

Una radio a la carta

RadioCable.com es una premiada emisora de radio por Internet. Microsoft la ha calificado como «uno de los 30 mejores medios de comunicación del planeta», entrando a formar parte del Ranking «Best of web» junto al Washington Post, el «Wall Street Journal» o la revista «Time».

El pasado año la emisora recibió el premio de la AUI y una semana más tarde recibió el de periodismo «Nuevos Lenguajes» compitiendo con CNN+. Un premio que el año anterior había recibido Tele5.

Este es un medio que, sin millonarias operaciones de marketing, ha llamado la atención a la masa social y empresarial. Los premios que se han recibido no solo provienen de Internet sino que ha sido reconocida por empresas **ajenas a la red como Coca-Cola cuando concedió el premio Nuevos Lenguajes.**

Además de contar con la misma música e información que cualquier radio –al fin y al cabo los canales pueden comprarse para redifundir– nuestra radio es una guía en la que los periodistas seleccionan diariamente los documentos de video que mejor resumen la actualidad. Hoy, tras adaptar nuestros formatos de audio y video, nos hemos convertido en la primera guía compatible

con UMTS del mundo. Hoy todos pueden montar una radio en Internet, pero no todos tienen «RadioCable».

Comenzamos las emisiones desde un domicilio particular, al estilo de las empresas de Silicon Valley. Por primera vez se interpretaba que Internet no era un medio más de difusión sino un medio de

comunicación con características propias.

RadioCable introdujo en el año 96 la radio a la carta. Algo imitado hoy por decenas de medios de comunicación y que se ha

impuesto como un estándar. Así un visitante de la emisora puede escuchar una sola sección o una entrevista sin necesidad de escuchar el programa completo.

Hoy contamos con renombrados colaboradores habituales como Antonio García Ferreras, director de la Cadena Ser, o Hermann Terstch, editorialista de El País. Además hemos creado espacios como el «monta tu propia radio con nosotros», en los que se defiende el mismo espíritu emprendedor que nos vio nacer.

Además Radiocable ha mantenido acuerdos de colaboración con prestigiosos medios de comunicación como la Cadena Ser o Canal Satelite Digital en programas de tv interactiva.



Las audiencias

Cuando la gente conecta una radio puede hacerlo sin interés, cuando navega por Internet no. Sin haber contado con el efecto multiplicador de un gran ancho de banda RadioCable ha tenido picos de audiencia muy elevados. La audiencia es sencilla: cualquier acuerdo con un gran portal o incluso asumiendo otros contenidos se puede conseguir

Pero la relación que se establece con quien nos visita es diferente a la de la radio convencional: escuchar la radio por Internet supone estar pagando conexión telefónica mientras que encendiendo un transistor saldría gratuito. Es decir, la gente está dispuesta a pagar por escuchar **RadioCable** y por lo tanto su predisposición a recibir nuestros mensajes es mayor.

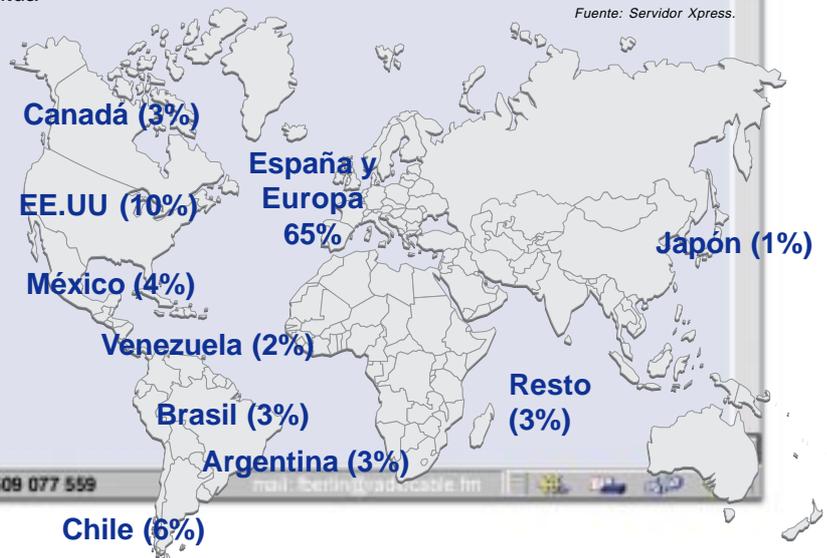
Radiocable cuenta además con un boletín CONFIDENCIAL que se envía a través del correo electrónico y cada semana a más de 17.000 suscriptores que han accedido a él voluntariamente a través de nuestra página

La media de edad se sitúa en torno a los 30-45 años. Dado su carácter informativo (lugares de debate político, análisis, columnas de opinión, ocio, cultura y divulgación) la emisora es seguida fielmente por políticos y directivos de la comunicación (55%), no

en vano, cada vez que en la emisora se destaca un tema de actualidad o una entrevista, es recogida inmediatamente por otros medios de comunicación. Hemos buscado servir de conexión con gente joven (10%) que comparte trabajo con estudios (20-29 años) a través de nuestra premiada sección musical y la de cine.

