

PR PARA TODOS



TU RESUMEN DEL 2022

PR PARA TODOS

GERENTE

8:41

74

GERENTE.COM

Solo el 7% de los Centennials usa redes sociales para socializar: estudio hace radiografía de esta generación

El 95% de los Centennials afirman que los anuncios publicitarios no influyen en sus compras. El 85% de los Centennials de Latam no sabe el significado del metaverso y el 82% de la Gen Z de Latam tiene como principal sueño y aspiración en su vida tener estabilidad económica.

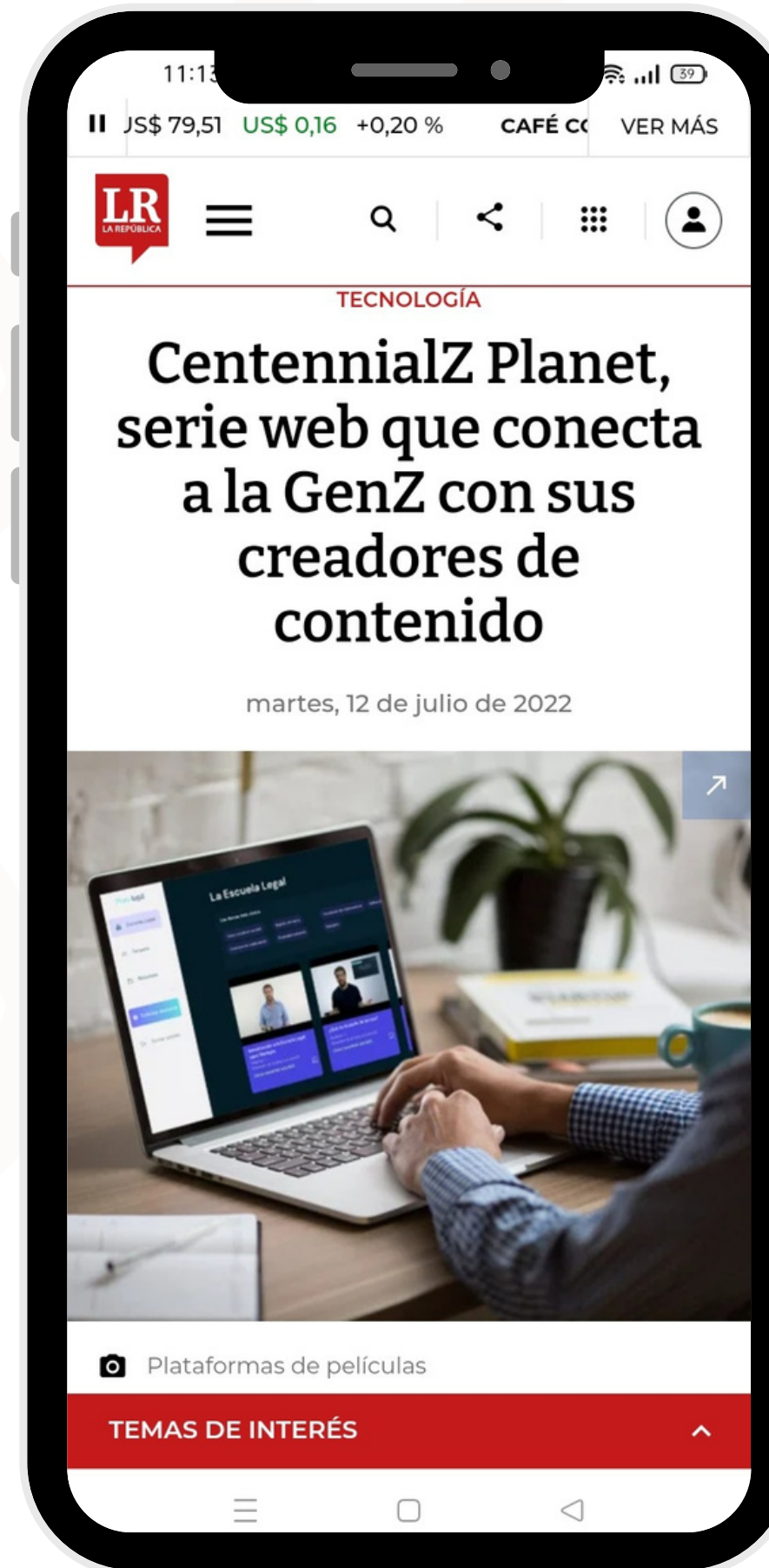


Publicado: agosto 29, 2022, 11:17 am



PREPARA TODOS

LR
LA REPÚBLICA



PR PARA TODOS

Bloomberg **Línea**



PR PARA TODOS

Portafolio



PREPARA TODOS

LA NOTA
ECONÓMICA®



PR PARA TODOS

LR
LA REPÚBLICA

P14

INTERNET ECONOMY

FASE SEMANA 16 - 17 DE JULIO DE 2022 | larepublica.co

larepublica.co | FASE SEMANA 16 - 17 DE JULIO DE 2022

INTE

Generación Z lidera la nostalgia musical en el streaming

TECNOLOGÍA. LOS JÓVENES ENTRE 18 Y 24 AÑOS REPRODUJERON MÁS DE 578.000 MILLONES DE MINUTOS DE MÚSICA EN 2021 A TRAVÉS DE SPOTIFY, MÁS QUE CUALQUIER OTRO GÉNERO EN LA PLATAFORMA

Con la enorme popularidad de series como 'Stranger Things', 'Sex Education', 'Dark' y 'Cobra Kai', entre otras, pareciera que la cultura pop viviera un renacimiento de la cultura ochentera, lo que ha dejado como resultado una nostalgia entre los más jóvenes, que se han volcado en las últimas semanas a escuchar bandas como Metallica o artistas como Kate Bush.

Por ejemplo, la última temporada de 'Stranger Things' de Netflix llegó a su fin con la emblemática canción 'Master of Puppets' (1988) de Metallica, la cual cautivó a la audiencia y tuvo un aumento de 215% en sus reproducciones en Colombia. Asimismo, 'Running Up That Hill (A Deal With God)' de Kate Bush se ubicó en el puesto cuatro de la lista de reproducción Viral Colombia y en el 51 del Top 200 Colombia.

De acuerdo con Victor Carvalho, director regional de ventas para Spotify, la generación Z se ha volcado completamente a la industria musical por streaming, liderando un fenómeno que trae consigo miles de millones de horas de reproducciones.

Uno de los datos más contundentes: los jóvenes de 18 a 24 años reprodujeron más de 578.000 millones de minutos de música en 2021 a través de Spo-

