

Artículo de Investigación

# 'AGalega.gal': impacto de una plataforma *over the top* gratuita en gallego en la distribución de contenido del género *Galician Noir*

## 'AGalega.gal': impact of a free *over the top* platform in Galician on the distribution of Galician Noir film genre

Silvia Villanueva Villanueva: Universidade de Vigo, España.  
[silvia.villanueva@uvigo.gal](mailto:silvia.villanueva@uvigo.gal)

Fecha de Recepción: 20/05/2024

Fecha de Aceptación: 16/07/2024

Fecha de Publicación: 31/07/2024

### Cómo citar el artículo (APA 7<sup>a</sup>):

Villanueva Villanueva, S. (2024). 'AGalega.gal': impacto de una plataforma *over the top* gratuita en gallego en la distribución de contenido del género *Galician Noir* ['AGalega.gal': impact of a free *over the top* platform in Galician on the distribution of 'Galician Noir' film genre]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-411>

### Resumen:

**Introducción:** En las últimas décadas, Galicia se ha convertido en un plató cinematográfico con género propio, el *Galician Noir*. Tras el reciente lanzamiento de la plataforma *over the top* en gallego 'AGalega.gal', nace del interés por analizar su impacto en la distribución del mismo. **Metodología:** Examen documental de artículos periodísticos, publicaciones en Instagram, funcionamiento de la plataforma 'AGalega.gal' y una encuesta a 30 profesionales del sector audiovisual y 30 usuarios sin formación audiovisual específica, con el fin de esclarecer el impacto del nacimiento de esta herramienta de distribución en la difusión de contenido con el sello *Galician noir*. **Resultados:** Se pudo comprobar que ambos perfiles de encuestados comparten una mayor inclinación de consumo de productos audiovisuales del género *Galician Noir* tras la difusión en redes sociales de piezas o textos promocionales relacionados con la apertura de la plataforma 'AGalega.gal'. **Discusión:** Si bien el nacimiento de este medio de distribución gratuito ha sido aceptado positivamente, cabe destacar que el grupo consultado reclama mejoras de funcionamiento y un aumento en el catálogo. **Conclusiones:** Se corrobora la hipótesis inicial, en la cual se une un posible aumento en el consumo de productos audiovisuales del género *Galician Noir* al lanzamiento de la plataforma 'AGalega.gal'.

**Palabras clave:** Galician Noir; Televisión de Galicia; plataforma; género cinematográfico; Galicia; over the top; gallego; Instagram.

### **Abstract:**

**Introduction:** In recent decades, Galicia has become a film set with its own genre, Galician Noir. Following the recent launch of the Galician over the top platform 'AGalega.gal', there is growing interest in analyzing its impact on the distribution of this genre. **Methodology:** Documentary examination of newspaper articles, Instagram posts, the operation of the 'AGalega.gal' platform, and a survey of 30 audiovisual professionals and 30 users without specific audiovisual training, aimed at clarifying the impact of the emergence of this distribution tool on the dissemination of Galician Noir content. **Results:** It was found that both profiles of respondents share a greater inclination to consume audiovisual products of the Galician Noir genre following the dissemination on social media of promotional pieces or texts related to the launch of the 'AGalega.gal' platform. **Discussions:** While the advent of this free distribution medium has been positively received, it is worth noting that the consulted group calls for functional improvements and an increase the catalog. **Conclusions:** The initial hypothesis is confirmed, in which a potential increase in the consumption of audiovisual products of the Galician Noir genre is linked to the launch of the 'AGalega.gal' platform.

**Keywords (ever 8 words):** Galician Noir; Televisión de Galicia; platform; film genre; Galicia; over the top; Galician; Instagram.

## **1. Introducción**

Galicia es una comunidad autónoma del norte de España con una población de 2.699.424 habitantes según el último recuento registrado, en el año 2023, en el Instituto Galego de Estatística (IGE, 2024). La misma fuente de datos nos indica que el 52,29% de los gallegos emplean habitualmente el idioma de su comunidad y gastan una media de 248,40€ por persona en bienes o servicios culturales. Podrían resultarnos datos esperanzadores, salvo que nos centremos en la última comparativa realizada por el IGE entre los años 2019 y 2022, donde se aprecia un descenso más que significativo en la asistencia a salas de cine. Del presupuesto anual destinado a actividades culturales, los gallegos pasaron de emplear un 44,4% del mismo en el año 2019 a un 23,6% en el año 2022. Esto se traduce en una caída del 20,8% de espectadores.

### **1.1. ¿Debemos excluir las fechas que rodean la pandemia del COVID19 del análisis?**

El corte temporal que abarca el año 2019 al 2022 quedó marcado parcialmente por la pandemia del COVID19. Estas fechas podrían señalarse como excepcionales y excusar la caída del consumo de cine en salas en el estricto confinamiento en el que sumió la población. Sin embargo, se trató de un lapso en el que la población contó con un gran número de horas sin ocupación en su día a día y en donde se disparó el consumo de películas y series a través de la televisión y las plataformas *over the top*. Una vez terminado el aislamiento, las salas de cine supieron adaptarse a las normativas y ofrecieron espacios seguros para nuestra salud a precios reducidos. Por otra parte, los distribuidores ofrecieron alternativas temporales en pueblos y aldeas gallegas, que no cuentan habitualmente con salas de proyección, tales como autocines o grandes pantallas hinchables con los últimos estrenos (Manteiga, 2020).

Mientras el consumo de cine en salas se reduce año a año en los últimos registros, las suscripciones en plataformas como *Netflix* aumentaron exponencialmente. Tan solo en el primer trimestre del año 2020, esta plataforma de contenidos en *streaming* sumó 16 millones de usuarios y duplicó su beneficio en relación con el mismo período del año pasado (Monge,

2020). En este caso, más usuarios se traduce en más reproducciones de contenido audiovisual, pero a nivel mundial.

### 1.2. ¿Es fundamental considerar que Galicia tiene su propio idioma?

Retomando la cuestión idiomática, el gallego figura en el día a día de más de la mitad de la población de su comunidad autónoma. Este territorio cuenta con su propio canal de radio y televisión, la Corporación Radio e Televisión de Galicia (CRTVG), una sociedad anónima de capital público creada por la Ley 9/2011, del 9 de noviembre, de los Medios Públicos de Comunicación Audiovisual de Galicia. La CRTVG tiene como misión la promoción y normalización de la lengua gallega en su naturaleza de servicio público.

