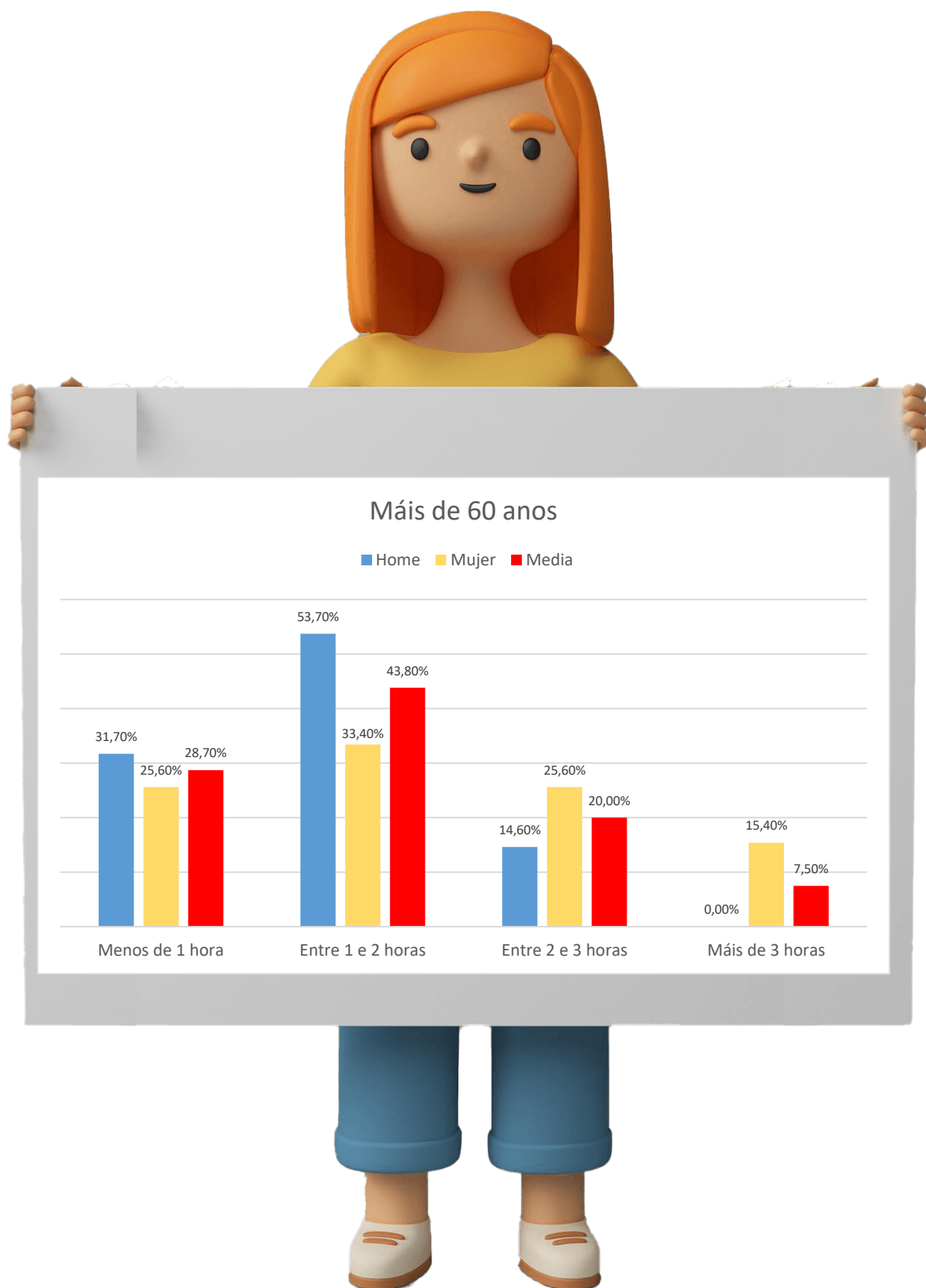
■ Home ■ Muller ■ Media



41 a 60 anos

■ Home ■ Mujer ■ Media





REDES SOCIAIS

O consumo audiovisual está hoxe en día estreitamente vinculado ás redes sociais, que teñen nos mozos os seus principais usuarios. Youtube, TikTok, Instagram... Vídeos de todo tipo, documentais, series e películas atoparon nas plataformas que comparten contidos o seu novo hábitat, polo que cada vez se fai máis difícil trazar unha fronteira clara entre o uso de redes sociais e o tempo de lecer que se dedica a ver contidos audiovisuais.

A sondaxe de iCmedia Galicia constata que os mozos son os máis asiduos ás redes sociais, ata o punto de que o 34,4% lles dedica máis de tres horas diarias. Unha porcentaxe que se eleva ao 43,8% entre as mozas de 17 a 25 anos. Na franxa de idade dos 26 aos 40 anos, a media sitúase en algo máis de dúas horas ao día, mentres que 4 de cada 10 persoas de 41 a 60 anos adoitan dedicar ás redes sociais entre unha e dúas horas diarias. Como cabería esperar, os maiores de 60 anos son os que menos utilizan as redes: o 55,6% dedícalles menos dunha hora ao día.

Por sexo, sobre todo entre os máis novos, son significativas as diferenzas entre homes e mulleres. De feito, as mozas de 12 a 16 anos que pasan máis de tres horas nas redes (39,5%) case duplican a porcentaxe dos homes desa mesma idade (21,7%). Tamén as mozas de entre 17 e 25 anos que lles dedican máis de tres horas diarias ás redes sociais superan aos mozos: o 43,8% fronte o 32,8% dos homes desas idades. Nos outros grupos de idade, as diferenzas non son tan rechamantes.

“Os mozos da xeración Z teñen envorcado a maior parte do seu consumo, tamén o audiovisual, á esfera dixital”

(María Esther del Moral, catedrática de Tecnoloxía Educativa)

Como sinala María Esther do Moral, catedrática de Tecnoloxía Educativa na Universidade de Oviedo, “a xeración Z –a primeira integrada por nativos dixitais– caracterízase pola súa competencia dixital, pola súa gran mobilidade e a súa curiosidade por coñecer outras culturas e nacións. Estes mozos, nados entre 1995 e 2010, utilizan as redes e medios sociais como vehículos para socializárense e teñen envorcado a maior parte do seu consumo, lecer e actividades lúdicas á esfera dixital”⁷.

“Os resultados da nosa investigación –engade– subliñan a prevalencia do consumo *online* neste sector da poboación ligado significativamente a comprar e vender produtos persoais, pero tamén ao consumo audiovisual. O confinamento imposto pola pandemia impulsou o crecemento do consumo a través de aplicacións electrónicas *online*, especialmente entre os mozos”. Destaca así mesmo Esther do Moral a importancia que as redes sociais teñen para ese sector da poboación, pois “constitúen un modelo de comunicación de referencia para a mocidade, erixíndose na súa actividade de lecer preferida; a maioría consome contidos

⁷ Del Moral, M.E., Guzmán, A.P. & Bellver, M.C. (2021). “Consumo y ocio de la Generación Z en la esfera digital”. *Prisma Social*, 34, 88-105.

audiovisuais nas plataformas virtuais, canles e redes sociais. Estes escenarios dixitais permítenlles asistir e valorar eventos culturais ou artísticos *online* (concertos, estreas de películas, series, etc.), escoitar música (Spotify), seguir a *youtubers* ou publicar comentarios, e especialmente, visionar series á carta cando e onde lles apetece (Netflix, HBO, etc.), xerando un consumo personalizado, conferíndolles liberdade, decisión e flexibilidade horaria”, apunta María Esther do Moral⁸.

Por outra banda, Del Moral –que é tamén presidenta de iC-media en Asturias– alerta do perigo que presentan as redes sociais de xeraren adiccións entre os usuarios máis novos, algunhas delas ao xogo *online* ou aos videoxogos. Sen esquecer o acceso á pornografía e outro tipo de contidos inadecuados para os máis pequenos. Segundo un recente estudo de investigadores da Universidade de Santiago de Compostela (USC), o 48% dos alumnos consultados afirma ver pornografía por primeira vez antes de superaren os 12 anos. Organismos internacionais advertiron de que o consumo de pornografía perpetúa o machismo e está detrás dos delitos sexuais entre os mozos.

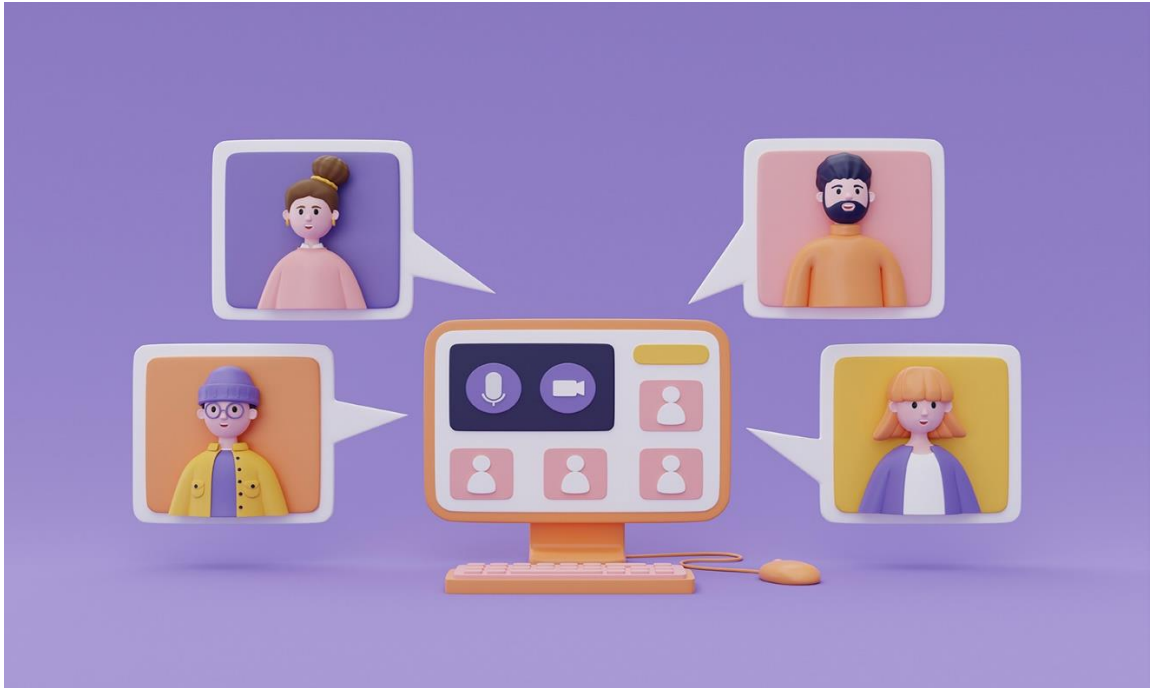
Como apunta Esther do Moral, “as novas tecnoloxías facilitáronnos moito a vida, pero non podemos esquecer os riscos nos colectivos máis vulnerables, como os menores. Temos unha condición de vida dual: a presencial e a virtual. Hai que ser coherentes, porque o que non facemos no mundo presencial porque está penado non se pode facer no mundo virtual. Hai que favorecer a educación para a cidadanía”.