tify, más minutos que cualquier otro grupo y aproximadamente 16.000 millones de minutos más que los Millennials, la cual era la generación que llevaba hace unos años la vanguardia en el tema digital.

Adicionalmente, más de un tercio de los Gen-Z (48%) sienten que nacieron en la década equivocada y 59% cree que la vida era mejor antes de las redes sociales, a pesar de que la mayoría nunca experimentó un mundo sin ellas.

"La generación Z está a la vanguardia de la cultura, ya que a menudo encuentran formas nuevas de expresarse y construir comunidades. Gracias a esto, las marcas tienen la oportunidad, no solo de apoyar sus recorridos, sino también de conocer sus vidas y cómo ven el mundo, especialmente a través de la variedad de artistas y géneros musicales", explicó Carvalho.

Según datos del informe 'Culture Next Trends' de Spotify, para las personas entre 18 y 24 años encuestadas (gen-Z), el audio, incluso, les permite explorar aspectos de sí mismos que no sabían que tenían o a los que no podían acceder de otro modo.

Esta generación está impulsando la tendencia de la energía del personaje principal, en la que las personas usan las redes sociales o el ámbito digital para sentirse el centro de atención con todos los ojos u oídos puestos en ellas.

Asimismo, los gen-Z son más propensos que los millennials a describir a su generación como estresada (67% frente a 48%). De hecho, 67% de los encuestados dijo usar audio para sobrellevar ese estrés y ansiedad: 62% recurre a los podcasts



Victor Carvalho
Director regional de ventas de Spotify

"La generación Z está a la vanguardia de la cultura, ya que a menudo encuentran formas nuevas de expresarse y construir comunidades, más aún a través de la música".



Andrés Puente
jefe de Desarrollo de Kontent Room

"Queremos que las marcas se puedan acercar al consumidor final por medio de contenidos de calidad, entregados por aquellos creadores que los jóvenes siguen en redes".

523

MILLONES DE USUARIOS DE PAGO TIENEN EN LA ACTUALIDAD LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS DE STREAMING EN EL MUNDO.

Siguen en la República los 4 estadísticos con la generación hecha por Spotify.

para obtener respuestas a preguntas difíciles o personales antes de hablar con sus familias al respecto y 57% escucha podcasts por como diadema, para calmarse o relajarse.