En el *Plan Xeral de Actuación 2022-2023*, la CRTVG incluye una de sus principales preocupaciones a la hora de captar audiencia que consuma contenido en gallego en sus canales y es que la aparición y consolidación de las plataformas *over the top* en la pandemia se tradujo en Galicia en un 7,5% menos de espectadores que consumen televisión convencional. Por tanto, la CRTVG dirige en este plan las actuaciones hacia la emisión complementaria en canales digitales y una mejora en la producción y visualización de contenidos.

### 1.3. Nacimiento de 'AGalega.gal'

El 17 de enero de 2024, CRTVG lanza su propia plataforma *over the top* gratuita y en gallego: 'AGalega.gal'. Entre sus contenidos, que van desde la emisión en directo de informativos hasta la difusión por *streaming* de conciertos en la comunidad autónoma, destaca la oferta de películas y series en versión original y/o doblaje en gallego, que viene sumando cada semana nuevas propuestas a su catálogo. Según datos de la propia CRTVG, en sus 4 primeros meses de funcionamiento, 'AGalega.gal' llegó a 193 países y se posicionó entre las 20 plataformas más vistas de España. Cerca de 750.000 personas accedieron a esta OTT gallega en 4,4 millones de sesiones para disfrutar de más de 13.000 contenidos en el idioma de Rosalía de Castro y sin coste para los usuarios.

### 1.4. ¿Qué ocurre en el panorama audiovisual gallego en la década del 2014 al 2024?

Paralelamente a esta apuesta por un modelo de distribución digital, en gallego y en abierto, Galicia se convierte en plató cinematográfico de pequeñas y grandes producciones. Toda clase de géneros hacen sus mejores apuestas haciendo gala de los paisajes y el acento de esta comunidad autónoma del norte de la península Ibérica. Desde "*Miss Ledyá*", la primera película gallega de ficción que se conserva, rodada en Pontevedra en 1916 por José Gil, hasta los filmes como "*O Corno*" de Jaione Camborda (2023) o "*As Neves*" de Sonia Méndez (2024), la mirada que se clava en Galicia como plató del séptimo arte ha evolucionado creando un género propio en esta década.

El *Galician Noir* como género cinematográfico despuntó entre la crítica alrededor de una publicación de Julia Webster Ayuso el 3 de marzo de 2021 en el periódico *The Guardian*: "*Galician noir: how a rainy corner of Spain spawned a new TV genre*". Se trata de una de las primeras referencias directas al *Galician Noir* como etiqueta de origen de los productos de ficción audiovisual que tienen como referencia la novela negra gallega. Este término, empleado con anterioridad en el ámbito literario, nació como *Galician Crime Fiction* en 1984, tras la publicación de "*Crime en Compostela*", de Carlos G. Reigosa, empleándose en inglés *noir* y *crime* como sinónimos en la literatura (Rivero, 2020).

### **1.5. Objetivos y primeros pasos de la investigación**

Los objetivos del presente estudio se basan en demostrar si la consolidación del llamado *Galician Noir* ha llegado al culmen con el nacimiento de una plataforma *over the top* en abierto por parte de la Corporación de Radio y Televisión de Galicia: 'AGalega.gal'. Se analizará este método de distribución cultural desde su gestación, analizando su funcionamiento, hasta la estrategia de lanzamiento e impacto en medios de comunicación no formal (redes sociales) y formal (prensa y televisión). Se pretende establecer hasta qué nivel la plataforma ha sido clave en la distribución gratuita del género cinematográfico *Galician Noir* (aplicado a películas, series y cortometrajes).

### **1.6. Hipótesis y posibles usos prácticos del estudio**

La hipótesis de estudio une un posible aumento en el consumo de productos audiovisuales del género *Galician Noir* al lanzamiento de la plataforma 'AGalega.gal', con el fin de que la investigación pueda convertirse en una guía para otros proyectos similares en otras comunidades autónomas. Además, los resultados aspiran a orientar las próximas líneas de actuación de la CRTVG en 2025 tras serle asignados 10 millones de euros de fondos públicos de los presupuestos para medios de comunicación en exclusiva al desarrollo de contenidos de la plataforma gallega, según las informaciones publicadas el 31 de mayo de 2024 en la web de la Corporación.

## **2. Metodología**

### **2.1. Definiciones conceptuales y operativas utilizadas en el estudio**

Las características que tomamos como referencia para que una película o serie forme parte del género *Galician Noir* fueron extraídas a partir del análisis del artículo periodístico: "*Galician noir: how a rainy corner of Spain spawned a new TV genre*" (Webster, 2021). Son las siguientes: (1) las plataformas *over the top* apuestan por su difusión; (2) el paisaje de Galicia convierte la localización en un personaje más; (3) el guion parte de la historia criminal del país mezclada con la novela negra gallega; (4) la tensión narrativa bebe del estilo de vida aparentemente pausado de los gallegos; (5) la intensidad del relato se ve favorecida por el modelo de sociedad gallego; (6) el canal autonómico Televisión de Galicia es clave para la difusión en abierto; (7) el subtítulo es el principal vehículo para la difusión fuera de Galicia; (8) uno de los principales valores de producción es que el equipo técnico, artístico y creativo sea gallego en su mayoría; (9) los personajes dialogan en gallego o en español con expresiones propiamente gallegas; (10) el uso de los silencios favorece el protagonismo de las localizaciones y permite la inmersión en el mundo interior de los gallegos.

Nuestra investigación anterior, recoge además dos nuevas características a partir del análisis de varias piezas audiovisuales. Son las siguientes: (11) no es imprescindible que el director o directora de la obra audiovisual sea gallego; (12) es indispensable que la producción ejecutiva y/o el equipo de guion sea gallego (Villanueva, 2023).

## 2.2. Procedimientos

### 2.2.1. Análisis de redes sociales e impacto en medios de comunicación

Se procede a la selección de una de las cuentas principales de la Corporación Radio e Televisión de Galicia en redes sociales. Se observa que sus perfiles más destacados, ordenados por número de seguidores, se encuentran en: *Facebook* (190.000), *Instagram* (103.000 seguidores), *Twitter* (76.600) y *TikTok* (43.300).

Prestando atención a la estética de sus publicaciones, se percibe que son videos cortos, con una duración de entre treinta segundos y un minuto. El formato de subida es vertical (1080 x 1920 píxeles), en montaje picado (seleccionando los mejores momentos de un bruto) y con tendencia a dejar un cebo que anime a consumir el contenido original.

