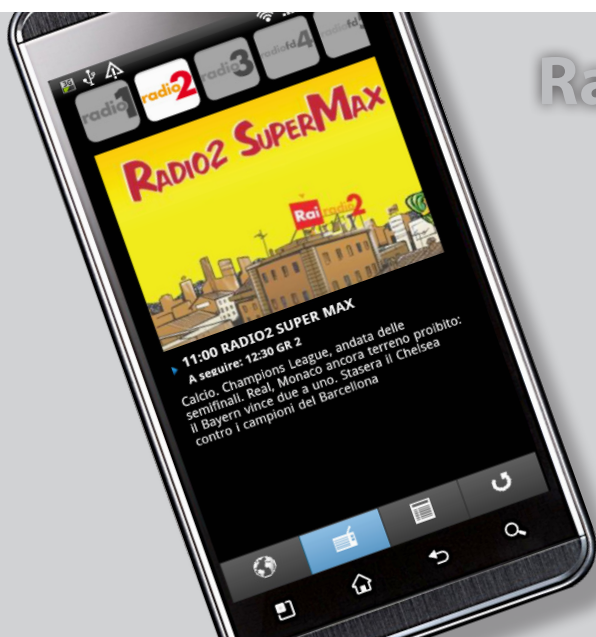


Radio App: un'esperienza visuale

Paolo Casagrande

Rai - Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica



Radio Rai App
- geotag
- photoblog
- replay
- lettura news



1. LE PROSPETTIVE DELLA RADIOFONIA

Secondo il rapporto EBU "Public Radio and New Media platforms" [1], la fruizione di servizi radiofonici su internet e in particolare su smartphone sta crescendo stabilmente, grazie anche all'avvento di applicazioni dedicate alla radiofonia. I nuovi dispositivi, come smartphone e tablet WiFi, stanno dando ai broadcaster nuove opportunità per raggiungere gli ascoltatori. Del resto, sono mutate le abitudini degli ascoltatori, la cui attenzione è catalizzata dai device mobili e dai social network, con la loro capacità di plasmare l'esperienza radiofonica sul mondo dell'utente.

Radio Rai ha già lanciato su Apple iTunes un'applicazione per iPhone e per iPod Touch che permette di raggiungere programmi live e podcast.

Sommario

Un'applicazione flessibile su smartphone per ricevere programmi radio arricchiti da contenuti multi-mediali: immagini e informazioni RadioVIS, la guida ai programmi per una settimana, geo-tagging, lettura automatica delle news, podcast con i programmi già andati in onda. Un prototipo funzionale per valutare concretamente l'impatto della tecnologia sugli ascoltatori.

In questo contesto, Strategie Tecnologiche e Centro Ricerche stanno sperimentando un prototipo evoluto di applicazione per smartphone e tablet connessi. L'idea è di portare sul cellulare, accanto all'audio del programma radiofonico, servizi multimediali che arricchiscano l'offerta, una navigazione evoluta degli archivi e funzionalità di condivisione con i social network. L'applicazione nasce con lo scopo di poter vagliare le potenzialità dei nuovi dispositivi su un caso reale, funzionante con i dati del servizio in onda di Radio Rai.

Il prototipo, tutt'ora in evoluzione, è stato sviluppato su piattaforma Android, scelta dettata soprattutto dalla diffusione di questo sistema operativo e dalla flessibilità degli strumenti di sviluppo gratuiti. La scelta va anche nella direzione del mercato, che vede attualmente una predominanza degli smartphone Android rispetto ad altri sistemi. La chiave di volta del progetto sta però nelle interfacce di accesso ai metadati radiofonici, basate su standard W3C che consentono un rapido adattamento ad altre piattaforme (da Android ad iPhone, a Windows Phone o RIM).