"La nostalgia jugó un papel importante en la escucha de la gente en 2021, ya que los fans redescubrieron contenidos viejos favoritos y las nuevas generacio-

LA GENERACIÓN Z Y SU EFECTO EN EL MUNDO STREAMING

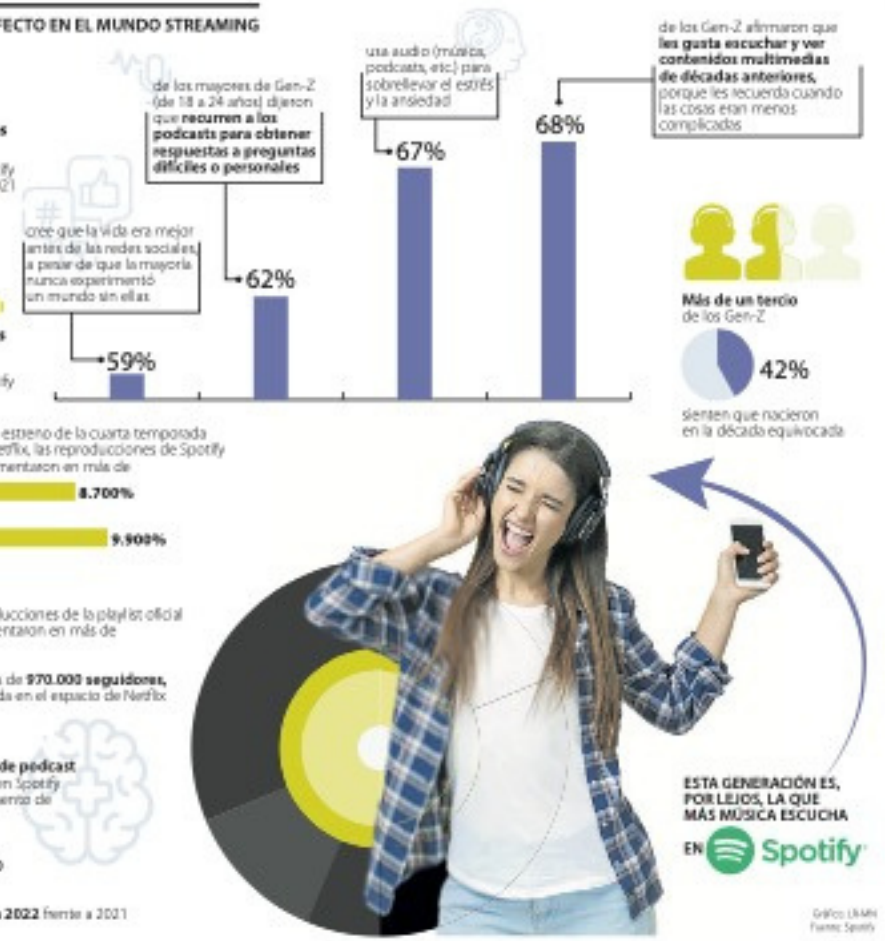
La Gen-Z reprodujo aproximadamente **16.000 millones** más de minutos en Spotify que los Millennials en 2021

En total, los jóvenes de 18 a 24 años reprodujeron más de **578.000 millones** de minutos de música en 2021 a través de Spotify

El 30 de mayo, luego del estreno de la cuarta temporada de 'Stranger Things' de Netflix, las reproducciones de Spotify de los hits de los 80's aumentaron en más de **8.700%** a nivel mundial y en **9.900%** en los EE.UU.

El 30 de mayo, las reproducciones de la playlist oficial de 'Stranger Things' aumentaron en más de **1.700%** a nivel mundial. Con más de **970.000 seguidores**, también es la más seguida en el espacio de Netflix

El género **Salud Mental de podcast** es el más reproducido en Spotify entre Gen-Z, con un aumento de **62%** en las reproducciones en 2022 frente a 2021



La edad de oro de las plataformas musicales

Según cifras de Statista, los servicios de streaming acumulan 523 millones de usuarios de pago en todo el mundo, lo que los ha catapultado a representar 65% de todos los ingresos de la industria. En 2010 solo ocho millones de personas estaban suscritas a uno de estos servicios, cifra que superó los 100 millones por primera vez en 2016. De ahí en adelante, el crecimiento ha sido meteórico. Por esa razón, los artistas emergentes saben que estas plataformas son el camino a seguir para iniciar su recorrido artístico y recibir las regalías por su trabajo.