Por ello, y observando que la red social con mayor número de seguidores (*Facebook*) replica el contenido de *Instagram* de forma automática, se selecciona esta última como fuente de datos. Así mismo, se establece como período de muestra 7 días, correspondiente a la semana 26 de 2023 y 2024, por ser tradicionalmente uno de los momentos de transición anual entre temporadas (en este caso, de contenidos de primavera a verano). En la semana 26 del año 2024, entre el 24 y el 30 de junio, @tvgalicia ha publicado contenido en 46 ocasiones. Por otro lado, en la semana 26 del año 2023, entre el 26 de junio y el 2 de julio, el mismo perfil ha añadido material audiovisual en 16 ocasiones.

Revisando las publicaciones, se decide elaborar una tabla por año que recoja los siguientes datos: tipo de publicación, número de publicaciones, interacciones (exclusivamente pasivas, es decir, aquellas que no exigen al usuario generar un texto y son prácticamente inmediatas: los *likes*) y *hashtags* (etiquetas que indexan automáticamente contenido relacionado). Además, los tipos de publicaciones se dividen a su vez en contenido relacionado con los mejores momentos de programas, promociones de documentales, promociones de series, promociones de películas, promociones de contenido digital y promociones de animación infantil.

Por otra parte, el análisis de impacto en medios de comunicación se reduce a prensa y televisión de partida por la gran diversificación en cada uno de los campos. La selección de artículos de prensa se traduce en introducir el término 'AGalega' en varios motores de búsqueda, principalmente *Google*, *Bing* y *Yahoo Search* con el fin de simular la búsqueda del público objetivo de la plataforma.

Por otro lado, se visualizan las promociones en televisión realizadas la semana del estreno: la promoción de 'AGalega.gal' emitida en los espacios publicitarios y las conexiones en directo de Paula Señaris como reportera del programa "Hora Galega", que coincidieron por franja horaria (18:55h-20:25h, aproximadamente) con la alfombra roja y la gala de presentación de la plataforma en Santiago de Compostela.

### 2.2.2. Elaboración del diagrama de flujo simplificado de 'AGalega.gal' (web y app)

Para comprender la experiencia de usuario de los espectadores de 'AGalega.gal' se realiza un análisis del funcionamiento de la página web. Se busca conocer la ruta que debe seguir el público objetivo para llegar a disfrutar del contenido, fijándose especialmente en el posicionamiento de las producciones audiovisuales gallegas. Se elaborará un esquema simplificado, empleando como simbología: el círculo para el inicio y el final de un problema, el rectángulo para las actividades de transformación de datos y flechas para las líneas de flujo. Se repetirá el mismo procedimiento para el análisis de funcionamiento de la app 'AGalega'.

### 2.2.3. Selección de la muestra y elaboración del cuestionario

Para valorar el grado de inclusión de 'AGalega.gal' en los hábitos de consumo de la población gallega y su capacidad para reorientar el público que consume productos audiovisuales del género cinematográfico *Galician Noir* hemos diseñado un cuestionario específicamente para este estudio.

La muestra está formada por dos grupos de 30 personas, escogidas por criterios de proximidad. Así, se garantiza la existencia de un contacto personal directo con los 60 participantes por parte de los miembros de la investigación. Los 60 participantes son hombres y mujeres de entre 18 y 65 años, gallegos, con interés personal por la cultura, manejo de las nuevas tecnologías, uso de redes sociales y consumidores habituales de productos audiovisuales de producción gallega en radio, televisión y cine. La división parte de la formación profesional: 30 encuestados cuentan con estudios específicos en el sector audiovisual y los 30 restantes no cuentan con una titulación que avale conocimientos adquiridos en esta materia.

El cuestionario está formado por 12 preguntas más una (que solo funciona como control para garantizar que han respondido las 30 personas que forman cada grupo). Las preguntas generales permiten establecer una idea fiel del perfil de los encuestados en cuanto a edad, formación, nivel de estudios, ocupación (si trabajan en el sector audiovisual o no), si han tenido contacto previo a la realización de la encuesta con el *Galician Noir*, un listado de títulos consumidos relacionados con ese género, hábitos de consumo en relación con el soporte de visionado y número de suscripciones a OTT's. Las repuestas se obtienen a partir de la selección única o múltiple entre varias opciones.

Por otro lado, las preguntas específicas se centran en conocer aspectos relacionados directamente con la plataforma gallega y su papel en la distribución del género *Galician Noir*: (9) ¿Consumes contenido audiovisual en 'AGalega.gal'? (Respuesta única); (10) Puntúa del 1 al 5 (siendo 1 la peor calificación y 5 la mejor calificación posible) tu experiencia empleando la plataforma 'AGalega.gal' a nivel usuario (Escala de Likert); (11) ¿Pagarías por ver el contenido disponible en 'AGalega.gal' (Respuesta única entre varias opciones); (12) ¿Cuál es la probabilidad de que a la hora de escoger una plataforma *over the top* para consumir títulos que encajen en las características del *Galician Noir*, escojas 'AGalega.gal' frente otras alternativas? (Escala NPS); (13) ¿Cuál es la probabilidad de que recomiendes 'AGalega.gal' para visualizar contenido que encaje en las características del *Galician Noir* frente a otras alternativas? (Escala NPS).

La difusión de la encuesta a la lista de participantes seleccionados se realizó a través de un enlace único por mensajería. Previamente a su realización, los encuestados recibieron unas instrucciones de uso en las cuales se le indicó la garantía de anonimato en la publicación (que no para la investigación) y el listado de las características que empleamos en el estudio como base teórica a la hora de describir el género *Galician Noir*, citadas en el apartado 2.1 del presente artículo.

### 3. Resultados

La presentación de 'AGalega.gal' tuvo lugar el miércoles 17 de enero de 2024 en A Cidade da Cultura de Santiago de Compostela. La gala fue conducida por Esther Estévez y Miguel Mandayo, dos de las caras más cercanas al público joven que sigue los contenidos de la CRTVG. Estévez cuenta con un amplio recorrido en las redes sociales con el proyecto de normalización y difusión lingüística destinado a los más pequeños, '#DigochoEu', y Mandayo forma parte de 'Malicia Noticias', un programa de infoentretenimiento de la cadena, tras el éxito de las publicaciones humorísticas en sus cuentas de *Instagram* (@maandayo, cerca de 200.000 seguidores) y *TikTok* (con el mismo nombre, donde supera los 800.000 seguidores y los 40.000.000 de *likes*).