2. UNA RADIO VISUALE

La Radio Visuale è un servizio radiofonico contestualizzato da immagini e informazioni che scorrono sullo schermo. Si tratta di un servizio mutuato in primo luogo dal DAB, che per primo ne ha definito le caratteristiche, evolutosi grazie al progetto RadioDNS [2]. La tecnica di funzionamento è stata presa dall'applicazione RadioVIS del progetto RadioDNS, così come è stata integrata in Rai [3]. Le immagini e i messaggi vengono forniti all'applicazione in modo analogo alle altre piattaforme radiofoniche sperimentali (DAB+, RadioDNS e Internet Streaming). Le immagini vengono proposte una di seguito all'altra, come in uno slideshow. Ogni programma ha il suo insieme

di immagini, gestite da un Content Management System che permette alla redazione di modificarle anche durante la trasmissione, o di creare immagini dinamiche, il cui aspetto finale è definito nel momento della messa in onda (si pensi alle immagini live da webcam in studio). Il carousel fornisce al programma radiofonico una più forte identità e permette l'utilizzo di servizi di arricchimento quali foto in tempo reale (si veda la funzionalità Photoblog descritta più avanti) e informazioni testuali quali le ultime news. La user experience sarà simile a quella del DAB o di un'applicazione RadioVIS.

3. GUIDA AI PROGRAMMI

La guida ai programmi è una caratteristica classica della radio a palinsesto lineare. L'applicazione fornisce una lista navigabile dei programmi dei prossimi 7 giorni, con informazioni aggiuntive fornite da Radio Rai. L'ascoltatore può cercare il programma e leggerne i dettagli.

4. REPLAY DEI PROGRAMMI

L'analisi degli accessi degli utenti conferma che il loro principale interesse risiede nei contenuti audio. Gli ascoltatori cercano attivamente i contenuti, selezionando ad esempio tematiche di interesse oppure ospiti in studio. L'applicazione permette di raggiungere i podcast

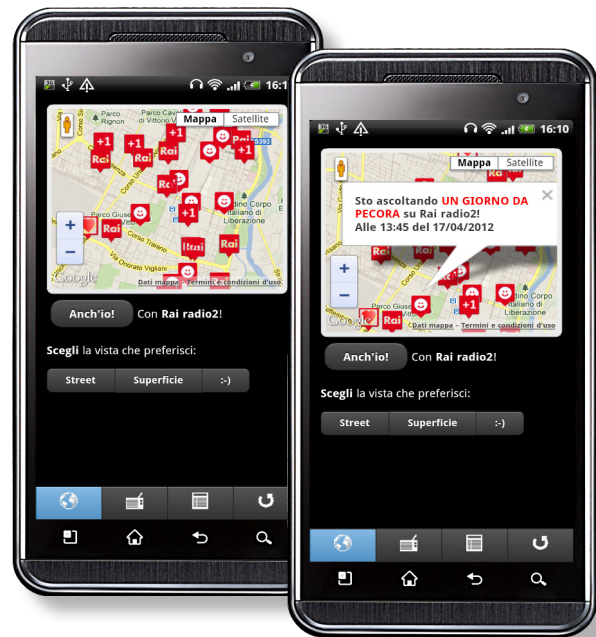
della settimana passata attraverso una lista simile alla Guida ai Programmi. La disponibilità dei podcast è solo il primo passo per una nuova esperienza radiofonica. Gli utenti cercano di raggiungere direttamente i contenuti, quindi la navigazione e la ricerca devono essere efficaci e immediate: questi obiettivi guideranno i futuri sviluppi del prototipo.