⁸ Ibidem.

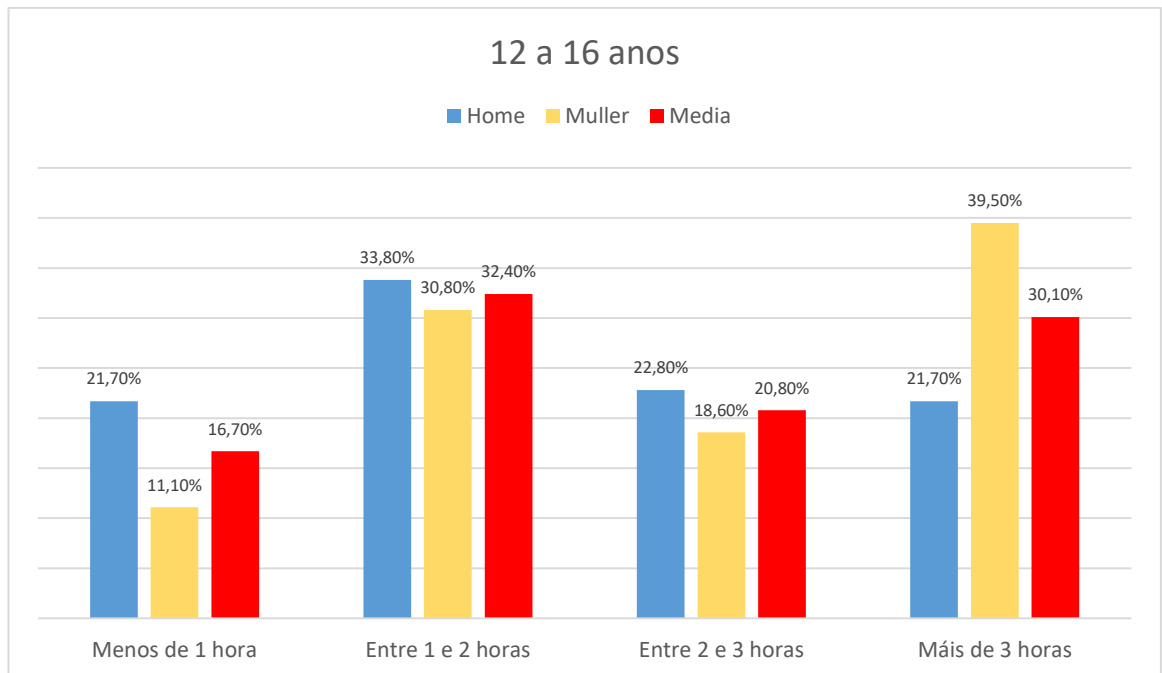
Uso problemático de internet

Un de cada catro adolescentes galegos fai un uso problemático de internet. Así se desprende do estudo “Adolescencia, tecnoloxía, saúde e convivencia”⁹, presentado pola Fundación Barrié e a Universidade de Santiago, que recolle o testemuño de 10.051 adolescentes pertencentes a 59 centros educativos de toda Galicia. O estudo incide nos riscos do uso indebido dos contidos de índole sexual en internet, onde a pornografía, o *sexting* e o *grooming* están á orde do día. De feito, o 44% dos adolescentes galegos reconece consumir pornografía *online* e un 42,2% intercambiou mensaxes sexuais. O informe destaca tamén o impacto dos videoxogos na adolescencia, cunha taxa de adicción de ata o 4%, que alcanza máis de 5.000 adolescentes en Galicia.

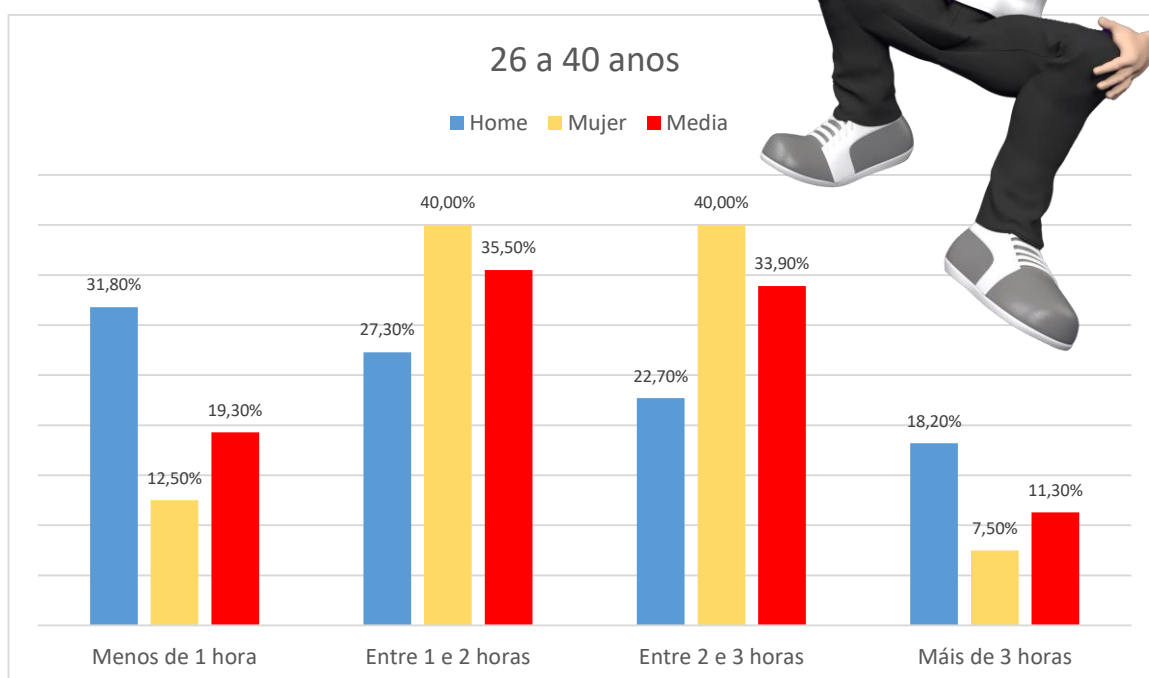
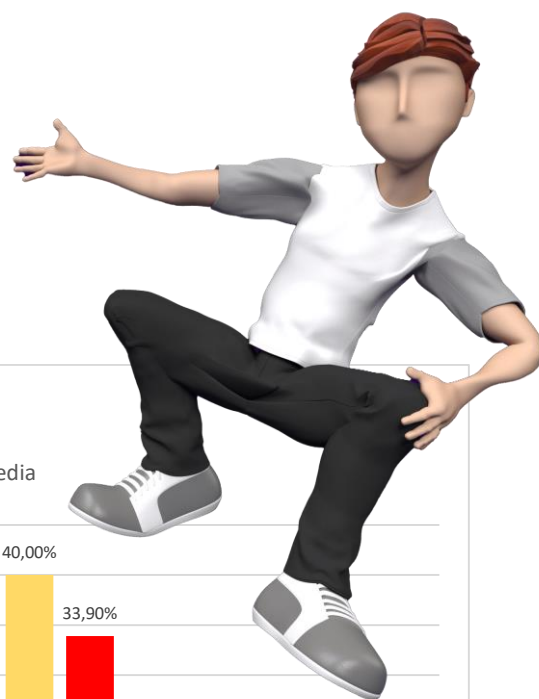
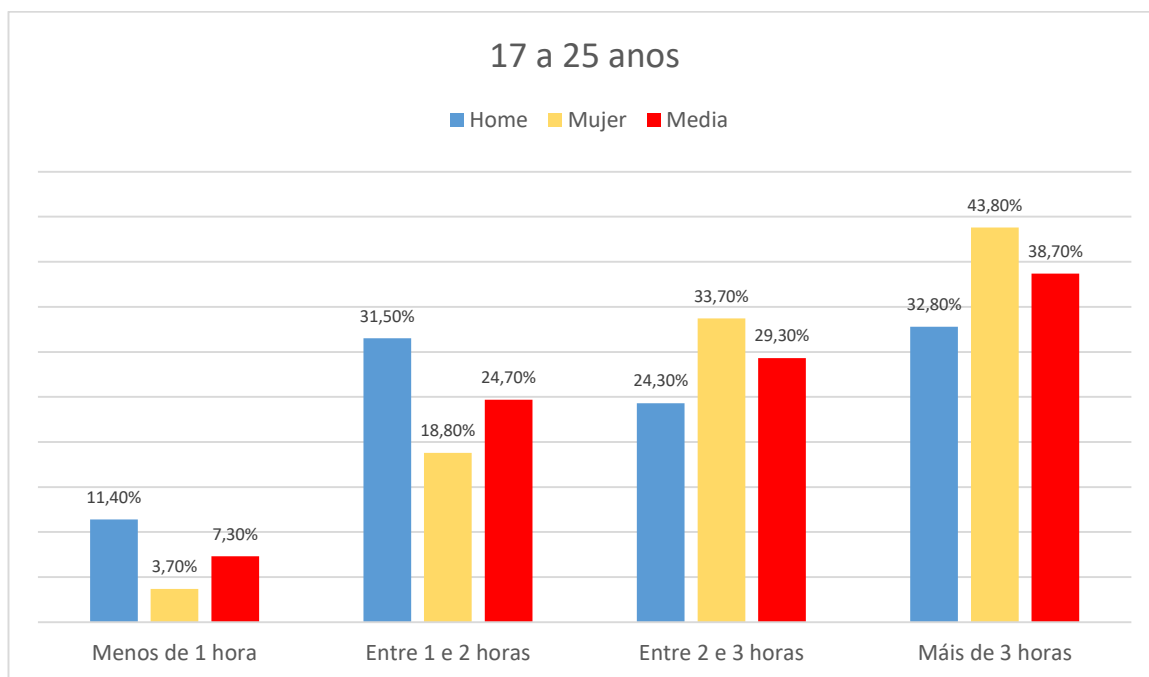
⁹ “Adolescencia, tecnoloxía, saúde e convivencia. Un estudo integral e proactivo desde os propios adolescentes”. Fundación Barrié, A Coruña, 2022, 177 p.