Esta selección de presentadores reafirma la apuesta de la CRTVG por hacer crecer la audiencia a través de la digitalización, tal y como señalaba en su plan de actuación para los años 2022 y 2023. Apostando por un público objetivo joven con un manejo habitual de las redes sociales y las nuevas tecnologías, que tiene por referentes a los nuevos comunicadores, la mayor plataforma de contenidos audiovisuales en gallego salió a la luz con 1.400 títulos en abierto y gratuitos. Su oferta incluyó desde los inicios: ficción, entretenimiento, cine, series, animación, podcasts, producciones infantiles y juveniles, directos y contenidos exclusivos.

#### 3.1. Contenido promocional y difusión de piezas audiovisuales en Instagram: @tvgalicia

La cuenta principal de distribución de entretenimiento en Instagram de la CRTVG es @tvgalicia. Cuenta con otra serie de cuentas secundarias, destinadas a información de actualidad y sucesos en la comunidad autónoma de Galicia (por ejemplo, @G24Noticias o @RadioGalega) o de normalización y difusión lingüística para la infancia (por ejemplo, @digochoeu.tvg). En su perfil principal en esta red social, CRTVG reúne más de 100.000 seguidores. Hasta el nacimiento de 'AGalega.gal' sus publicaciones se centraban en promociones y fragmentos ya emitidos en televisión. Coincidiendo con el lanzamiento de la plataforma, la CRTVG ha cambiado progresivamente su forma de interacción y sus publicaciones.

El 17 de enero de 2024, la cuenta @tvgalicia ofrece su primer *reels* relacionado con el estreno de 'AGalega.gal'. Se trata de un clip musical con un resumen de la alfombra roja de la gala de presentación de la OTT en A Cidade da Cultura. Se muestran personalidades de la televisión y el cine de Galicia, tales como Lucía Veiga, Eva Iglesias, Xosé Antonio Touriñán o María Mera, así como los presentadores y ponentes o el despliegue de reporteros de diversos programas de producción ajena para CRTVG, que cubren el evento para promocionar la plataforma en los diferentes espacios y franjas horarias.

Esta pieza, realizada expresamente para redes sociales, marca un antes y un después en las publicaciones de la cuenta, que comienzan a incluir montajes resumen de los mejores momentos de los diferentes programas emitidos por la cadena y promociones de series o películas, que sólo se pueden encontrar en canales de interacción por internet. A partir del 18 de enero de 2024, se populariza el eslogan "AGalega é moito máis" [AGalega es mucho más], compartido en un *reels*, que queda fijado en la parte superior del *feed* del perfil y que recoge imágenes del contenido y la navegación por la nueva plataforma.

### 3.1.1. Aumento en el número de publicaciones después del lanzamiento de 'AGalega.gal'

Centrándonos en la difusión de contenido, tras el nacimiento de 'AGalega.gal' aumenta el volumen de publicaciones en *Instagram*. Es preciso dar cierto margen de maniobra, por lo que se toma como referencia la semana 26 de 2023 y 2024, fechas de transición que suelen acoger los nuevos contenidos propios del verano. Con 6 meses de nuevas entradas, la cuenta principal de *Instagram* de la CRTVG, @tvgalicia, está próxima a triplicar en 2024 las interacciones con respecto al año anterior. Coincide con el aumento de las publicaciones, que también se triplican y diversifican.

Si bien en el año 2023, la CRTVG dedica sus esfuerzos en difundir fragmentos de contenido de sus programas de entretenimiento ya emitidos y se limita a recordar la emisión de nuevos capítulos de la serie de ficción televisiva "*Saudade de Ti*"; en el año 2024 apuesta por cebar contenido de series, películas, documentales y animación infantil.

Aunque la cadena continúa generando contenido para su perfil en esta red social a partir de sus programas de entretenimiento, se aprecia una dedicación mayor a estas publicaciones. Mientras en el año 2023, @tvgalicia difundía fragmentos destacados o promociones del resultado de emisión, en el año 2024 genera *clips* exclusivos a partir del montaje original de sus programas. Como novedad, hace uso de *memes* o imágenes virales entre los jóvenes para ampliar las posibilidades de convertir sus propias piezas en un producto compartido masivamente por sí mismo.

En relación con la promoción del contenido audiovisual gallego disponible para su visualización en la plataforma 'AGalega.gal', la CRTVG apuesta por un mayor número de publicaciones resumen o recordatorio de las producciones audiovisuales disponibles en su catálogo. Además, aprovecha eventos de la actualidad para informar a los usuarios de que, en la OTT gallega, pueden encontrar material multimedia relacionado con dicho evento. Un ejemplo podría ser la publicación del 24 de junio de 2024, donde @tvgalicia informa del fallecimiento de José María Caneda, expresidente de la *Sociedade Deportiva Compostela* y emplea este suceso para recordar a los usuarios que pueden repasar la trayectoria profesional del finado visualizando el programa "*O gato con botas*", disponible en 'AGalega.gal'

### 3.1.2. Uso de hashtags antes y después de la presentación de 'AGalega.gal'

El uso de hashtags también se ha reforzado en 2024. Mientras en el mismo período del año anterior el perfil solo emplea #TVG y #Galego en la mayoría de sus publicaciones, en 2024 une a la apuesta inicial la etiqueta #AGalega y su variante #AGalegaGAL. Cabe destacar que la cadena sigue siendo fiel a convertir títulos de películas, series, programas o secciones en *hashtag*, tales como #SaudadeDeTi en referencia a la serie buque insignia de los veranos en su canal de emisión principal o #MissVaca2024 en seguimiento a #MissVaca2023 en referencia al famoso concurso autonómico del programa "*Luar*" en el que el público participa escogiendo vía llamada telefónica a la mejor vaca de Galicia de cada temporada.



**Tabla 1.**

*Publicaciones en Instagram: @tvgalicia - Semana 26 - Año 2024*

<b>Tipo de publicación</b>	<b>Nº de publicaciones</b>	<b>Likes</b>	<b>Hashtags más repetidos</b>
Mejores momentos programas	34	16.685	#AGalega #TVG #AGalegaGAL #galego #MissVaca2024
Promociones documentales	2	497	#AGalega #TVG #AGalegaGAL #galego #Galicia
Promociones series	4	988	#AGalega #TVG #galego #SaudadeDeTi
Promociones películas	1	93	#ÉPecado
Promociones contenido digital	4	1.044	#AGalega #Raíñame #MúsicaNoFoco
Promociones animación infantil	1	1.269	#Xabarín #AGalega #TVG #AGalegaGAL #galego
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>20.576</b>	<b>#AGalega</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2024).

