Dime tu público target y te diré qué lee

Las diferentes generaciones y su lectura de diarios y revistas.

BABY BOOMERS (1946 – 1960)	GENERACIÓN X (1961 – 1981)	MILLENNIALS (1982 – 2001)	GENERACIÓN Z (2001– hoy)
Lectura: 09 am - 12 am.	Leen 1ero noticias políticas.	Lectura: 12 am - 15 pm.	Público sobre informado.
Tiras Cómicas. Crucigramas.	Leen 1ero revistas semanales.	Temas de lectura: salud, medicina y calidad de vida.	Temas de lectura: arte, cultura y literatura.
Autos	Temas de menor interés: internet y tecnología.	Deportivo	Revistas mensuales especializadas.
Deportivo	Noticias locales.	Experiencias antes que bienes. Gastronomía, bebidas y cocina.	Disfrutan el presente. Guías de recreación.

Publicidad en Diarios

Prefieren informarse con diarios vs revistas. Prefieren a los medios impresos para leer sobre noticias nacionales e internacionales.

Los Baby Boomers y los Millennials son los más influenciados por publicidades de alimentos y turismo.

Publicidad en Revistas

. Las mujeres leen el doble de revistas que los hombres y prefieren comprar revistas mensuales.

. Temáticas preferidas: turismo y viajes, salud, medicina y calidad de vida.

. Los hombres prefieren los diarios vs las revistas.

. Leen principalmente noticias nacionales e internacionales.

La Reinvención de los medios impresos

2017 Se incrementó la inversión publicitaria en diarios un 53% vs 2016.

2018 Los diarios fueron el 2do medio más elegido por los anunciantes.

Mark Zuckerberg eligió el NYTimes para disculparse por la filtración de datos de sus usuarios de Facebook. Consideró que el diario protegería su mensaje de ser banalizado.

Iris Chyi, de la Universidad de Texas, destaca de los diarios:

Rentabilidad **Calidad** **Vínculo con el lector**

La lectura promedio en papel tiene una media de **15´**.

Clarín

Fuente TGI año 2017 - Kantar Ibope