Cantas horas dedícaslle ao día de media ás redes sociais (WhatsApp, Instagram, Facebook...)?

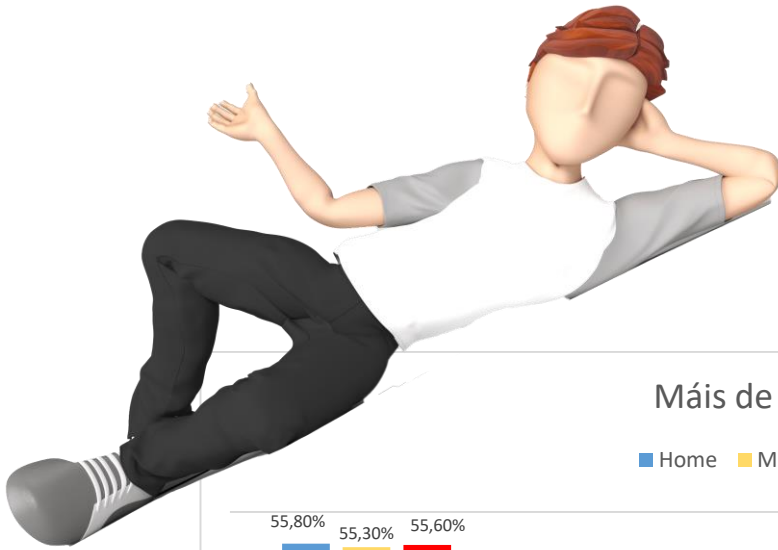
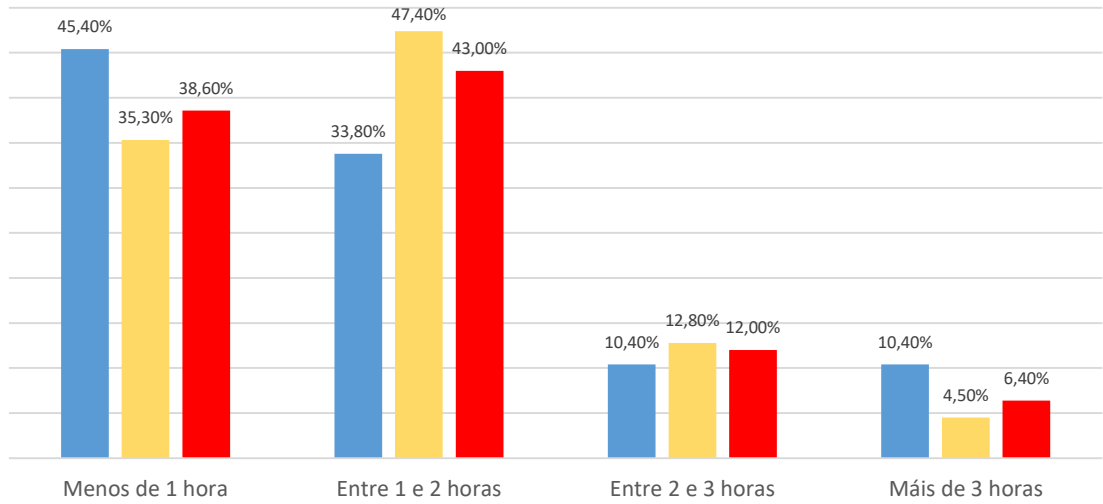


CONSUMO AUDIOVISUAL EN GALICIA 2023



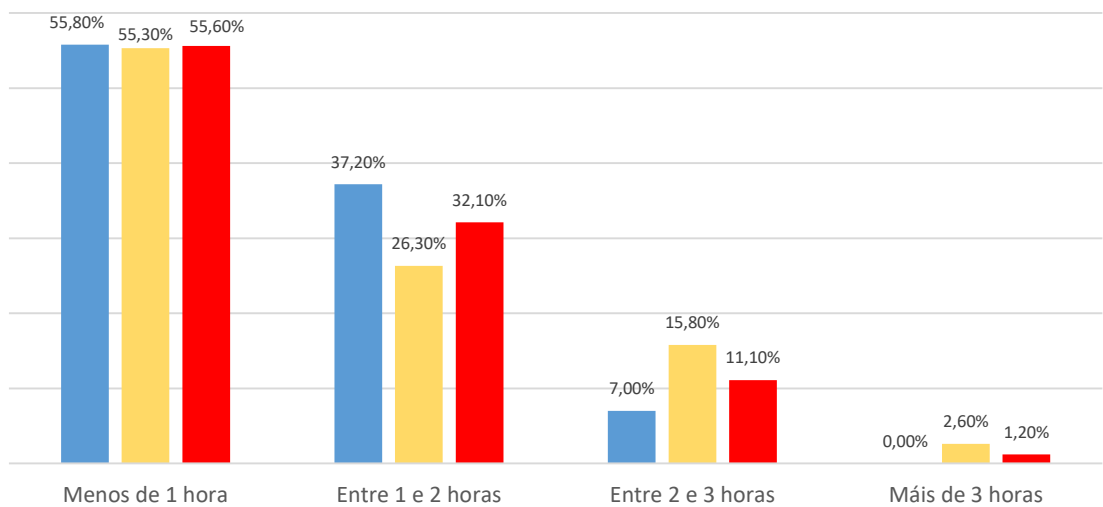
41 a 60 anos

■ Home ■ Mujer ■ Media



Más de 60 anos

■ Home ■ Muller ■ Media



PLATAFORMAS DIXITAIS

Un dos datos máis significativos da sondaxe realizada por iCmedia Galicia está relacionado coa proliferación da oferta audiovisual en plataformas dixitais: máis da metade dos adolescentes enquisados (53,4%) ten acceso a tres ou máis plataformas de contidos distintas. A posibilidade de compartiren contas –que agora empezan a limitar compañías como Netflix– está sen dúbida detrás desa elevada porcentaxe. Un dato que contrasta co número de persoas maiores de 60 anos nesa situación: apenas o 12,4%. Unha fenda por idades que se dá, en xeral, no uso das novas tecnoloxías e que tamén está presente na forma de acceder a contidos audiovisuais. De feito, o 36,2% dos maiores de 60 afirma que non está subscrito a ningunha plataforma dixital.

A plataforma máis seguida polos galegos é Netflix, á que están abonados o 67,8% dos enquisados; porcentaxe que se eleva ao 85,7% entre os mozos de 12 a 16 anos. “A pesar das enormes perdas económicas anuais que segue a ter, Netflix é con diferenza a que máis variedade de contidos e reposición ofrece, cunha media de 25-30 estreos de series e 10-15 películas ao mes. Ademais, conta con diferentes modalidades de prezo, algúns moi alcanzables”, sinala o crítico de cinema e de televisión Claudio Sánchez, colaborador de iCmedia Galicia.

Séguelle en número de subscritores Amazon Prime, co 53,1%. Aínda que neste caso, como apunta Claudio Sánchez, hai que ter en conta que “Amazon Prime Vídeo funciona á marxe do resto de plataformas: a maior parte de usuarios non dependen dos contidos audiovisuais, senón das rebaixas no servizo de

transporte que ofrece aos seus clientes ‘prime’. De feito, en poucas ocasións foi capaz de situar unha serie orixinal entre as máis vistas, a pesar de ter a máis cara da historia (*El Señor de los anillos: los anillos del poder*), engade o tamén colaborador de iC-media Galicia.

En terceiro lugar sitúase Movistar + (28,1%) e deseguida Disney + (22,5%). Curiosamente, entre os adolescentes de 12 a 16 anos HBO (30,7%) está por diante de Disney Plus (27,8%) e de Movistar + (27,1). “Disney Plus –comenta Claudio Sánchez– mellorou substancialmente os seus datos coa pandemia, e segue a atraer os máis novos coas producións de Marvel, Pixar e Disney, e as series relacionadas con *Star Wars* (especialmente *The Mandalorian*). Movistar ten nestas idades un seguimento similar ao de Disney e HBO, pero máis dirixido ao deporte que ás series de televisión, que adoitan ser de corte máis adulto”.