**Tabla 2.**

*Publicaciones en @tvgalicia (Instagram) - Semana 26 - Año 2023*

<b>Tipo de publicación</b>	<b>Nº de publicaciones</b>	<b>Likes</b>	<b>Hashtags más repetidos</b>
Mejores momentos programas	12	6.789	#TVG #Galego #MissVaca2023
Promociones documentales	0	0	Ninguno
Promociones series	3	280	#TVG #Galego
Promociones películas	0	0	Ninguno
Promociones contenido digital	1	231	#ApagaOCandil #TVG #Galego #humor #Galicia
Promociones animación infantil	0	0	Ninguno
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>7.300</b>	<b>#TVG #Galego</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2024).

### **3.2. Impacto en medios de comunicación formal: prensa**

El 17 de enero de 2024, CRTVG abrió al mundo su apuesta digital de contenidos en gallego con acceso gratuito desde la plataforma 'AGalega.gal', así como las aplicaciones periféricas para dispositivos móviles, tabletas electrónicas y televisores conectados a internet que la acompañan: 'AGalega' (centrada en la distribución de programas de entretenimiento, películas, series y emisiones en directo), 'AGalegaAudio' (que integra todos los servicios que ofrece 'RadioGalega') y 'Xabarán' (destinado a reunir el contenido para la infancia).

Tras la primera nota corporativa publicada en la web de la Corporación el mismo día de su estreno, se sucedió toda una serie de artículos periodísticos en prensa a nivel autonómico y estatal. El 18 de enero de 2024, 'La Voz de Galicia' hace referencia a un curioso atractivo de la OTT gallega y es que apela a la nostalgia de las series más recordadas y queridas por los espectadores de la Televisión de Galicia e invita a emplear la plataforma para visualizar también los nuevos productos de ficción en gallego.

Otros medios escritos como 'Faro de Vigo', 'El Español', 'La Region', 'Panorama Audiovisual', 'Metropolitano.gal', 'Infoperiodistas', 'Mundidiario', 'Diario de Pontevedra', 'La Opinión A Coruña', 'Mundoplus.tv', 'Gorka Zumeta' o 'La Vanguardia' también dedican un espacio el mismo día o en publicaciones posteriores.

Entre las publicaciones más recientes a la fecha de redacción de la presente investigación, se encuentra la edición gallega de 'EuropaPress', 'GaliciaPress', que publica, el 22 de abril de 2024, un artículo centrado en el estreno de los dos primeros capítulos de una serie documental sobre el cirujano coruñés Diego González Rivas y su labor divulgativa de una novedosa técnica para operaciones de pulmón.

### **3.3. Impacto en medios de comunicación formal: televisión**

El 17 de enero de 2024, el eslogan "*AGalega é moito máis*" [AGalega es mucho más] pasa a formar parte del imaginario de los telespectadores y profesionales del sector audiovisual de la Televisión de Galicia. La gala de presentación de la plataforma en el Auditorio Fontán de A Cidade da Cultura de Santiago de Compostela contó con conexiones en directo en la propia Televisión de Galicia desde su alfombra roja. El programa "*Hora Galega*" trasladó a Paula Señarís, reportera habitual del formato, a cubrir el evento más allá de la propia gala.

En sus intervenciones, Señarís recoge las apreciaciones de una de las caras más conocidas de la CRTVG, Xosé Ramón Gayoso. El presentador del programa "*Luar*" se refiere a la OTT como "*un paso adiante [adelante] para toda a Corporación Radio e Televisión de Galicia*". Una de las voces de reciente incorporación en 'Radio Galega', Ricardo Saavedra, se encarga de dar unas primeras nociones de uso de la plataforma 'AGalega.gal'. El actual conductor de programa "*Pensando en ti*" destaca la posibilidad de disfrutar de contenido en directo y la revisión con tan sólo 24 horas de diferencia del ya emitido en los canales habituales de la CRTVG.

Por su parte, Cristina García, periodista de uno de los buques insignia de 'Radio Galega', "*Galicia por Diante*", hace referencia a la entrevista de Señarís para destacar la accesibilidad de la plataforma y la plena disponibilidad del contenido a elección de la temporalidad del usuario. La reportera de "*Hora Galega*" también pone rostro a una de las impulsoras de la

plataforma, Rosa Vilas.

La adjunta a la dirección general y directora de organización y gestión del cambio expone la emoción ante el “*paso de xigante [gigante]*” que supone el culmen de un proyecto que busca internacionalizar en mayor medida la producción audiovisual gallega, ofreciendo “*contidos [contenidos] desde Galicia, feitos [hechos] por galegos e en galego para todo o mundo*”.

Así mismo, en una segunda conexión en directo del mismo espacio televisivo, “*Hora Galega*”, la periodista Paula Señarís recoge las aspiraciones de profesionales del sector. La presentadora de televisión Lucía Rodríguez y el radiofónico Marcial Mouzo muestran sus mejores deseos para esta nueva OTT, entre los que se encuentran: la plena disponibilidad de contenidos específicos en gallego que permitan diversificar la oferta, o que esta plataforma, a la que auguran larga vida, sirva como vehículo de adaptación a los nuevos tiempos sin perder la esencia de la comunicación.

A raíz de estas entrevistas en directo emitidas en la propia cadena, a la par que se desarrolla la gala de presentación de ‘AGalega.gal’, se sucedieron una serie de reportajes y coloquios en otros espacios de la CRTVG con el fin de divulgar a sus espectadores habituales el nacimiento de su nueva apuesta por lo digital.

### **3.4. Diagrama de funcionamiento a nivel usuario de ‘AGalega.gal’**

A continuación, se señalan las principales funcionalidades de la página web y la aplicación móvil, para el sistema operativo Android, de la plataforma. El diagrama de la app ‘AGalega’ es similar al de sus dos hermanas, ‘AGalegaRadio’ y ‘Xabarín’, por lo que nos centraremos en la primera. El funcionamiento de las apps para Android y iOS es también muy aproximado, por lo que nos enfocamos en el sistema operativo económicamente más accesible para los usuarios, Android.