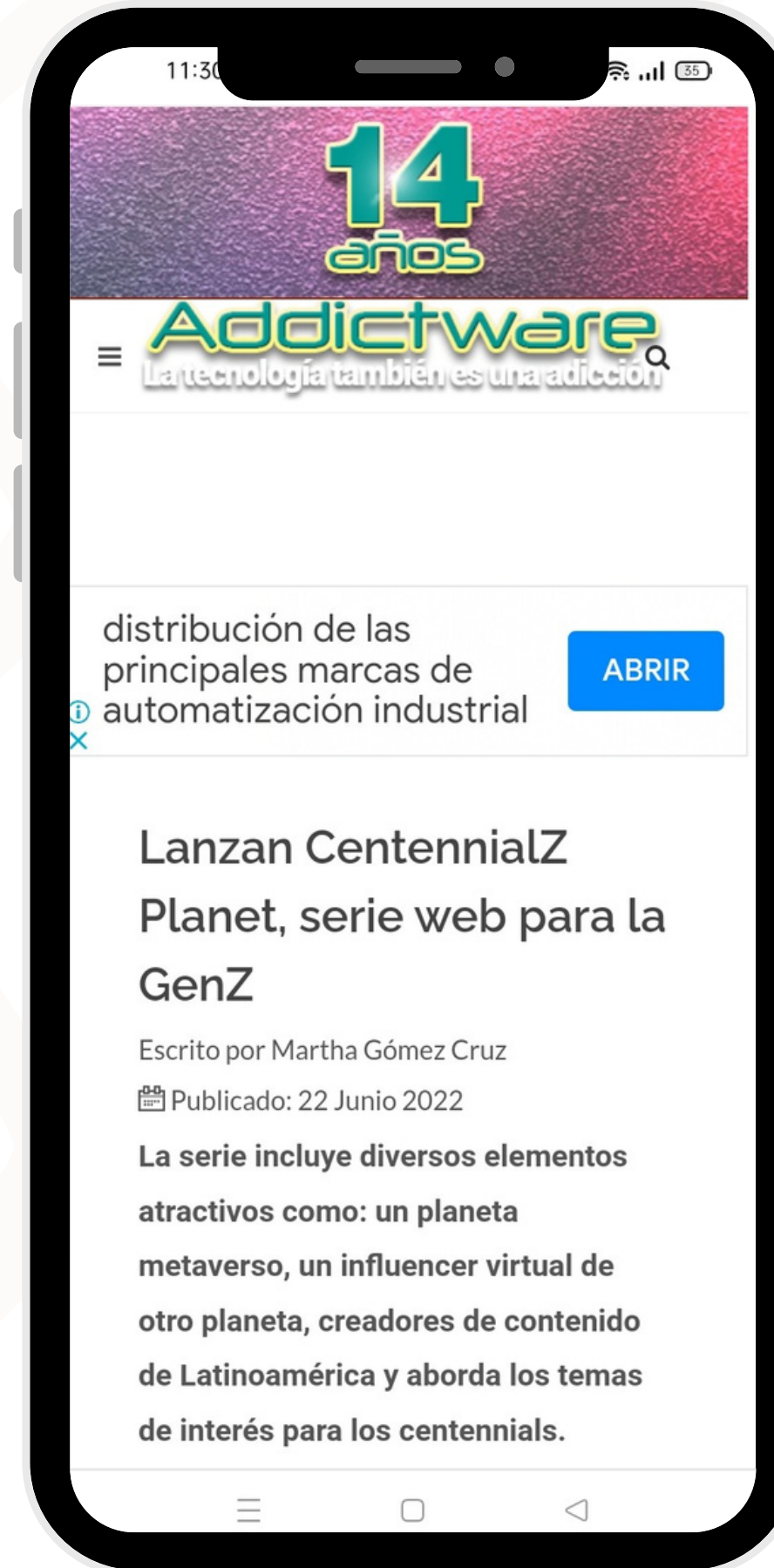
Carvalho, además, resaltó que, en lugar de ver el pasado cultural como algo estancado o pasado de moda, la generación Z usa las herramientas de la tecnología, y en especial la reproducción del audio digital, para mezclarlo todo y crear algo totalmente nuevo. Por ejemplo, bandas como Nirvana y Coldplay experimentaron un aumento de reproducciones entre los jóvenes de 18 a 24 años a nivel mundial entre marzo de 2022 y el año pasado. "Mientras que los millennials sienten nostalgia por las épocas anteriores que vivieron, la generación Z se aferra a casi cualquier época que les ofrezca un respiro de las situaciones difíciles del presente. El pasado para la generación Z es la oportunidad de crear algo completamente nuevo a través de la tecnología, y en especial la reproducción del audio digital", indicó.

EN LO AUDIOPROFESIONAL

Tras un estudio sobre la generación Z realizando por Kontent Room sobre cuáles son los temas y formatos que conectan a los centennials, se cono-

SALOMÓN ASHAR 5090
lars@larepublica.com.co

PR PARA TODOS



PREPARA TODOS