Os datos da sondaxe de iCmedia Galicia son moi similares aos que se dan a nivel nacional. De feito, segundo un informe de Barlovento Comunicación de 2022, as plataformas de maior aceptación en España son: Netflix, que chega a 9,6 millóns de fogares, o que equivale a 22,5 millóns de potenciais clientes; Amazon Prime Vídeo con 15,2 millóns de público potencial, o que equivale a estar presente en 6,6 millóns de fogares, e Movistar + con 8,4 millóns de potenciais espectadores e unha media de 3,6 millóns de fogares. A cuarta posición é para HBO seguido de Disney+.

En opinión de Xosé Pereira Fariña, responsable da área de Innovación do CRTVG, “o consumo de contidos nos tempos mortos é a principal variable que souberon explotar mellor as novas plataformas de entretemento audiovisual. As posibilidades tecnolóxicas permiten que os sistemas de recepción se adapten eficazmente ao consumo fragmentado de produtos, como series ou

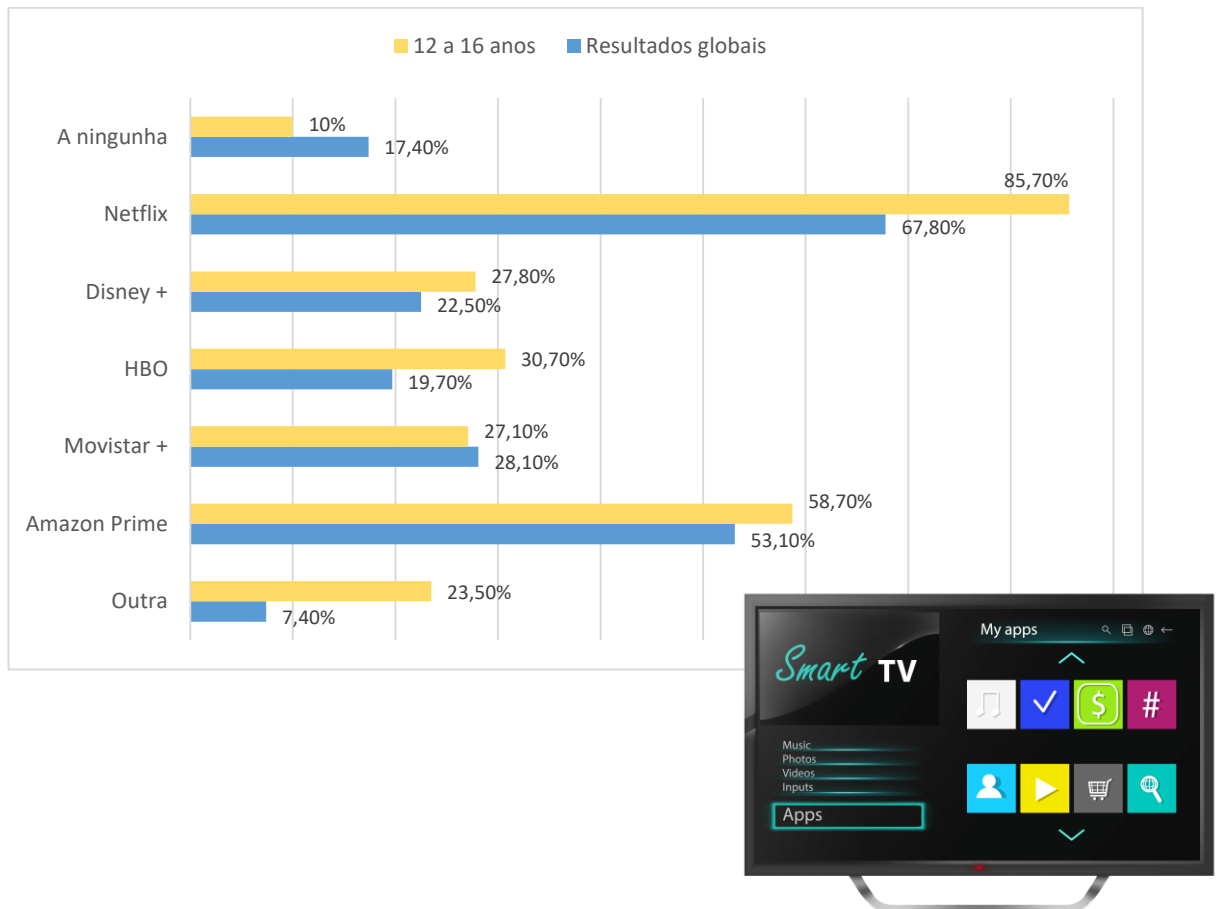
películas, que antes se consumían de xeito ininterrompido. Metodoloxías como a implantada por Netflix, permiten consumir un capítulo dunha serie de 40 minutos en varios momentos do día, xa que o sistema garante a localización do punto de finalización da última visualización, independentemente da plataforma que se utilizase, como un ordenador de sobremesa, un teléfono móbil ou un televisor”.

E é que a variedade de dispositivos polos que chegan as imaxes é outra das características dos novos hábitos de consumo audiovisual. “Estes avances, que a priori parecerían menores – explica Xosé Pereira a iCmedia Galicia–, son os que garanten a fidelidade da audiencia a un produto e, de paso, garanten un maior consumo de contidos audiovisuais. A partir do modelo, o *big data* permite coñecer mellor o comportamento de cada un dos usuarios e as ferramentas que permiten mesmo aconsellar os mellores momentos para interromper a visualización ou seleccionar as secuencias de maior interese que permitan ver un contido audiovisual en menos tempo do que dura realmente”.

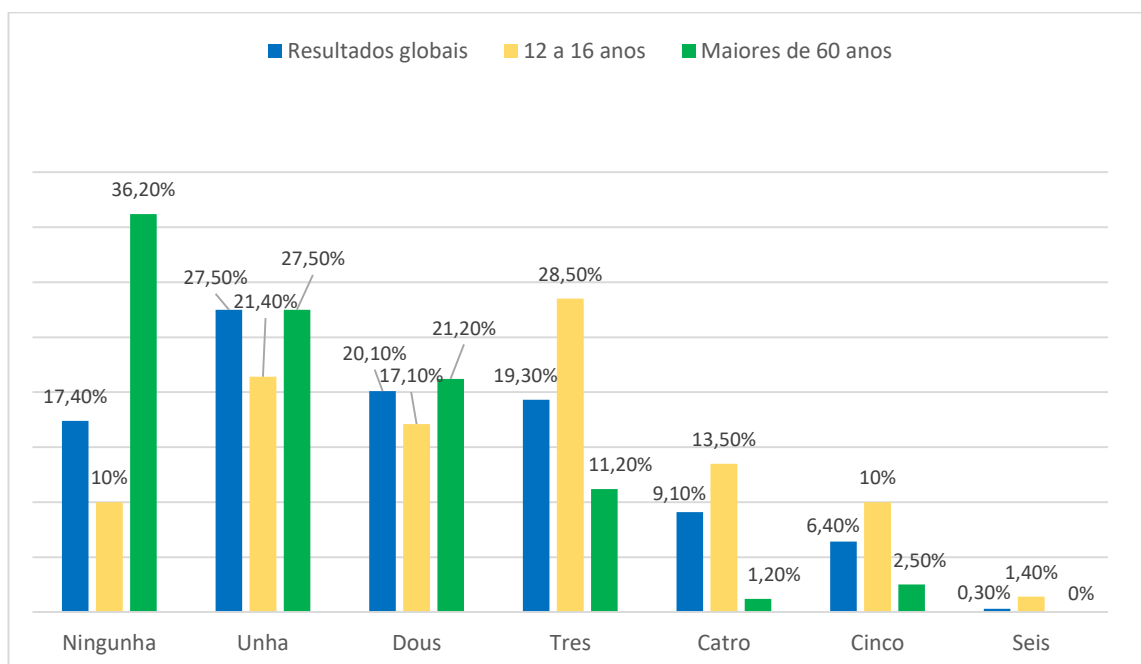
Segundo o informe “Marco xeral dos medios en España 2023”¹⁰, o maior consumo diario de contido televisivo por Plataforma dáse entre as 22.30 e as 23.30 horas, cunha porcentaxe por riba do 11%, sendo a audiencia acumulada diaria do 26%. Este estudo confirma que o principal público das plataformas dixitais son os mozos: a porcentaxe de audiencia acumulada diaria elévase por riba do 39% nas franxas de idade comprendidas entre os 20 e os 34 anos, mentres que apenas supón o 9,6% entre os maiores de 65 anos.

¹⁰ “Marco general de los medios en España 2023”, AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación).

Estás suscrito a algunha plataforma dixital?



Número de plataformas a las que están suscritos



O FENÓMENO DAS SERIES

Da man das plataformas dixitais, o “tsunami” das series de televisión apoderouse de parte do consumo audiovisual. Ata o punto de que case a metade dos españois (47,8%) usa internet para ver series de televisión ou películas¹¹. Tamén entre os galegos deixouse sentir o *boom* das series, sobre todo entre os máis novos. A sondaxe de iCmedia Galicia sinala que case un de cada catro adolescentes (23,2%) dedica máis de dúas horas ao día a ver series de televisión. Aínda que poida semellar un erro, o certo é que os datos da enquisa reflicten que nos mozos de 12 a 16 anos se dá a mesma porcentaxe (11,6%) entre quen din ver entre 2 e 3 horas de series e os que dedican ás mesmas máis de 3 horas diarias. Pero o máis rechamante é que as rapazas desas idades seguen máis as series (17,3% en ambos os casos) que os rapaces (6,5%). Se incluímos tamén os que dedican entre unha e dúas horas, a porcentaxe dispárase: a metade dos adolescentes enquisados (49,2%) dedica polo menos unha hora ao día a ver series de televisión.

