

El futur de la radio i els joves. Com podem atreure la Generació Z?

Barcelona, 13 de juliol de 2020

L'ACR, l'acadèmia i l'empresa

- Coincideix aquest 2021 la publicació de 2 estudis en línia amb els àmbits d'interés de recerca de l'ACR per als associats :
 - *Jóvenes, contenidos mediáticos y brecha digital. Millenials vs. Generación Z.* Nereida López Vidales, de la Universitat de Valladolid
 - *¿Por qué los jóvenes australianos triplican el consumo de radio de los jóvenes españoles?* Sílvia Espinosa-Mirabet i Natàlia Ferrer-Roca de la Universitat de Girona

Millenials vs Generación Z

- Enquesta al 2019 a 1908 joves de Madrid, d'entre 18 i 25 anys, sobre el seu consum mediàtic
- Els continguts que més consumeixen són el vídeo i la música
- Disminueix consum de podcast sobre la generació precedent
- La ràdio cau fins a 7 punts en consum entre aquestes dues i arriba a un escàs 6.5 %
- Aquestes dades qualitatives de preferència es veuen confirmades pels resultats de lo'EGM

Austràlia, cas d'estudi

- La penetració de la radio entre els 10 i els 17 anys és del 86,8%
- I de 18 a 24 anys, arriba al 77,4 %, el triple que a casa nostra
- L'estudi enquesta joves estudiants de la Universitat de Girona i de la Universitat RMIT de Melbourne.

Austràlia, cas d'estudi

- Els joves australians estan més acostumats des de petits a escoltar radio
- L'escolta dels nens acompanya la dels adults i per tant, d'adolescents prefereixen la ràdio parlada i no la de llistes musicals
- Aquests continguts parlats ajuden a construir una comunitat amb la que se senten identificats
- L'escola incorpora formació medàtica en diferents nivells educatius (*media literacy*)

Austràlia, cas d'estudi

- L'escola incorpora formació medàtica en diferents nivells educatius (*media literacy*)
- Després de la família, els amics són els principals prescriptors dels consums d'àudio
- L'escolta de ràdio dels joves australians és digital: les Apps són la plataforma més usada
- La ràdio més consumida són programes alternatius i divertits, de to creatiu, que promou música i continguts locals no comercials, de l'emissora pública *Triple J*
- El 70 % dels podcats consumits són nord-americans