Las estadísticas dicen que la mayor parte de las conexiones (60%) se producen entre las 9 y las 11:00 o entre las 20:00h y las 24:00h, lo que significa que muchos oyentes se conectan al llegar a la oficina o al llegar a su domicilio sustituyendo otros medios como la televisión. Emplean equipos caros, computadoras potentes, con modems de 55 kbps. El resto (9%) se reparte entre amas de casa, estudiantes y aficionados a la informática. El público de **RadioCable** tiene características comunes: se les puede calificar como de nivel económico alto, «ciudadanos del mundo», emprendedores tecnológicamente vanguardistas y personas a las que les gusta estar por delante de los acontecimientos.

Fuente: Servidor Xpress.



Nuestros anunciantes

Dado que la principal fuente de visitas se produce en España, las empresas más interesadas en trabajar con nosotros son aquellas que dirigen sus productos a ciudadanos del país y de forma genérica a los de habla hispana, pues los países que junto con España más visitas producen son iberoamericanos.

La gente que visita **RadioCable** percibe el interés de nuestros patrocinadores por estar a la vanguardia en nuevas formas de comunicación, porque su imagen se asocia a modernidad y a tecnología. Grandes empresas son nuestro público objetivo, grandes marcas ya promocionadas que mantienen su imagen mediante campañas publicitarias, y empresas relacionadas con tecnología, marcas menores que empiezan a despuntar en el mercado y comienzan a conocerse, o federaciones y asociaciones de empresarios.

La publicidad en **RadioCable** se plantea en dos formatos diferentes: cuñas publicitarias y mensajes en forma de gráficos y logotipos (banners) distribuidos por las páginas más visitadas de **RadioCable**. Las cuñas publicitarias sonoras mantienen el mismo formato que en radio convencional, pero pueden complementarse con mensajes



visuales, junto al Meteosat o las portadas de los diarios electrónicos. Para aquellos anunciantes que dispongan de su propia página de Internet se ha preparado una opción en la que el

usuario podrá trasladarse a la misma mediante un enlace directo (link). Con el beneficio añadido de que los programas de **RadioCable** permanecen acumulados en la red durante semanas, garantizando así una larga permanencia del producto anunciado si la compañía lo desea. Pero recuerde que **RadioCable** es una emisora de radio a su medida. Si usted desea un espacio de ecología, o información meteorológica para promocionar sus productos solamente tiene que solicitarlo.



En la prensa

La emisora ha aparecido destacada en más de 30 medios de comunicación internacionales entre los que están diarios como El País, El Mundo, La Vanguardia, El Mercurio (Chile) o el diario «Quepasa» (Argentina), revistas como Interviú o Ideas y Negocios y reportajes en los programas de televisión y radio de Olga Viza, Julia Otero e Hilario Pino o incluso Iñaki Gabilondo, entre muchos otros. Cada vez que la emisora lo ha hecho la imagen del patrocinador ha aparecido relacionada con ello. No en vano por esta emisora han pasado personajes como Felipe González (ex-presidente del gobierno), Manuel Fraga (pte. de la Xunta), Carmen Alborch (ex-ministra de cultura), Ricardo Lagos (pte. de Chile), Eduardo Frei (ex-presidente de ese país), entre otros muchos invitados que han compartido espacio con nuestro programa de televisión. Además es la primera emisora para UMTS; que dedica su programación a la cultura mediterránea, y a personas invidentes (gracias a nuestro sistema de acceso directo al audio).



CNN+ emite reportajes elaborados por una emisora de radio de Internet

La emisora de radio de Internet RadioCable, que emite exclusivamente por Internet, ha pasado a ser un proveedor de contenidos que permite obtener reportajes de...



UN LUGAR PARA LAS ONDAS EN LA RED

Una emisora de radio en Internet para dar un proyecto personal a convertirse en un fructífero negocio



Un español diseña una innovadora emisora de radio para Internet

En el día de Madrid... Con apenas seis meses en la red Internet, la emisora RadioCable, que emite desde un pequeño estudio de Madrid, ha conseguido el reconocimiento de la independencia...



Imagen de la página de RadioCable. Berlín perfiló desde una programación orientada a los clásicos, y también tiene en proyecto una sección musical, 'Clasificados', en la que presentará el contenido de la cultura o el periodismo desde programas o artículos de otros literatos. RadioCable ofrece...



Radio Cable es una radio a la carta

Una emisora de radio... Berlín perfiló desde una programación orientada a los clásicos, y también tiene en proyecto una sección musical, 'Clasificados', en la que presentará el contenido de la cultura o el periodismo desde programas o artículos de otros literatos. RadioCable ofrece...

«EL PAÍS»

«LA VANGUARDIA»