Curiosamente, na seguinte franxa de idade baixa significativamente o consumo de series, pois entre os mozos de 17 a 25 anos só lle dedica máis de tres horas diarias o 6% dos enquisados. Entre os 26 e os 40 anos, a metade (50,8%) asegura que na súa xornada lle dedica de media entre 1 e 2 horas a este tipo de produto audiovisual, mentres que a partir dos 40 anos a resposta maioritaria é menos dunha hora ao día.

¹¹ “Marco general de los medios en España 2023”, AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación).

Entre quen din non ver series de televisión, as porcentaxes máis altas danse nos extremos da pirámide de idade: o 20,8% entre os mozos de 12 a 16 anos, e o 28,6% entre os maiores de 60 anos.

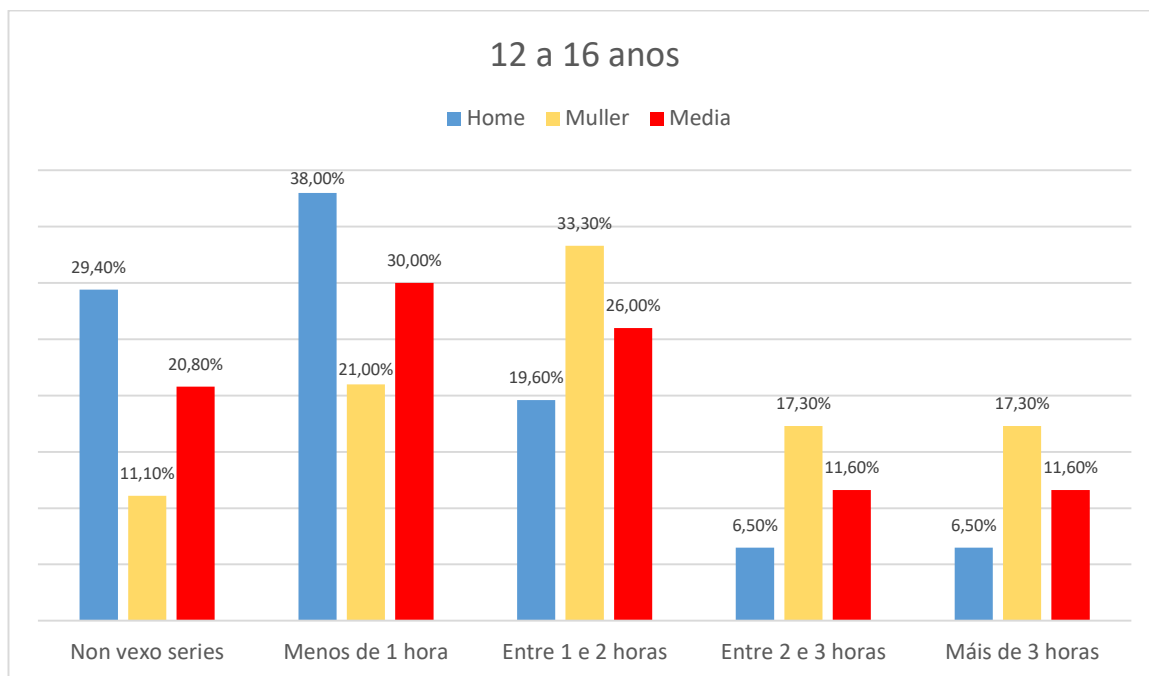
Só se ve un 2 % da oferta

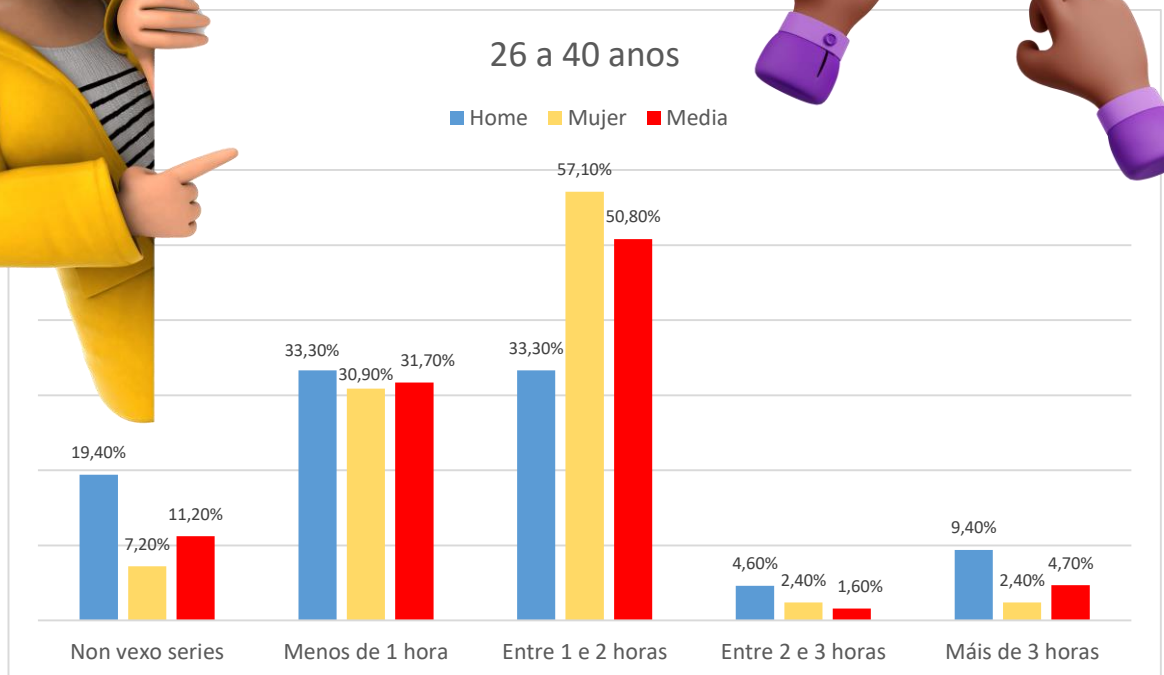
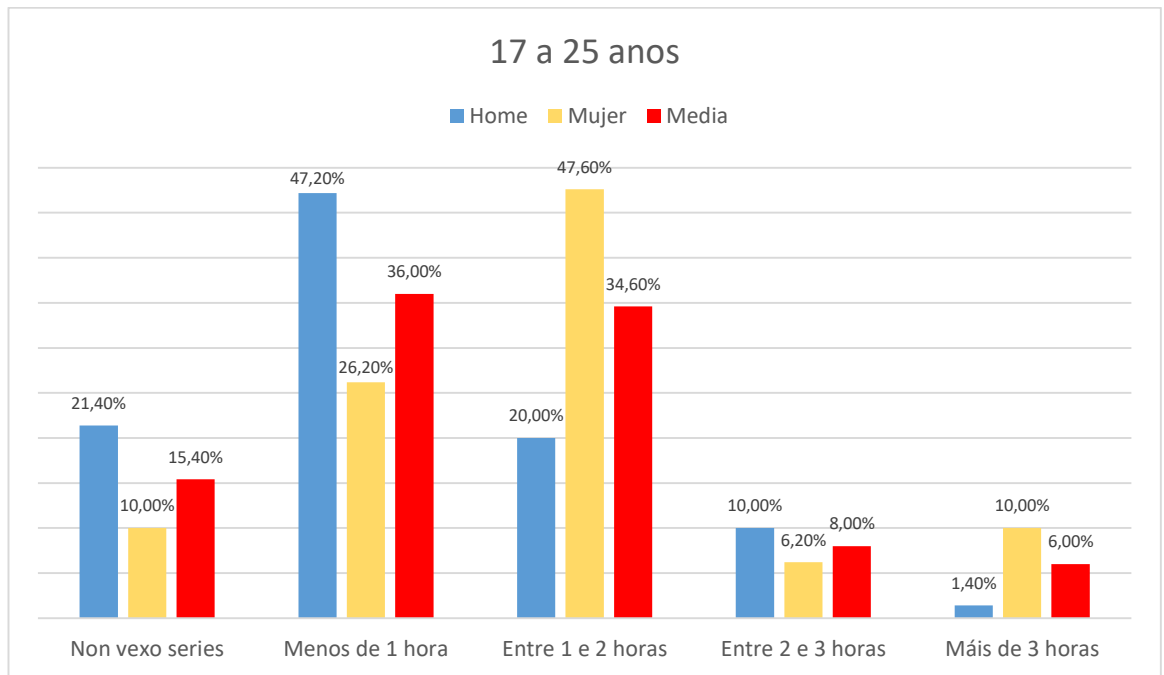
Máis de 4.000 series. Esa é a oferta habitual das plataformas. Nun ano, o espectador pode ver arredor dun 2 % do catálogo de películas, series, documentais e programas dunha plataforma como Netflix. O dato procede dun estudo publicado o pasado verán polo portal Reviews. Nese momento a oferta era de 4.382 series, se ben a cifra non é estable xa que algúns dereitos caducan cada mes, o que obriga a anovar a oferta. Con datos de xuño de 2022, Netflix ofertaba 1.772 series, Prime Vídeo 704, HBO Max 534, Disney+ 482, Filmin 309, Atresplayer Premiun 250, Movistar Plus+ 150, RTVE play 150 e Apple tv+ 81.

Ante a complexidade de tanta oferta, iCmedia ofrece cada mes, a través dunha Newsletter gratuíta, recensións con novidades de series, unha información que elabora o crítico Claudio Sánchez. Segundo a sondaxe de iCmedia Galicia, a escolla de series está influída principalmente por comentarios de amigos e familiares (56,4%), aínda que un 38,2% selecciona directamente a partir da información que da a plataforma e un 20,5% accede a elas por comentarios en redes sociais. Só un 19,1% chega a estas series informándose antes do seu contido en revistas especializadas.

Chama a atención o feito de que mentres a maioría dos enquisados sinalan que o principal motivo para veren unha serie determinada son os comentarios de familiares ou amigos, entre os adolescentes de 12 a 16 é consecuencia de descubri-la directamente na plataforma (46,4%).