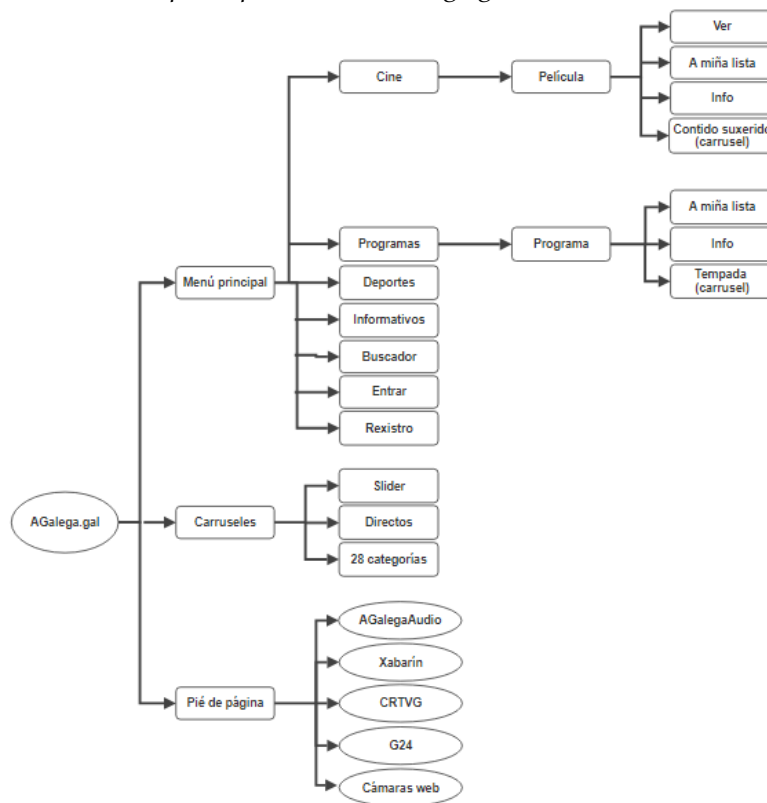
#### *3.4.1. Página web: ‘AGalega.gal’*

Para acceder a OTT gallega debemos escribir en el buscador de cualquier navegador ‘AGalega.gal’. En *Google*, se muestra como el primer resultado. La página principal está dividida en tres partes: en el encabezado podemos encontrar 7 enlaces de menú principal (cine, programas, deportes, informativos, buscador, entrar y *rexistro* [registro]); en el contenido de la página principal podemos encontrar un *slider* publicitario, un carrusel principal con el contenido que se está emitiendo en los diferentes canales convencionales de la CRTVG y 28 carruseles con piezas audiovisuales categorizadas; en el pie de página, la cadena enlaza otras páginas web que pueden ser de interés para el usuario como ‘AGalegaAudio’ (web radiofónica), ‘Xabarín’ (que reúne la oferta infantil), CRTVG (web institucional), G24 (web de contenido informativo, sucesos y actualidad de especial interés para la población gallega) y Cámaras web (ofrece imágenes en vivo de diferentes localidades gallegas a través de la red de cámaras instaladas por gran parte de la comunidad autónoma).

Es interesante destacar que la CRTVG ha cuidado especialmente los carruseles de su página principal, categorizándolos en favor del contenido de producción autóctona. Destacan: ‘*Séries orixinais da TVG*’ [Series originales de la TVG], ‘*Historias de aquí*’, ‘*Cine feito en Galicia*’ [Cine hecho en Galicia] e ‘*Novo Cinema Galego*’.

**Figura 1.**

*Funcionalidades principales web 'AGalega.gal'*



**Fuente:** Elaboración propia (2024).

### 3.4.2. App para Android: 'AGalega'

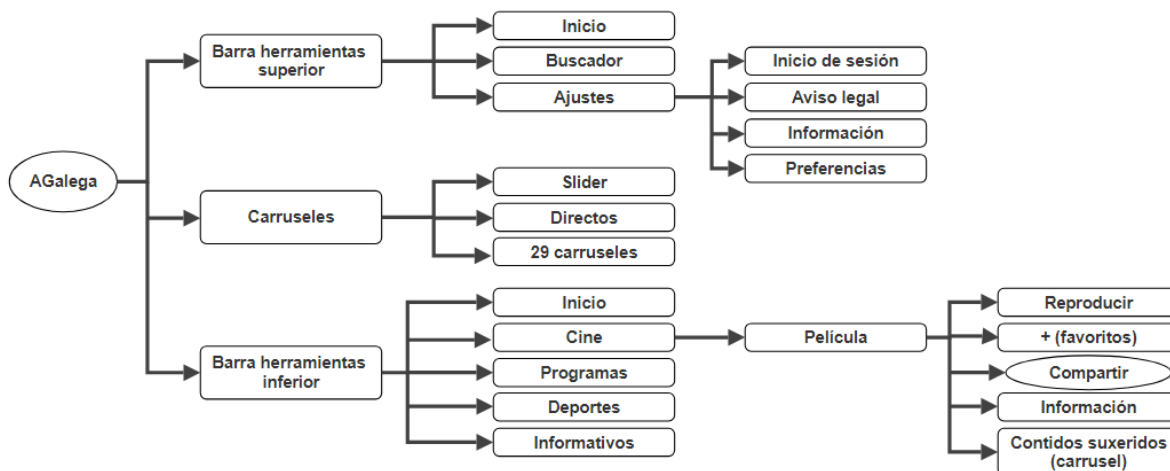
Para descargar la aplicación de la OTT gallega, es preciso instalarla desde el proveedor de aplicaciones del *smartphone*. CRTVG ha generado tres *apps* para facilitar el uso de la plataforma a partir de una categorización de su público habitual: espectadores de televisión, cine y series ('AGalega'); usuario infantil ('Xabarin'); oyentes de radiodifusión ('AGalegaAudio').

Por su parte, 'AGalega' sigue un esquema de funcionamiento muy similar a la página web 'AGalega.gal'. En su pantalla principal, la aplicación se divide en tres partes: barra de herramientas superior (con botón de inicio en el propio logo, buscador y ajustes), carruseles (copiando el mismo esquema que la *web* en *slider*, directos y 29 carruseles de contenido por categorías) y barra de herramientas inferior (que acerca todo lo posible al dedo los botones de inicio, cine, programas, deportes e informativos).

Los botones de la barra de herramientas inferior replican el esquema de la web, seleccionando un contenido para ofrecernos su reproducción, guardado en lista de favoritos, información o visualizando piezas sugeridas según el ya escogido. Como novedad respecto a la web, la aplicación para Android de 'AGalega' permite compartir su contenido fuera de la misma generando un enlace directo que nos ofrece enviar a través de las aplicaciones de mensajería instaladas en el dispositivo.

**Figura 2.**

*Funcionalidades principales aplicación para Android 'AGalega'*



**Fuente:** Elaboración propia (2024).

### 3.5. Encuesta 30 a 30: consumo de películas o series del género 'Galician Noir' en plataformas 'over the top'

La muestra está formada por un grupo de 30 profesionales del sector y 30 personas sin formación audiovisual reglada, seleccionada en criterios de proximidad y residencia en Galicia. La mayoría de los encuestados (36) tienen entre 26 y 35 años, seguidos de otra amplia mayoría (14) que tienen entre 36 y 45 años. Cabe destacar que 3 de los profesionales encuestados se encuentran en búsqueda de empleo en el sector audiovisual.

