

Sonariva supera las 40.000 personas diarias de media en sus primeras 48 horas de actividad

El nuevo medio de comunicación digital arranca con una audiencia mayoritariamente joven y amplía su propuesta con nuevos contenidos de radio y audiovisual

Madrid, 1 de septiembre de 2026. — Sonariva, el nuevo medio de comunicación digital, ha superado las 40.000 personas diarias de media durante sus primeras 48 horas de actividad, tras iniciar su proyecto el pasado 30 de agosto.

El medio comenzó su actividad con un programa especial de radio a las 21:00 horas, en el que se presentó el proyecto y los diferentes contenidos que formarán parte de esta primera etapa.

Los primeros datos de audiencia muestran una respuesta especialmente significativa entre el público joven. El 34% de la audiencia tiene entre 25 y 34 años, mientras que un 28% se sitúa entre los 18 y los 24 años. El 22% corresponde al segmento de entre 35 y 44 años y el 16% restante a personas de 45 años o más.

En conjunto, el 62% de la audiencia de Sonariva durante estas primeras 48 horas tiene menos de 35 años, uno de los primeros indicadores del perfil de público al que está llegando el nuevo medio digital.



Primeros contenidos y buena acogida

Durante sus primeras horas de actividad, Sonariva ha comenzado a desarrollar su programación propia con diferentes formatos vinculados a la música, la actualidad, el deporte y el entretenimiento.

Entre ellos destaca *Papá y el fútbol*, que ha protagonizado ya un especial dedicado al mercado de fichajes, con una respuesta especialmente positiva por parte de la audiencia.

El programa forma parte de una programación que también incluye espacios como *Cruzando el Charco*, *pensando en L.*, *Clave Criminal*, *El Lado Humano del Deporte*, *La Cuarta Barra*, *Celebritats Pures* y *Sonariva Indie*, además de nuevos contenidos que se irán incorporando progresivamente.

Sonariva nace impulsado por parte del equipo responsable de *La Hora del Mundial*, proyecto que durante el Mundial de 2026 desarrolló una cobertura que comenzó con programas de tertulia y evolucionó hasta incorporar narraciones de partidos. Esta experiencia constituye uno de los puntos de partida del nuevo proyecto, que ahora amplía su propuesta hacia un medio de comunicación digital con contenidos propios de radio y audiovisual.



Un proyecto que empieza a generar repercusión

El lanzamiento de Sonariva también ha comenzado a despertar el interés de diferentes medios de comunicación, que ya se han hecho eco de la puesta en marcha del proyecto durante sus primeros días de actividad.

La compañía afronta así sus primeras semanas con el objetivo de consolidar una propuesta de comunicación digital basada en contenidos propios, diferentes formatos y una programación capaz de combinar radio y audiovisual.

Más allá de la música, el deporte o el entretenimiento, Sonariva apuesta por construir un medio cercano y dinámico, adaptado a los nuevos hábitos de consumo de contenidos y pensado específicamente para el entorno digital.

Sonariva continúa sonando.

AUDIENCIA POR EDADES



En estas 48 horas de emisión nos han escuchado **más de 40k personas diarias de media**

Así se reparte la audiencia de nuestro medio digital



28%
tiene entre
18 y 24 años



34%
tiene entre
25 y 34 años



22%
tiene entre
35 y 44 años



16%
tiene
45 años o más



SOBRE SONARIVA

Sonariva es un nuevo medio de comunicación digital que desarrolla contenidos propios de radio y audiovisual sobre música, actualidad, deporte y entretenimiento. Su propuesta se desarrolla íntegramente en el entorno digital y puede seguirse a través de sonariva.com.



CONTACTO DE PRENSA

Jorge Callado
Director de Comunicación
Sonariva