Dese tempo de contidos audiovisuais, canto podes dedicar a ver series de TV?

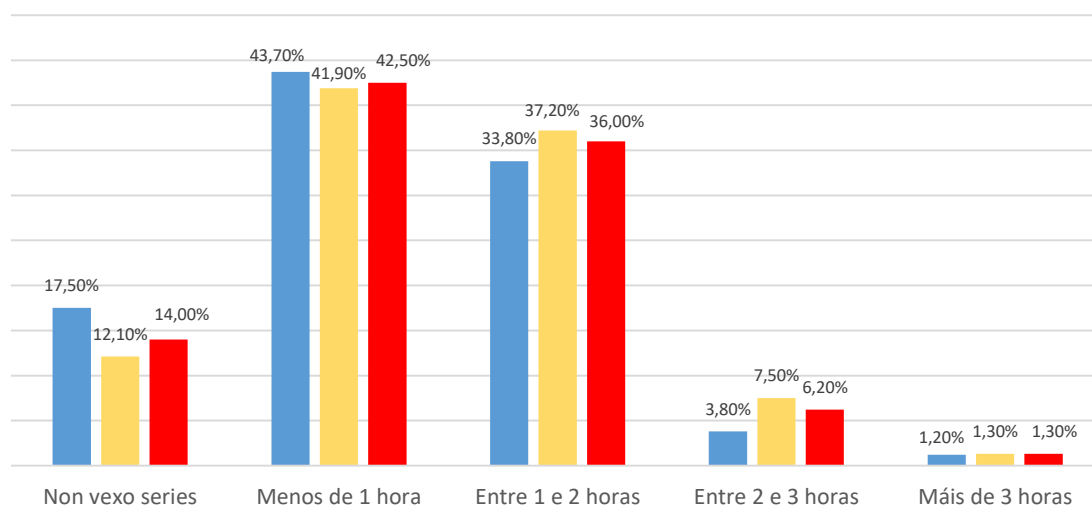






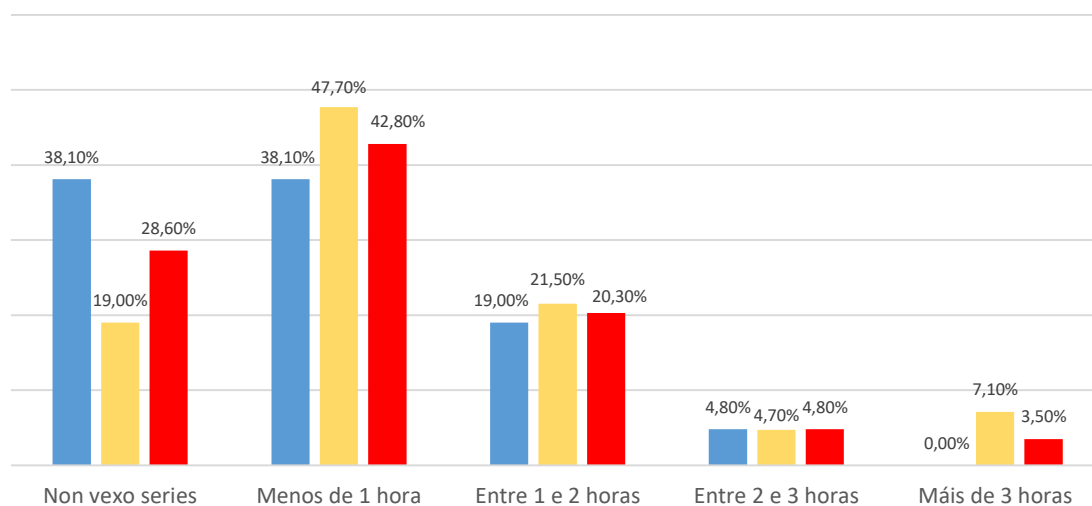
41 a 60 anos

■ Home ■ Mujer ■ Media

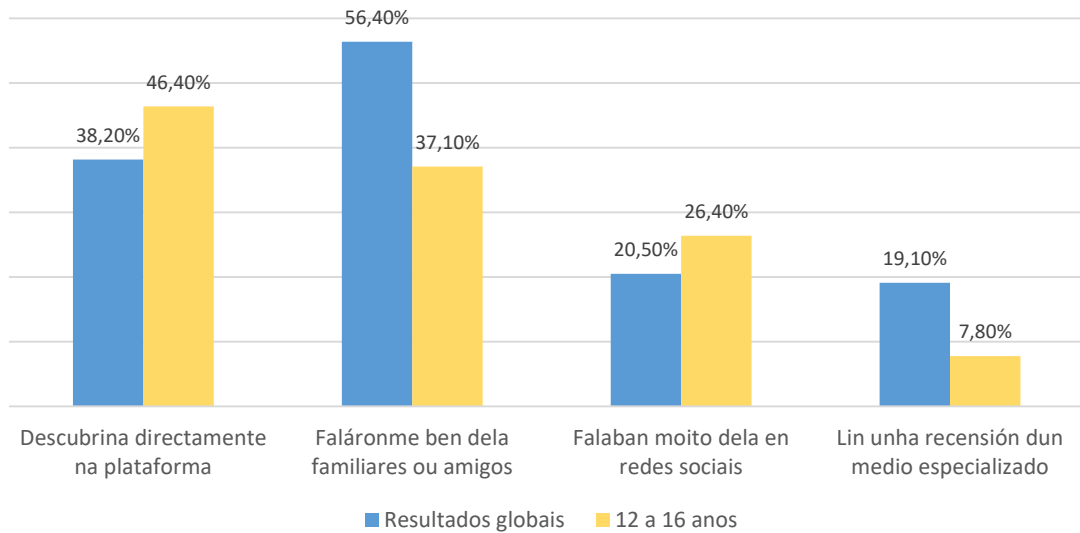


Máis de 60 anos

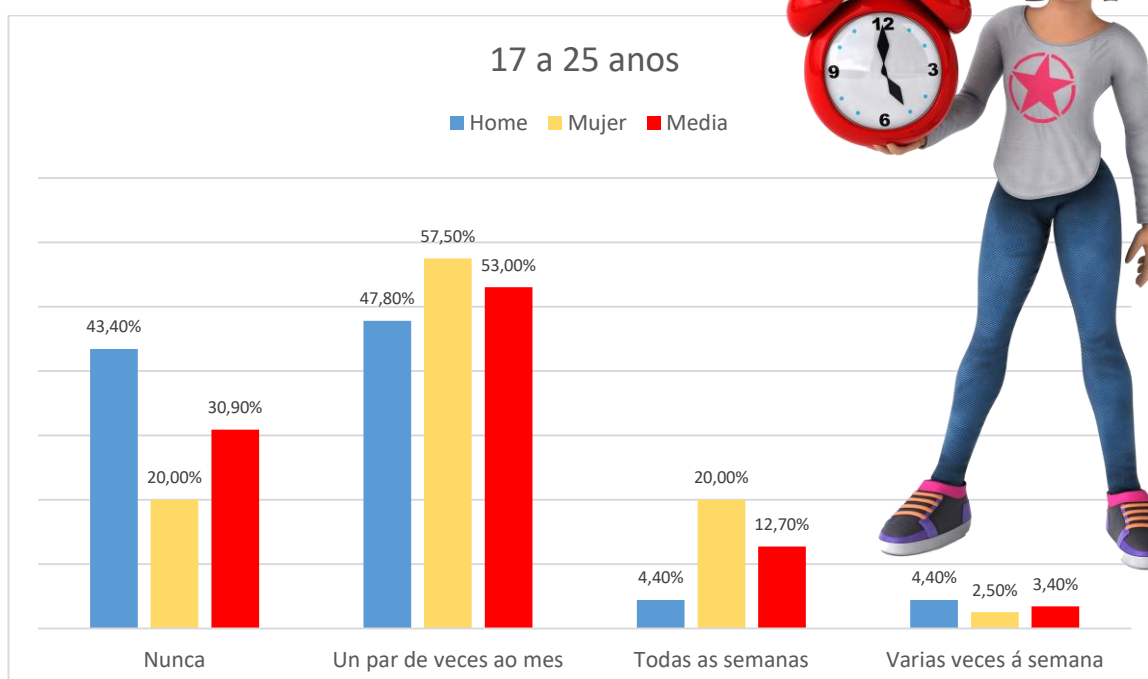
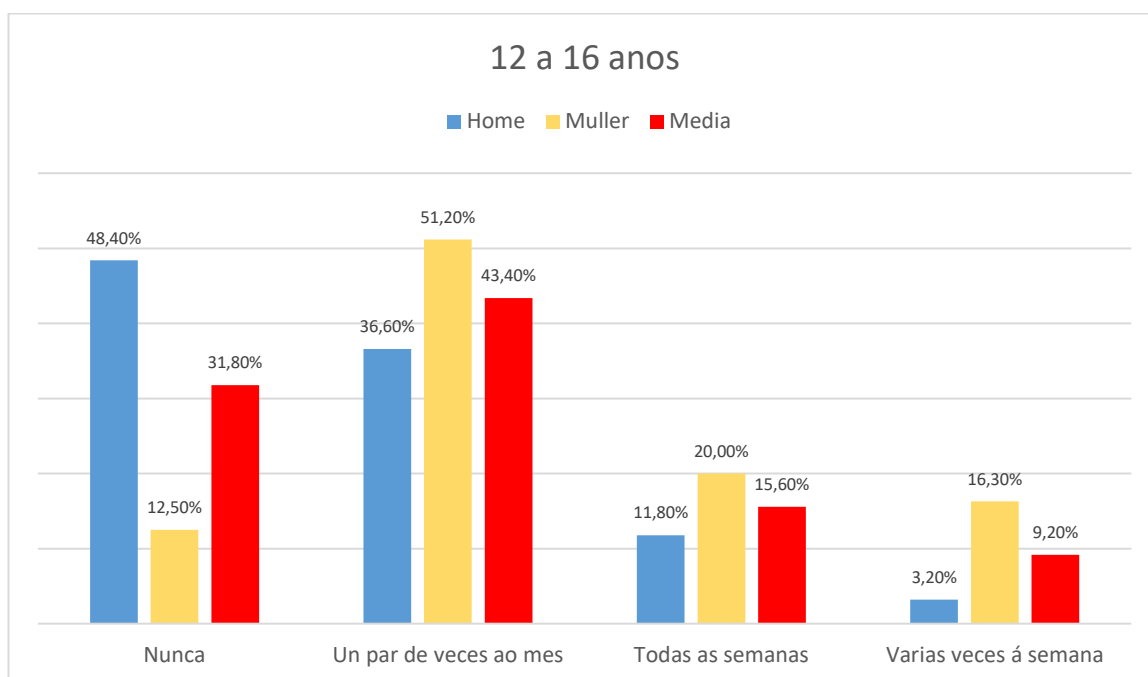
■ Home ■ Mujer ■ Media