El nivel formativo de los encuestados se corresponde en su mayoría en estudios de máster (10), seguido por formación profesional superior de la familia de imagen y sonido (9) y por grado universitario (8). De los 60 encuestados, 25 habían tenido contacto previo con el término *Galician Noir*. Los tres títulos relacionados con este género cinematográfico más visualizados por la muestra son "A desorde que deixas" (Montero, 2020), "O sabor das margaridas" (Jaber, 2018) y "O que arde" (Laxe, 2019).

En relación con los hábitos de consumo, el 62% de los encuestados indica escoger las plataformas *over the top* de pago como primera opción a la hora de disfrutar de contenido audiovisual. Entre las más utilizadas, destacan *Netflix* (48 de los encuestados tienen suscripción en esta OTT) y *Amazon Prime Video* (43). La televisión en abierto y las salas de cine prácticamente empatan la segunda y tercera posición respectivamente.

No es hasta la cuarta posición donde el grupo muestra sitúa en su mayoría las plataformas *over the top* gratuitas, como 'AGalega.gal'. De los 60 encuestados, 25 son usuarios de la OTT gallega; sin embargo, 28 personas indican consumir contenido en 'AGalega.gal', lo que hace referencia a que 3 encuestados han decidido hacer uso de la plataforma sin disfrutar de las ventajas ligadas a tener un usuario (por ejemplo, crear listas personalizadas).

En cuanto a la evaluación de 'AGalega.gal' en relación con la experiencia como usuario, los encuestados valoran muy positivamente la calidad de imagen y sonido de los títulos

disponibles (un 66,7% entrega 5 puntos de 5 a este rasgo y ninguno menos de 3 puntos). Más del 60% de la muestra están satisfechos o muy satisfechos con el número de títulos disponibles y la actualización periódica de nuevas aportaciones. La experiencia en la web parece convencer un poco menos, ya que el 53,3% de estos usuarios indica que es buena o mejorable. Las calificaciones menos positivas se refieren a la disponibilidad de títulos que considerarían claves para la difusión del audiovisual gallego, puesto que el 53,3% de los encuestados indican una falta de estas piezas autóctonas destacadas en esta plataforma gratuita.

A nivel económico, las respuestas se polarizan por completo. El 56,6% de los encuestados que han disfrutado alguna vez del contenido de 'AGalega.gal' indican que no pagarían por el acceso a la plataforma hasta que no aumente su oferta y mejore la experiencia en su página web. Por otra parte, el 40% de este grupo indica un rotundo sí a apoyar económicamente la plataforma gallega con una suscripción de igual desembolso hacia otra OTT.

Los consumidores de títulos que pudiesen encajar en las características del género cinematográfico *Galician Noir* directamente promueven el uso de 'AGalega.gal' o la recomiendan notablemente (7,5 de 10 puntos). A la hora de destacar la OTT gallega a otros usuarios potenciales frente a otras opciones, los usuarios actuales mejoran la calificación de 'AGalega.gal' a un notable alto (8 de 10 puntos), si la relacionan con "la mejor opción para visualizar *Galician Noir* en el momento actual".

Por último, los usuarios de 'AGalega.gal' que forman parte de la muestra indican, en un 62%, que han tenido conocimiento de la existencia de la plataforma a través de la cuenta de Instagram @tvgalicia. La segunda fuente de información, por la cual el 24,3% de los encuestados han tenido conocimiento del lanzamiento de la OTT gallega, han sido los espacios promocionales emitidos en los diferentes formatos de entretenimiento e información de la CRTVG.

## 4. Discusión

La hipótesis inicial de la investigación valoraba una posible unión entre un aumento en el consumo de productos audiovisuales del género *Galician Noir* y el lanzamiento de la plataforma 'AGalega.gal'. Tras el análisis de la estrategia de promoción de la OTT gallega en redes sociales, prensa y televisión en relación con las respuestas obtenidas por parte del grupo muestra, parece plausible afirmar que se ha producido un aumento en el interés de este tipo de contenido en relación con el nacimiento de esta apuesta de difusión digital gratuita de la CRTVG.

En próximas investigaciones sería conveniente hacer un nuevo cuestionario a los 60 encuestados del presente estudio para establecer un grupo de control. A partir de este, podríamos ampliar la encuesta a un nuevo grupo para comprobar si sus respuestas son coincidentes y comprobar si el seguimiento realizado influye en las respuestas de los participantes del grupo de control. Además, quedaría pendiente incluir dos grupos de edad (0-18 años y mayores de 65) teniendo en cuenta que la CRTVG ha creado una aplicación destinada a la infancia ('Xabarín') y las limitaciones en cuestiones tecnológicas de las generaciones de edad más avanzada. Para este último grupo de edad, auguramos peores resultados en cuanto a consecución de objetivos de uso de la plataforma como método de difusión de la corriente cinematográfica *Galician Noir* si no cuentan con apoyo externo.

Por otro lado, nos gustaría reflejar la necesidad de una pequeña mejora en la página web de 'AGalega.gal' y en consecuencia de la *app* 'AGalega' en relación con la clasificación de contenido. Tras la encuesta realizada en la que los usuarios, independientemente de su formación y experiencia en el sector, ven empañada su experiencia en la web en cuestiones de oferta de títulos y accesibilidad de la web, recomendamos añadir una pestaña que tal vez serviría para corregir discrepancias en cuanto a criterios de búsqueda: 'series', con los títulos y temporadas seriadas agrupados por géneros. Por otra parte, las secciones ya existentes que carecen de categorización interna por géneros podrían incluir esta mejora.

Como propuesta de cara a mejorar las cifras en redes sociales, sería interesante que la CRTVG generase contenido inédito para las mismas ligado a su programación en el canal convencional. En lugar de utilizar las redes como una herramienta recordatoria, emplearlas como otra vía de difusión podría generar mayor afiliación al contenido nativo de la cadena.

Asimismo, creemos fielmente en que este estudio podría exportarse fácilmente a otras comunidades autónomas siguiendo la metodología de análisis realizada, aplicada a aquellos canales de televisión regionales que apuesten por las redes sociales y la distribución digital de su contenido en favor de la normalización lingüística y la calidad de sus producciones audiovisuales.

