

CONCLUSIONES PARA LOS LÍDERES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- CREAR UNA VOZ EDITORIAL IDENTIFICABLE Y ENCARNADA.
- PROBAR, ESCUCHAR, AJUSTAR.
- DAR PRIORIDAD A LOS FORMATOS VERTICALES Y A LA INTERACCIÓN.
- ADAPTAR MEJOR EL CONTENIDO DE LAS NOTICIAS AL PÚBLICO MÁS JOVEN GRACIAS A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
- MIDA EL COMPROMISO, NO SOLO EL TRÁFICO.
- FORME A SUS EQUIPOS EDITORIALES EN METODOLOGÍAS DIGITALES.

MÁS INFORMACIÓN SOBRE CARL

👉 Visite el sitio web Data for Creators : <https://dataforcreators.com/>

👉 Únase a la iniciativa Carl en Linked In : <https://www.linkedin.com/company/data-for-media>

CONTACTO

Carla Bertone
Head of Marketing, Distribution
& Communication
carla.bertone@louiemedia.com

ABOUT OUR EUROPEAN PARTNERS

TULODZ  <https://tulodz.pl>
LOUIE MEDIA  <https://louiemedia.com/>
PRENSA IBÉRICA  <https://www.prensaiberica.es/>
KARJALAINEN  <https://www.karjalainen.fi/>
SME  <https://www.sme.sk/>



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea ni las de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la entidad financiadora se hacen responsables de ellas.

DESCIFRANDO EL CÓDIGO DE LA GENERACIÓN Z!

Comunicarse con la próxima generación

“Los jóvenes europeos son menos propensos a obtener noticias de las plataformas tradicionales”

Fuente: Los europeos occidentales menores de 30 años tienen una opinión menos positiva de los medios de comunicación y confían más en las plataformas digitales que los adultos mayores. Pew Research Center, informe, 30 de octubre de 2018.





IDEAS CLAVE

1 EN 2024, EL 97 % DE LOS JÓVENES (DE ENTRE 16 Y 29 AÑOS) DE LA UE AFIRMA UTILIZAR INTERNET A DIARIO. (1)

2 EL 40 % AFIRMA QUE A VECES O A MENUDO EVITA LAS NOTICIAS, FRENTE AL 29 % EN 2017. (2)

3 EL 32 % DE LOS JÓVENES DE ENTRE 18 Y 24 AÑOS UTILIZA TIKTOK PARA MANTENERSE INFORMADO. (2)

4 LOS ADULTOS MENORES DE 30 AÑOS SON MENOS PROPENSOS A ELEGIR UNA ÚNICA FUENTE PRINCIPAL DE NOTICIAS (3)

(1) Fuente: Los jóvenes y el mundo digital, Comisión Europea, mayo de 2025

(2) Fuente: Informe sobre noticias digitales 2024-2025 (Instituto Reuters, Universidad de Oxford) / 94 000 encuestados

(3) Fuente: Los europeos occidentales menores de 30 años tienen una opinión menos positiva de los medios de comunicación y confían más en las plataformas digitales que los adultos de más edad. Pew Research Center, informe, 30 de octubre de 2018.



JOAN CAÑETE BAYLE

Director de Estrategia de Proyectos Editoriales, Prensa Ibérica (España)

«La estrategia de Prensa Ibérica para llegar a la Generación Z se lleva a cabo principalmente a través de las redes sociales, sobre todo mediante la publicación Código Nuevo, un medio 100 % nativo de las redes sociales que estructura su contenido en torno a los creadores de contenido. Código Nuevo es una publicación independiente y, además, produce contenido y ofrece asesoramiento sobre estrategia en redes sociales para los medios de comunicación tradicionales del grupo».



Sitio web: [Codigonuevo.com](https://www.codigonuevo.com)



ENTENDER A LA GENERACIÓN Z: INFORMES

1

INFORMES

«Los grupos más jóvenes, especialmente los de entre 18 y 24 años, son mucho más propensos que los mayores a preferir ver —o escuchar— las noticias».

Informe sobre noticias digitales 2025, Instituto Reuters, Universidad de Oxford

¿SOLUCIONES?

2

«Para atraer al público más joven al periodismo científico, las editoriales tienen que hablar con ellos para ver qué despierta su curiosidad».

Martina Efeiyini, periodista científica, Nieman Lab Predictions for journalism, 2023.

«Un reciente estudio de la UNESCO reveló que la mayoría de los influencers no verifican la información que comparten con su público. **Qué gran oportunidad para los periodistas**»

Julia Munslow, Nieman Lab Predictions for journalism, 2024.

«También llama la atención que, en todos los países, los menores de 35 años son mucho más propensos a decir que las noticias son demasiado difíciles de seguir o comprender, lo que sugiere que se podría hacer más para que las noticias sean más accesibles para los grupos más jóvenes y otros grupos a los que es difícil llegar».

Informe sobre noticias digitales 2025, Instituto Reuters, Universidad de Oxford