

## ***Siete de cada diez jóvenes en Occidente ven series de TV a través de plataformas de pago por ‘streaming’***

- *El 72% de los jóvenes ven series de TV varias veces a la semana; tres de cada diez lo hacen a diario, según una encuesta internacional a más de 3.600 jóvenes.*
- **Las *sitcoms* son las series que presentan mayores cifras de visionado**, siendo *The Big Bang Theory* y *Friends* las más vistas del panel de series testado.
- ***Titanic* es la película más vista** dentro del panel internacional testado; casi nueve de cada diez jóvenes la han visto. Le siguen *Harry Potter* (85%), *Spiderman* (82%) y *Las Crónicas de Narnia* (78%).
- En cuanto a **los libros**, destaca la atracción por los “clásicos modernos” de valor educativo y formativo, según el índice de un grupo internacional de 22 expertos: *Harry Potter*, *El principito*, *Crónicas de Narnia*, *El Señor de los Anillos*, *Pinocho*, *Las aventuras de Tom Sawyer*, *Ladrona de libros*. Sólo uno de entre los 15 primeros más vistos es “medido” por el índice negativamente: *Cincuenta sombras de Grey*, que ocupa el puesto 6 en la lista de los más leídos.

-----

**ROMA, 23 de Noviembre de 2018.-** El 69% de los jóvenes en Occidente ven series de televisión a través de plataformas de pago por *streaming*, según una encuesta sobre películas, series y libros realizada a más de 3.600 chicos y chicas de entre 18 y 29 años en Alemania, Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Francia, Italia, México y Reino Unido. El estudio ha sido **encargado por Family and Media**, un *think-tank* internacional dedicado a analizar la relación entre familia, medios de comunicación y sociedad, **y ha sido realizado por GAD3**, un instituto de investigación con sede en España.

Las series de TV se han convertido en elemento de consumo audiovisual muy frecuente entre los jóvenes occidentales. Así lo atestigua el hecho de que siete de cada diez ven series varias veces a la semana.

Por géneros, las ***sitcoms* son las series que presentan mayores cifras de visionado**, siendo *The Big Bang Theory* y *Friends* las más vistas del panel de series testado. *Gossip Girl* y *The Gilmore Girls* son las que mayores diferencias presentan en favor de las chicas, y *Juego de Tronos* y *La Casa de Papel*, las que más a favor de los chicos.

Por operadores, **Netflix es el más utilizado**. El 56% de los jóvenes que ven series a través de algún proveedor de *streaming* lo hace a través de esta plataforma. Asimismo, los algoritmos de personalización de este tipo de servicios de contenidos escalan hasta la primera posición en el ranking de factores por los cuales un joven decide qué serie ver, ligeramente por encima de las recomendaciones que sus propios amigos les puedan dar, aunque con diferencias por zonas

geográficas: mientras que los jóvenes anglosajones y de América Latina dan más importancia a estas recomendaciones automáticas, los mediterráneos (España, Francia e Italia) aún confían más en las recomendaciones de amigos para elegir la próxima serie a la que “engancharse”.

Respecto a los dispositivos, **tres de cada cuatro jóvenes ven series a través de la televisión**, siendo los de América Latina los que presentan una mayor tasa en este apartado. Los jóvenes mediterráneos emplean el ordenador portátil o el PC para ver series casi en la misma medida que la televisión. Otros dispositivos, como los *smartphones* y las tabletas, también presentan un volumen de uso destacable, aunque aún se sitúan en la parte baja del ranking por dispositivos.

La elevada tasa de visionado que presentan las series, junto con otras variables que analiza el estudio, como el hábito recurrente de comentar con los amigos las series que se están viendo, otorgan a éstas un gran poder de configuración cultural entre la juventud de hoy en día. Una capacidad que también se demuestra elevada en cuanto a las películas. **El 60% de los jóvenes entrevistados afirma haber acudido al cine en el último mes**, siendo en concreto los mexicanos los que acuden con más frecuencia: hasta ocho de cada diez entrevistados.

**Titanic es la película más vista** dentro del panel internacional testado; casi nueve de cada diez jóvenes la han visto. Le siguen *Harry Potter* (85%), *Spiderman* (82%) y *Las Crónicas de Narnia* (78%). A pesar de la globalización advertida en cuanto a las preferencias audiovisuales, por países aparecen diferencias en cuanto a las tasas de visionado de las películas en torno a tres bloques geográficos: Europa continental, América Latina y los países anglosajones (Estados Unidos y Reino Unido).

En cuanto a géneros cinematográficos, se observan mayores diferencias en frecuencia de visionado en las **historias de amor y romance** (a favor de las chicas) y **títulos de acción y aventuras** (a favor de los chicos). *Crepúsculo* y *Un paseo para recordar*, del lado de las mujeres, y *Star Wars* y *El Señor de los Anillos*, del lado ellos, son los exponentes más claros.

**Harry Potter es también el título más leído por los jóvenes**, que en su mayoría presentan cifras de lectura inferiores a las dos horas semanales. Respecto al soporte, el papel es aún más leído que la pantalla del *ebook*. En cualquier caso, EEUU es donde se advierten mayores niveles de lectura en libros electrónicos: el 62% de los jóvenes estadounidenses lee al menos un libro al año en este formato digital.

El estudio también indagó acerca de las opiniones de los jóvenes sobre valores como la amistad en las películas, series y libros. Para la mayoría, la película *The Intouchables*, la serie *Friends* y los libros de *Harry Potter* son los títulos que mejor reflejan este valor, fuertemente arraigado en ellos, según los resultados del estudio. De entre los países analizados, los jóvenes españoles y alemanes son los que opinan en mayor medida que no se puede vivir sin amigos. En general, la mayoría afirma tener entre dos y cinco amigos de verdad.

Los jóvenes otorgan también un valor destacable a las redes sociales para mantenerse en contacto con sus amigos, siendo los colombianos, argentinos y mexicanos los que les confieren mayor poder en este sentido. Más de la mitad (54%) de los entrevistados utiliza **Facebook** como su red social principal. Para uno de cada cuatro, **Instagram** es la más empleada.

**Para más información:**

***Family and Media***

Norberto González Gaitano

Director

[gaitano@pusc.it](mailto:gaitano@pusc.it)

**GAD3**

David Iglesias Pérez

Responsable de Comunicación

Tel: +34 91 369 7994

[david.iglesias@gad3.com](mailto:david.iglesias@gad3.com)