## 5. Conclusiones

De la investigación realizada, se concluye que: (1) la nueva plataforma *over the top* 'AGalega.gal' ha tenido un impacto positivo en la difusión del género cinematográfico *Galician Noir*; (2) la CRTVG ha concentrado sus esfuerzos para cumplir con el *Plan Xeral de Actuación 2023-2024* en busca de una emisión complementaria en canales digitales y una mejora en la producción y visualización de contenidos y ha logrado distribuir de forma gratuita y satisfactoria las producciones audiovisuales gallegas a través de 'AGalega.gal'; (3) la modificación del plan de estrategia en el perfil @tvgalicia de *Instagram* ha favorecido al aumento de interacción y reorientación de su audiencia hacia el consumo de contenido a través de su nueva plataforma digital; (4) el grado de satisfacción de los espectadores que forman parte de la muestra, en relación a la experiencia en la plataforma, es elevado; (5) los principales puntos débiles de 'AGalega.gal', según los usuarios encuestados, son la necesidad de mejora de la web y la *app* en cuanto a categorización y un aumento consciente de la oferta, es decir, demandan incluir producciones audiovisuales de especial interés para la población gallega con aspectos relacionados con la novedad, la nostalgia, su idioma o su cultura.

Tras las conclusiones obtenidas, aspiramos a que el presente artículo funcione como humilde orientación para las próximas líneas de actuación de medios públicos como la CRTVG de cara a la gestión de fondos hacia proyectos de difusión cultural. A nuestro juicio, la apuesta por la difusión digital en una plataforma gratuita de contenido, que ya ha percibido fondos públicos, es un modo de retornar beneficio a la población y universalizar la cultura. Por ello, en posteriores estudios podría abrirse una línea de investigación que analice las métricas de audiencia de los doce primeros meses del contenido ligado al género cinematográfico *Galician Noir* en la plataforma 'AGalega.gal' y la inversión económica en estas producciones recibida a través de fondos públicos de las arcas gallegas, dando así una respuesta a la pregunta: ¿son rentables las producciones del género *Galician Noir*?

## 6. Referencias

- Corporación Radio e Televisión de Galicia (s.f.). *Plan Xeral de Actuación 2022-2023*. <https://acortar.link/ls5j1N>
- Corporación Radio e Televisión de Galicia (17 de enero de 2024). *Nace 'AGalega', a plataforma dixital de contidos da CRTVG*. <https://acortar.link/vnsArL>
- Corporación Radio e Televisión de Galicia (31 de mayo de 2024). *A CRTVG destinará máis de 10 millóns de euros para desenvolver contidos de AGalega.gal en 2025*. <https://acortar.link/nLyc0p>
- Corporación Radio e Televisión de Galicia [@tvgalicia]. (s.f). Publicaciones [Perfil de Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/tvgalicia/>
- Corporación Radio e Televisión de Galicia [@tvgalicia]. (s.f). Publicaciones [Perfil de TikTok]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@tvgalicia?lang=es>
- Corporación Radio e Televisión de Galicia. (s.f). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. [https://www.facebook.com/televisiondegalicia/?locale=es\\_ES](https://www.facebook.com/televisiondegalicia/?locale=es_ES)
- Corporación Radio e Televisión de Galicia (6 de julio de 2024). *AGalega*. <https://agalega.gal/>
- Corporación Radio e Televisión de Galicia. [@TVGalicia]. (s.f.). Tweets [Perfil de Twitter]. Recuperado el 6 de julio de 2024, de <https://x.com/tvgalicia?lang=es>
- Esther Estévez [@esther.estevez]. (s.f.). Publicaciones [Perfil de Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/esther.estevez/?hl=es>
- Europa Press (22 de abril de 2024). *La plataforma AGalega estrena 'Curando o mundo', la serie documental sobre el cirujano gallego Diego González*. *Galicia Press*. <https://acortar.link/zxZTLt>
- Instituto Galego de Estatística (6 de julio de 2024). *Actividades ocupan o tempo de lecer da poboación de Galicia e cuantificación do gasto*. [https://www.ige.gal/web/mostrar\\_seccion.jsp?codigo=0206](https://www.ige.gal/web/mostrar_seccion.jsp?codigo=0206)
- Ley 9/2011. De los Medios Públicos de Comunicación Audiovisual de Galicia. 15 de diciembre de 2011. DOG. No. 239.
- Manteiga, M. (12 de noviembre de 2020). *Autocine gratuito en Ames con perspectiva de género y filme infantil del 20 al 22*. *O Correo da Área de Compostela*. <https://acortar.link/juvZdS>
- Miguel Mandayo [@maandayo]. (s.f). Publicaciones [Perfil de Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/maandayo/?hl=es>
- Monge, Y. (22 abril 2020). *Netflix suma casi 16 millones de nuevos usuarios durante la pandemia*. *El País*. <https://acortar.link/3fjf8Q>
- Rivero Grandoso, J. (2020). *Galician Noir: Diego Ameixeiras, From Parody to Social Critique*. [Forum for Modern Language Studies]. <https://doi.org/10.1093/fmls/cqaa018>



Villanueva Villanueva, S. (2023). É imprescindible que o director ou directora dun filme sexa galego ou galega para que a súa obra pertenza á corrente cinematográfica “Galician Noir”? En M. García y A. M. Pereira (Ed.). *Actas de las IX Xornadas de doutorandos/as en Comunicación* (pp.117-125). Banda Amarela.

Webster, J. (3 de marzo de 2021). Galician noir: how a rainy corner of Spain spawned a new TV genre. *The Guardian*. <https://acortar.link/agfE0L>

#### **AUTORA:**

**Silvia Villanueva Villanueva**

Universidade de Vigo.

Técnico Superior de Sonido para Audiovisuales y Espectáculos. Graduada en Comunicación Audiovisual. Máster Universitario en Profesorado de E.S.O., Bachillerato, F.P y Enseñanza de Idiomas con Especialidad en Formación Profesional del Sector Servicios. Doctoranda en Comunicación en la Universidade de Vigo. Redactora de contenidos en Ficción Producciones S.L. para “*Hora Galega*”, programa diario emitido en Televisión de Galicia desde 2022, que recoge la actualidad y sucesos de la comunidad autónoma de Galicia (España). Experiencia como sonidista en diversos formatos de producción externa para Televisión de Galicia: “*Luar*”, “*Bamboleo*”, “*Land Rober*”, “*Pequenos Fenómenos*”, “*Aquí Hai Praia*”, “*Malicia Noticias*”, “*A voltas co prato*”, “*Quen Anda Aí?*” y “*Quen Anda Aí? Verán*”

[silvia.villanueva@uvigo.gal](mailto:silvia.villanueva@uvigo.gal)