

Líders entre els joves i les dones a la xarxa

«Hem concebut la ràdio no com un mitjà que únicament es vincula a una graella analògica sinó com el mitjà més dinàmic amb els continguts digitals, no només sonors sinó també visuals»

Els joves no miren la televisió ni escolten la ràdio. Hi ha aquesta idea instal·lada, i també la creença que han de ser els mitjans de comunicació tradicional els que s'han de dedicar a combatre-ho. Les xarxes socials han captivat el jovent, i internet ha suposat una autèntica amalgama en què les fronteres entre ràdio, televisió i premsa cada cop són més difuses, i en molts casos inexistents. A internet la ràdio té vídeos i textos; la televisió pot acabar generant podcasts i articles i reportatges extensos, i la premsa esdevé audiovisual si realment vol ser atractiva i competitiva.

Així les coses, per què hi ha instal·lada la idea que els joves no escolten la ràdio si, en realitat, els èxits dels continguts per a adolescents són més que evidents en l'entorn digital? Catalunya Ràdio s'acaba de convertir en l'emissora generalista de tot l'Estat amb un percentatge més alt d'audiència entre 18 i 24 anys. Poca broma. Un 8,7% de l'audiència digital de Catalunya Ràdio té entre 18 i 24 anys, mentre que a la SER el percentatge és del 4,3% ?la meitat que la ràdio pública catalana? i a RAC1, un incipient 2,2%. Aquestes dades estan basades en els deu primers mesos del 2019 i corresponen a Comscore, el mesurador de referència del sector de les audiències digitals al conjunt de l'Estat.

A Catalunya Ràdio tenim, en nombres absoluts, 42.000 usuaris únics de mitjana de 18 a 24 anys, el doble que la cadena SER a Catalunya. I, a tot l'Estat, som la primera emissora generalista amb més usuaris únics d'aquesta franja d'edat, tot un èxit en el difícil repte de captar audiència jove i atreure-la cap a continguts sonors ?i audiovisuals? de qualitat.

En la missió encomanada als mitjans nacionals en tant que servei públic, aquest és un dels objectius més difícils d'aconseguir, vistes les dificultats que tenen altres canals. Doncs aquí ho tenim: Catalunya Ràdio és l'emissora amb un percentatge més alt d'audiència digital dels 18 als 44 anys. Sí, sí, de 18 a 44. Un 42,7% de l'audiència digital de Catalunya Ràdio pertany a aquesta àmplia franja d'edat, mentre que la SER en té un 39% i, desmuntant el tòpic, RAC1 se situa en un 33,8%.

Fa pocs dies en parlàvem, amb motiu de la difusió de la darrera onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM) de 2019, de xifres, més en clau quantitativa que qualitativa. Tots els mitjans ho fem, quan surt l'EGM. Números i lideratges. Però en l'entorn digital els consums són objectivables i la informació que ens ofereix Comscore suposa una excel·lent radiografia mensual del comportament dels nostres oients convertits en usuaris. I agafant el darrer resultat de Comscore i calculant els deu mesos que portem d'any amb els resultats que ha publicat podem fer una altra afirmació que ens convida a l'optimisme per la feina feta. Perquè, més enllà de captar públic jove i innovar amb la ràdio visual amb continguts com *Adolescents iCat*, *iCatKids*, *Generació digital* o *Els experts* i rejuvenir el target amb programes com *Popap*, el nou *APM?*, *Estat de Gràcia*, *Revolució 4.0* o *Crimis*, també comencem a recollir fruits per l'aposta decidida per la diversitat i la riquesa, amb apostes com *Les dones i els dies*.

Catalunya Ràdio és l'emissora generalista més femenina, segons Comscore. De mitjana, tenim més homes que dones entre els nostres usuaris a l'aplicació mòbil i la web, però tenim més dones que la resta d'emissores generalistes, que tenen una audiència molt masculina. La ràdio pública catalana és l'emissora amb un percentatge més alt d'audiència digital femenina. Tenim

una mitjana d'un 52% d'homes i un 48% de dones. En el cas de RAC1, una mica menys de dones (53% homes i 47% dones), i la SER té un 57% homes i un 43% dones.

De fet, l'octubre passat Catalunya Ràdio va tenir una audiència digital amb més dones que homes (51% dones i 49% homes), i era l'única de les 5 principals emissores de l'Estat que tenia més dones que homes entre els seus usuaris a la web i l'aplicació mòbil. A l'octubre, Catalunya Ràdio va créixer un 22% a Comscore respecte al mes anterior, amb 726.000 usuaris únics a tot l'Estat. Aquesta ha estat la millor dada del que portem certificat del 2019, una prova de la bona feina que fan tots els professionals de l'emissora i dels Mitjans Digitals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Hem renovat la web i l'aplicació mòbil de Catalunya Ràdio, hem apostat per continguts més atractius per a tots els públics ?també els adolescents perquè hi estem compromesos? i hem concebut la ràdio no com un mitjà que únicament es vincula a una graella analògica sinó com el mitjà més dinàmic amb els continguts digitals, no només sonors sinó també visuals, amb uns nous estudis que semblen platós de televisió i amb uns programes que es poden mirar i es poden consumir a tota hora i des de qualsevol pantalla, dispositiu o reproductor.

Només hem d'observar les xarxes socials, on totes les emissores de Catalunya Ràdio ?cada cop més dinàmiques i properes? hi tenen una presència activa, per veure el salt que en poc temps ha fet la ràdio pública en aquest entorn, tan vertiginós com apassionant. Els resultats són irrefutables. I ho són tot i la "penalització" que encara tenen els àudios en la lògica digital dels algoritmes i els cercadors. Posicionar, distribuir i reproduir arxius sonors és una autèntica fita, i els experts d'internet prou que ho saben. És per això que aquests creixements digitals, aquest boom del consum de la ràdio pública a la xarxa, té un doble mèrit.

Felicitats a tots els que ho han fet possible i gràcies per la confiança als oients que esdevenen usuaris.