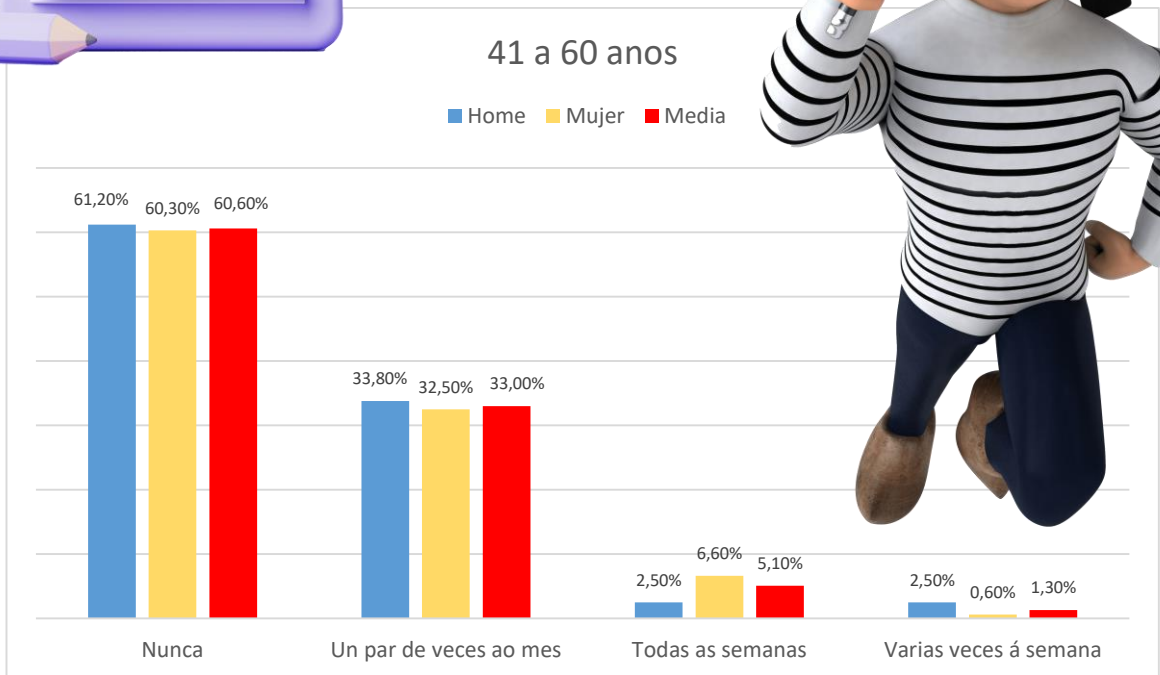
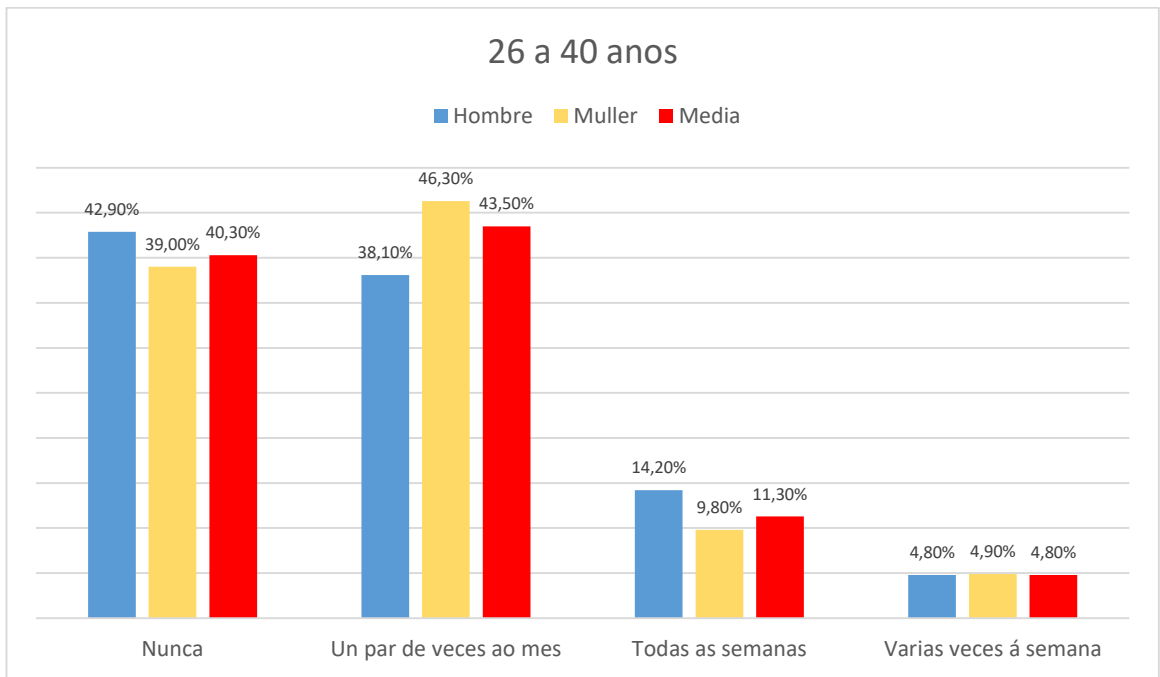


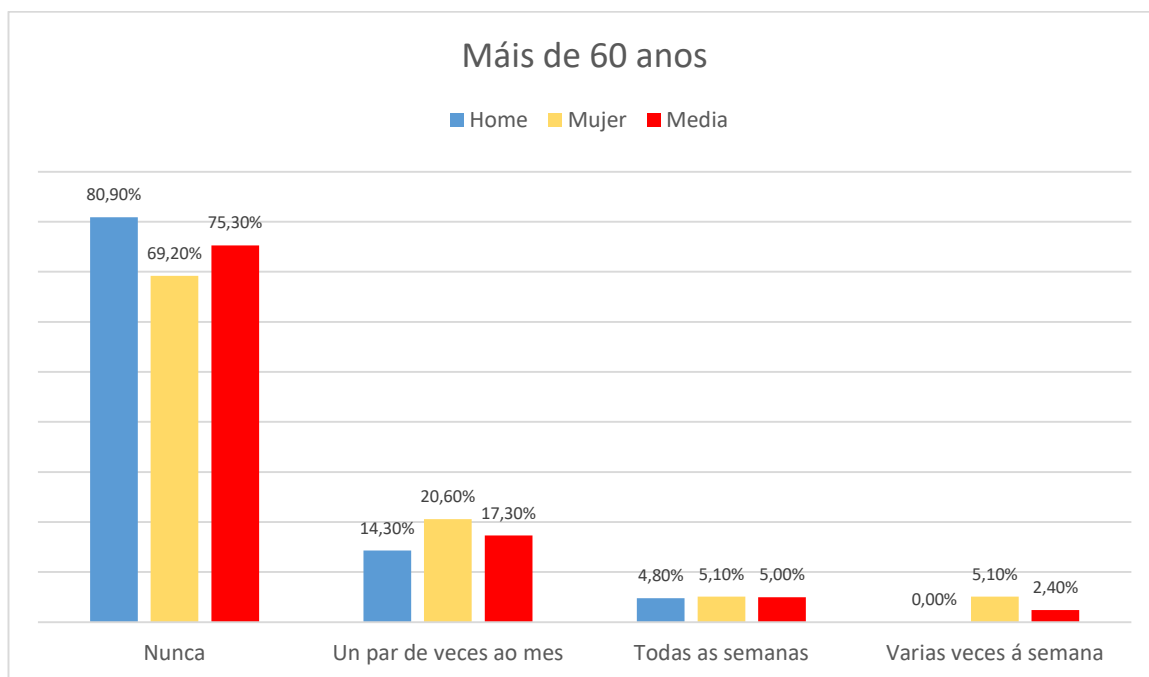
Por que empezas a ver unha serie determinada?



Cantas veces fas un maratón de series? (tres ou máis capítulos seguidos)







ASÍ SE VEN NAS SERIES OS ADOLESCENTES

Durante estes últimos anos, os adolescentes son protagonistas de varias series de televisión de éxito, tanto nacionais como internacionais. Algunha delas reflicte fielmente o carácter e as inquiredanzas dos mozos actuais? A xulgar polas respostas que os propios adolescentes deron ao cuestionario de iCmedia Galicia, ningunha define ben o seu perfil, ou polo menos teñen as súas dúbidas ao respecto. Así, o 46,4% dos mozos de 12 a 16 anos declara que non sabe cal das series máis coñecidas lles define mellor, mentres que un de cada cinco (20,7%) cre que non o fai ningunha delas.