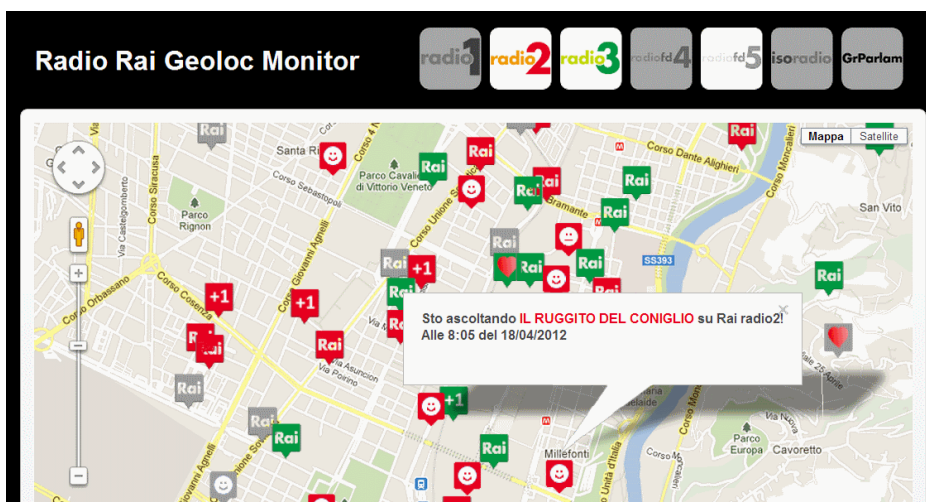
5. GEO-TAGGING

I social network hanno dimostrato l'importanza della condivisione del proprio mondo con una cerchia di persone sempre più ampia, che va da familiari e amici a persone che semplicemente condividono con noi interessi e passioni. L'informazione sulla localizzazione dell'ascoltatore è molto preziosa e crea interessanti scenari di utilizzo. L'utente può ad esempio essere inserito all'interno di una community locale. Oppure il broadcaster può avere informazioni sulla distribuzione geografica del servizio. Queste possibilità sono immediatamente disponibili, tenuto conto che la gran parte degli smartphone oggi presenti sul mercato possono fornire la posizione dell'utente grazie ai ricevitori GPS integrati. Sul prototipo della Radio App si sono innestati una serie di concetti legati alla geolocalizzazione, allo scopo di valutarne l'interesse e le criticità.

Per una prima valutazione dell'impatto della geolocalizzazione, abbiamo scelto un semplice scenario: un ascoltatore che, apprezzando particolarmente un programma radiofonico o una canzone, esprime la sua preferenza sullo smartphone. L'ascoltatore viene geolocalizzato, e la sua opinione viene rappresentata su una mappa e resa disponibile agli altri ascoltatori. L'ascoltatore potrà inviare anche un'icona personalizzata e un breve commento e a sua volta curiosare nelle preferenze degli altri ascoltatori, più o meno vicini a lui.



Grazie alla funzionalità di geo-tagging, l'utente rende visibili le sue scelte alla comunità di ascoltatori del programma radiofonico, e può a sua volta vedere quanti utenti hanno fatto la sua scelta e dove si trovano. Ciò è particolarmente interessante in vista della creazione di comunità locali, relative ad esempio ad una città o ad un quartiere: gli ascoltatori sono accomunati in questo caso dalla particolarità, dai pregi e dai problemi della loro area. Per tutelare la privacy dell'utente il sistema prevede di offuscarne la posizione inserendo un elemento casuale nelle sue coordinate.



L'immagine accanto illustra un altro tipo di utilizzo delle preferenze pubblicate dagli ascoltatori, su una mappa relativa all'area circostante il Centro Ricerche Rai.

Il sistema pubblica su una pagina web i dati sugli ultimi commenti degli utenti, dando la possibilità di filtrarli ad esempio per canale (nell'immagine solo Radio2, Radio3 e radiofd5 sono visualizzati). Anche su web sarà possibile navigare tra le scelte e i commenti delle trasmissioni radiofoniche più popolari.

