

Podcast: ¿Cómo escuchan la radio los hijos?

Qustodio, plataforma líder en seguridad online y bienestar digital para familias, ha llevado a cabo una radiografía del consumo de podcasts en jóvenes en nuestro país

Es innegable que el audio vive un momento de desarrollo exponencial en todo el mundo. La radio, que parecía un elemento casi extinto desde la llegada a los hogares de la televisión y los videojuegos, ha resurgido de sus cenizas en forma de podcast: un elemento híbrido adaptado a la nueva era digital.

El fenómeno podcast, término que fusiona iPod y 'broadcast', no ha hecho más que crecer en los últimos años. Tanto es así, que el informe The State of podcast universe publicado por VoxNest muestra que las descargas de podcasts en castellano crecieron un 94% durante el primer semestre de 2020 y 2 de cada 5 oyentes en España asegura haber escuchado uno durante el último mes. Este dato, según Reuters Institute, convierte a España en el país con mayor proporción de escuchas de todo el mundo. Una dinámica que seguirá en aumento en 2021. De hecho, el Estudio Anual de Audio Online de IAB Spain revela que el 70% de los usuarios de Internet consume audio online de manera diaria.

Conscientes del auge del audio en línea, Qustodio -plataforma líder en seguridad online y bienestar digital para familias- ha llevado a cabo una radiografía del consumo de podcasts en menores en nuestro país.

Lejos de la creencia general, los jóvenes escuchan la radio. Según el EGM del primer trimestre de 2020, la penetración de radio por edad muestra que los jóvenes menores de 24 años representan el 48,8%. Además, cifras de 'Culture Next' señalan que el 74% de los Millennials y la Generación Z (jóvenes nacidos a partir del 2000) encuentran en el audio una vía de escape y, para estos últimos, los contenidos más consumidos para relajarse son: podcasts de crímenes reales, una playlist de música pop o reproducir sonidos ambientales. A esto se suma que para 4 de cada 10 los podcasts les transmiten más fiabilidad y confianza que los medios de comunicación tradicionales.

En cuanto a las plataformas más utilizadas para su consumo en España, según un estudio de Digital News Report 2021, YouTube lidera el ranking con un 27% de españoles que lo utiliza solo para escuchar podcasts, seguido de iVoox (20%), Spotify (18%), Google Podcast (16%) y, por último, las webs de medios informativos o de radiodifusión (10%).

Aunque son muchas las cosas que comparten la Generación Z y Millennials, existen algunas diferencias. Según el estudio Los nuevos consumidores mediáticos: Millennials versus Generación Z del Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital (OCENDI), los contenidos más consumidos por la Generación Zeta son los vídeos y la música (83%) y solo el 28% de ellos afirma escuchar la radio frente a un 54% en el caso de los Millennials.

“Esta nueva forma de entretenimiento y comunicación ha llegado para quedarse. Por ello, conocer qué

contenidos escuchan nuestros hijos, así como proponerles aquellos que pueden resultarles de interés es tarea de las familias actuales. Existen podcasts de todo tipo: desde aquellos de ficción que narran historias que pueden favorecer el gusto por la lectura hasta los que te ayudan a aprender inglés desde casa”, declara Eduardo Cruz, CEO y co-fundador de Qustodio.

Datos de contacto:

Redacción

648183184

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Sociedad](#) [Entretenimiento](#) [Ciberseguridad](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>