O adultos, pola súa parte, tampouco saben moi ben que serie reflicte mellor o sentir dos mozos. Non fai falta máis que observar os resultados globais da sondaxe de iCmedia para apreciar que a gran maioría dos enquisados (58,5%) di non saber cal delas lles define mellor. Tanto entre os mozos (23,5%) como nos resultados globais (16,1%) a serie *Sex education* é a máis votada como referente da mocidade actual.

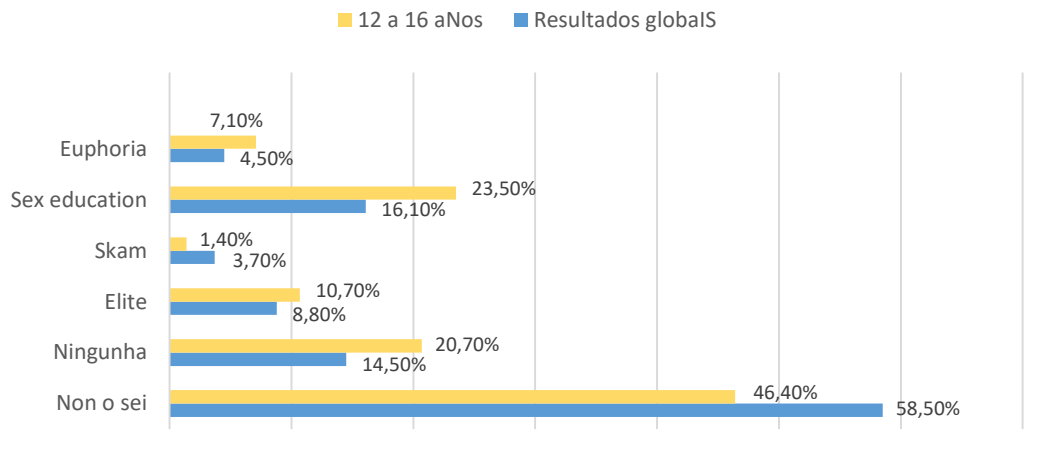
“Series como *Élite* son moi seguidas, mais só un de cada dez adolescentes séntese representado polas súas personaxes”

(Claudio Sánchez, crítico de cine e Tv)

Claudio Sánchez, experto en series de televisión, dános algunha clave ao respecto ao analizar os resultados da sondaxe: “As ficcións como *Élite* teñen un gran seguimento do público xuvenil, algo que foi moi destacable ao principio do confinamento. Porén, os mozos séntense pouco representados polas súas personaxes. Só un de cada dez pensa que as súas personaxes son cercanas á súa vida polos seus comportamentos e modos de pensar. No caso de *Euphoria* esa cifra baixa ata o 7,1%, mentres que *Sex education* é a que resulta máis crible e representativa entre os adolescentes cun 23,5%”.

O tamén asesor de iCmedia engade que “tanto *Élite* como *Euphoria* teñen unha violencia máis habitual, con suicidios, malos tratos e asasinatos. Tamén son series que mostran con naturalidade as relacións sexuais con menores, en grupo, e unha presenza habitual do alcohol e as drogas, cun exemplo habitualmente pernicioso de país e profesores. *Sex education*, porén, ofrece unha visión hipersexualizada da adolescencia, pero máis matizada, evitando na súa maior parte os comportamentos terminais, e incluíndo empatía, comprensión e tenrura entre as personaxes, e unha certa amabilidade benintencionada no retrato dos desorientados adultos”.

Que serie de adolescentes crees que define mellor aos mozos actuais?



CONCLUSIÓN

Consumo audiovisual



As rapazas de entre 12 e 16 años son quen máis tempo dedican a ver contidos audiovisuais: o 34,2% delas pasa ante as pantallas máis de tres horas ao día, dez puntos máis que os rapaces desas mesmas idades (24,2%).



Unha gran parte dos enquisados adoita ver acotío entre unha e dúas horas de contidos audiovisuais (39,5%), ademais do tempo que dedican ás redes sociais, mentres que un 16,2% admite que o fai durante máis de tres horas diarias.

Series de televisión



Os maiores consumidores de series de televisión son as rapazas de entre 12 e 16 años: unha de cada

tres (34,6%) dedícalles máis de dúas horas diarias, e un 17,3%, máis de tres horas.



O 9,2% dos adolescentes fai un maratón de series (tres ou máis capítulos seguidos) varias veces á semana. Son as mulleres as máis asiduas a esta práctica: o 16,3% fronte ao 3,2% dos rapaces.



Tres de cada catro maiores de 60 anos (75,3%) afirma que non ve nunca series de televisión.



Un de cada cinco adolescentes galegos (20,7%) cre que ningunha das series xuvenís de moda reflicte realmente como son eles. Máis da metade dos enquisados (58,5%) sinala que non sabe cal desas series define mellor os mozos actuais.

Plataformas dixitais



Netflix é a plataforma dixital á que máis galegos están subscritos (67,8%), seguida de Amazon

Prime (53,1%). O 17,4% dos enquisados non está abonado a ningunha.



O 53,4% dos adolescentes consultados ten acceso a tres ou máis plataformas dixitais distintas. Polo contrario, o 36,2% dos maiores de 60 anos non ten contrato con ningunha.

Redes sociais



Case 4 de cada 10 mozos de 17 a 25 anos (38,7%) dedica máis de tres horas ao día ás redes sociais. Noutro extremo, a porcentaxe entre os maiores de 60 baixa ao 1,2%.



Entre os adolescentes, o número de mozas que pasa máis de tres horas diarias nas redes (39,5%) duplica practicamente o dos mozos (21,7%).

QUE É ICMEDIA GALICIA?

Dando voz aos intereses e ás necesidades dos usuarios e consumidores dos medios, a asociación iCmedia Galicia traballa para impulsar diversas iniciativas que melloren a calidade dos contidos audiovisuais en Galicia. A asociación actúa con independencia e co apoio de ICMEDIA, Federación de Asociacións de Consumidores e Usuarios dos Medios. A súa finalidade primordial é a promoción de iniciativas que favorezan a calidade dos contidos dos Medios audiovisuais galegos.

Obxectivos e sinais de identidade

–Colaborar na mellora dos contidos audiovisuais promovendo unha relación positiva entre produtores, emisores e usuarios no ámbito territorial de Galicia.

–Representar os intereses dos consumidores e usuarios dos medios ante as administracións públicas e as entidades privadas do sector audiovisual e formular propostas con ánimo construtivo.

–Ser un referente de apoio ás familias galegas: promovendo que se garanta a protección da audiencia infantil e se facilite o acceso aos contidos cun coñecemento informado.

Como xorde esta iniciativa cidadá?

A mediados dos anos oitenta nacen diferentes asociacións de telespectadores en Madrid, Barcelona e outras cidades, que en 1991 constitúen unha federación ibérica. En 2008 lanzan unha

nova imaxe de marca de ámbito nacional e nun escenario federativo: **iCmedia**, máis acorde cos seus obxectivos e coa nova realidade social, marcada polo desenvolvemento das tecnoloxías da información e da comunicación. En setembro de 2018, constitúese iCmedia Galicia, para formar parte da Federación iCmedia xunto con outras 14 asociacións que representan decenas de milleiros de cidadáns de case todas as comunidades autónomas. A asociación conta cun Consello Asesor formado por destacados profesionais e académicos do sector da comunicación en Galicia.

Consulta as nosas páxinas web

www.icmediagalicia.es

www.icmedianet.org

Contacta con nós

Teléfono: 648884783

Correo: info@icmediagalicia.es



SONDAXE ICMEDIA GALICIA

FICHA TÉCNICA

Universo: persoas residentes en Galicia de máis de 12 anos.

Tamaño da mostra: 700 persoas, distribuídas da seguinte forma:

Home: 310 (44,3%)

Muller: 390 (55,7%)

Franxas de idade:

12-16 173 (24,7%)

17-25 150 (21,4%)

26-40 62 (8,8%)

41-60 233 (33,3%)

Máis de 60 82 (11,8%)

Procedemento: 560 enquisas *online* (Google Forms) e 140 cuestionarios presenciais en aulas de Instituto.

Período de realización: xullo 2021 – novembro 2022.

Cuestionario: 9 preguntas pechadas tipo test, algunha delas coa posibilidade de marcar varias opcións.

CUESTIONARIO

Sexo

- Home
- Muller

En que franxa de idades estás?

- 12-16 anos
- 17-25 anos
- 26-40 anos
- 41-60 anos
- Máis de 60

Cantas horas lle dedicas ao día de media ás redes sociais (Whatsapp, Instagram, Facebook...)?

- Menos dunha hora
- Entre unha e dúas horas
- Entre dúas e tres horas
- Máis de tres horas

Cantas horas ves de media a diario de contidos audiovisuais en televisión ou dispositivos móbiles?

- Menos dunha hora
- Entre unha e dúas horas
- Entre dúas e tres horas
- Máis de tres

Dese tempo, canto podes dedicar a ver series de TV?

- Non vexo series
- Menos dunha hora
- Entre unha e dúas horas
- Entre dúas e tres horas
- Máis de tres horas

Por que empezas a ver unha serie determinada?

- Descubrina directamente na plataforma sen ter outra fonte de información.
- Faláronme ben dela familiares, amigos ou compañeiros de traballo.
- Falaban moito dela en redes sociais.
- Lin unha recensión crítica dun medio especializado e pareceume interesante.

Cantas veces fas un maratón de series? (3 ou máis capítulos seguidos)

- Nunca
- Un par de veces ao mes
- Todas as semanas
- Varias veces á semana

Estás suscrito a algunha plataforma dixital?

- A ningunha
- Netflix
- Disney+
- HBO

- Movistar +
- Amazon Prime
- Outra

Que serie de adolescentes pareceche que define mellor os mozos actuais desas idades?

- Euphoria
- Sex education
- Skam
- Élite
- Ningunha
- Non o sei