6. CONDIVISIONE SUI SOCIAL NETWORK



La popolarità dei social network li rende utili anche per la radiofonia. La presenza delle reti Rai su Facebook e Twitter è già molto strutturata. D'altro canto, l'ascoltatore che voglia comunicare al suo network di amici e conoscenti un pensiero o una preferenza su un programma deve poterlo fare in modo semplice e immediato, dal dispositivo che sta utilizzando. Sulla Radio App è stato inserito un pulsante che dalla trasmissione attuale permette di accedere a Facebook e inviare un commento.

7. CONTRIBUTI DEGLI UTENTI: IL PHOTOBLOG



I contributi degli utenti sono un altro aspetto sociale dei nuovi mezzi di comunicazione di massa. Gli UGC (*User Generated Content*), come spesso vengono chiamati, mettono l'ascoltatore nella posizione di poter generare la notizia e inviarla alla redazione. L'ascoltatore è al centro della produzione della notizia e può potenzialmente contribuire in modo essenziale al programma, arrivando prima di altri alla notizia (*citizen journalism*).

La Radio App permette una semplice modalità di contribuzione. L'ascoltatore può scattare una foto dal suo smartphone e inviarla insieme ad un commento direttamente alla redazione, che deciderà se può essere interessante per tutti ed è pubblicabile, e procederà quindi con l'invio ai diversi canali abilitati (ad esempio DAB+/DMB, RadioDNS e contenuti aggiuntivi per l'Internet Streaming).

Per migliorare la percezione dell'utente, un tasto dell'App permette di scattare la foto, inserire il commento ed inviarlo direttamente alla redazione, senza interrompere l'ascolto della radio.

8. LETTURA AUTOMATICA DELLE NEWS



Nel caso l'ascoltatore non potesse guardare lo schermo del suo smartphone, le news e le informazioni sulla programmazione andrebbero perse. Si è quindi pensato ad una funzione di lettura au-

tomatica di news e informazioni sulla programmazione. La funzione di lettura automatica è attivabile e disattivabile con la pressione di un tasto. Non appena viene trasmessa un'informazione testuale, il volume della radio si abbassa e la news viene letta, dopodiché la trasmissione radio prosegue.



9. CONCLUSIONI

La Radio App è un prototipo che funziona come un servizio reale con i dati aggiornati di Radio Rai ed è stata sviluppata per essere facilmente espandibile con nuove funzionalità e utilizzabile per valutare l'impatto di queste funzionalità sulla fruizione finale del servizio. In quest'ottica, sono state inserite diverse tecnologie, come ad esempio il geo-tagging, l'accesso agli archivi o il photo-blogging. Il prototipo è in continua evoluzione, e altri moduli verranno sviluppati in futuro, in particolare funzioni di condivisione di indicazione dei programmi di interesse e raccomandazione legati alla guida ai programmi e all'archivio.

BIBLIOGRAFIA

1. "Public Radio and New Media Platforms", EBU, 2011, (Riassunto su http://www.ebu.ch/CMSimages/en/MONTAGE__WEB_Executive_summ_SIS_Radio_2011_A4_tcm6-72187.pdf ultimo accesso 13 Giugno 2012).
2. Progetto RadioDNS, <http://www.radiodns.org> ultimo accesso 13 Giugno 2012.
3. P. Casagrande: "RadioDNS: la Radio diventa Multimediale", RadioDNS Project, 2012, <http://radiodns.org/for/developers/case-studies/> ultimo accesso 13 Giugno 2012.

Glossario

Geo-tagging	è il processo di inserimento di metadati di identificazione geografica a vari media come foto, video, siti web, messaggi (Wikipedia).
RadioDNS	RadioDNS è la specifica che definisce il collegamento tra tecnologia broadcast ed Internet Protocol. A volte viene chiamato "il nucleo di specifica RadioDNS" (Core RadioDNS Specification).
RadioVIS	è una delle applicazioni definite nell'ambito del Progetto RadioDNS. Standardizza la trasmissione e ricezione di slide show di immagini e informazioni testuali.
UGC	acronimo di <i>User Generated Content</i> , i contenuti generati e inviati dagli utenti stessi.