



Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *Copyright*, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento incluidos la reprografía y el tratamiento informático para su uso comercial.

Fórum XXI no se hace responsable de las opiniones vertidas en este texto ni éstas suponen necesariamente que concuerden con las suyas, siendo de la exclusiva responsabilidad de quien las emite.

Libro de actas del Congreso CUICID 2023

© 2023 David Caldevilla Domínguez (Editor) Correo: davidcaldevilla@ccinf.ucm.es

© 2023 Editorial: Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones públicas (Fórum XXI)

CIF: G-79544136

C/ Cine 38. Bajo. 28024 Madrid (Reino de España) Web: www.forumxxi.net

Tel: (+ 34) 91 518 07 65

Móvil y Whatsapp: (+ 34) 669 831 136

ISBN: 978-84-09-48185-9

Depósito legal: No necesario para ediciones digitales abiertas.

Si quiere recibir información periódica sobre las novedades de nuestro grupo editor envíe un correo electrónico a: administracion@forumxxi.net

REPARTOS CORALES COMO FUTURO DEL CINE Y TV INCLUSIVOS: LOS CASOS DE <i>LOUD HOUSE</i>, <i>AMPHIBIA</i>, <i>ROGUE ONE</i> Y LA TRILOGÍA DE SECUELAS	
José Daniel Barquero-Cabrero y David Caldevilla-Domínguez.....	75
CONTENIDOS EN <i>STREAMING</i>: CUANDO HOLLYWOOD DEJA DE SER DE HOLLYWOOD	
José-María Benito-García.....	76
SAMMY FABELMAN/STEVEN SPIELBERG THE CREATOR IN <i>THE FABELMANS</i>	
José Díaz-Cuesta.....	77
DISTOPIÁS TELEVISIVAS: EL PODER (AMAZON PRIME)	
Mayte Donstrup Portilla.....	78
JÓVENES ESCUCHANDO PODCASTS DE LITERATURA	
Sílvia Espinosa-Mirabet y Margaryta Netreba.....	79
HACIA UNA TRANSICIÓN DIGITAL EN LA ENSEÑANZA DE LA QUÍMICA. DISEÑO DE UN VIDEOJUEGO SOBRE LOS ELEMENTOS QUÍMICOS EN UNA CASA	
Antonio Joaquín Franco-Mariscal, María José Cano-Iglesias y Daniel Cebrián-Robles.....	80
PRIME, NETFLIX Y DISNEY PLUS: A MISMO PROBLEMA, DISTINTAS SOLUCIONES	
Fernando García-Chamizo, Oliver Carrero Márquez y Vicente Díaz García.....	81
FOTOGRAFÍA Y REDES SOCIALES EN RECURSOS HUMANOS	
Juan Gabriel García Huertas, Pablo Garrido Pintado* y Diego Botas Leal.....	82
PRESENCIA DIGITAL DE LAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES ESPAÑOLAS	
Silvia García-Mirón.....	83
ANÁLISIS DE LA FIGURA DEL AUTOR COMERCIAL CINEMATOGRAFICO: CHRISTOPHER NOLAN	
Joaquín David Garrido Parrilla y Antonio Horno López.....	84
PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE COLECTIVOS AUDIOVISUALES EN COLOMBIA	
Lucero Giraldo Marín y Jorge Prudencio Lozano Botache.....	85

JÓVENES ESCUCHANDO PODCASTS DE LITERATURA

Sílvia Espinosa-Mirabet y Margaryta Natreba

U. de Girona (España) y Borys Grinchenko Kyiv University (Ucrania)

El presente trabajo forma parte de una línea de investigación del Observatori de la ràdio de Catalunya, interesada en profundizar en la sonosfera juvenil en diferentes países.

En este estudio se presentan los resultados del consumo sonoro de los jóvenes ucranianos, antes de la guerra. Uno de los territorios con los índices de audiencia entre jóvenes más bajos. Sus gustos en términos de audio se sumarán a una investigación internacional que se está desarrollando en diferentes países, con el fin de comparar los gustos, los consumos y las audiencias de las sonoesferas juveniles de la llamada Generación Z. Este nicho de población (menores de 24 años) consume audio en su tiempo de ocio en mayor medida que sus antecesores, los jóvenes conocidos como Generación X. Resulta curioso que en un mundo conectado y global existan diferencias muy significativas entre audiencia de una misma franja de edad, atendiendo a contenidos y consumos. ¿Por qué en Australia, como ya se ha publicado, los jóvenes consumen el triple de radio que en España? O ¿por qué en España la sonoesfera de la Generación Z se nutre principalmente de contenidos musicales a partir de listas de éxitos internacionales?

A partir de los estudios previos y de las preguntas de arranque, se plantea un objetivo: investigar cómo los jóvenes ucranianos menores de 24 años se crean su propia sonoesfera, qué les interesa y, cómo y cuándo consumen audio. Se explicará por qué su share es tan bajo comparado, por ejemplo, con España.

Para hacerlo se aplica una misma metodología (en todos los países estudiados) que ya se ha revelado efectiva. Se pasa una encuesta a jóvenes de entre 18 y 24 años, estudiantes del primer año de cualquier carrera de comunicación. Se trata de una muestra homogénea, no probabilística y de conveniencia. El cuestionario, anónimo, no lleva más de 25 minutos de trabajo a los participantes. La encuesta de 50 preguntas, construida *ad hoc*, tuvo la revisión especial del Comité de Ética de la Universidad RMIT (Melbourne) puesto que fue el primer lugar donde se desarrolló la investigación. En el caso de Ucrania (igual que sucedió al recopilar los datos en España) la encuesta fue realizada en línea por 100 estudiantes de primer y segundo año de Periodismo, nunca mayores de 20 años, de la Universidad Borys Grinchenko de Kiev, entre el 1 de abril al 30 de mayo de 2021 (antes de la guerra). No se ha descartado ningún cuestionario, aunque algunos no habían respondido a todas las preguntas.

Gracias al boom del podcasting, los jóvenes no se han desenganchado del todo del consumo sonoro, peor pesadilla del sector radiofónico español, puesto que los jóvenes españoles han dejado de escuchar más de 30 minutos de radio al día en los últimos 15 años, según datos del EGM. La desafección de la juventud por el medio sonoro no es la misma en los todos los países. Los últimos estudios de audiencia oficiales en Ucrania (anteriores a la guerra) demuestran que sólo un 14% de los jóvenes consumen audio.

Las conclusiones demuestran que, en Ucrania los jóvenes escuchan a través de la radio música y noticias, en la misma proporción, pero que el contenido preferido por ese público son podcasts sobre literatura y estilos de vida. Las políticas sobre *media literacy* tienen mucho que ver.

Palabras clave: Podcasting; Radio; Consumo juvenil; Sonoesfera; Generación Z.