

ISSN electrónico: 2172-9077

DOI: <https://doi.org/10.14201/fjc201613115128>

## EL UNIVERSO APP RADIOFÓNICO. ESTUDIO COMPARADO DE RADIO ESPAÑA FM Y RADIO NACIONAL DE ESPAÑA

*Universe APP radio. Study in contrast of Radio España FM and Radio Nacional de España*

Lda. Marta HERNANDO LERA

Universidad de Valladolid, España

E-Mail: [martahernandol@gmail.com](mailto:martahernandol@gmail.com)

 <http://orcid.org/0000-0001-5326-4868>

Fecha de recepción del artículo: 01/09/2016

Fecha de aceptación definitiva: 27/10/2016

### RESUMEN

Las aplicaciones móviles están protagonizando una auténtica revolución para el usuario, también para el oyente de radio. En España nos encontramos con varios ejemplos de ellas que nos permiten la escucha de diversas emisoras ya sea en directo o a través de contenidos «a la carta». El teléfono y la tableta comienzan a ser el eje de un nuevo mercado que debe adaptar sus contenidos a este tipo de dispositivos. Con el presente artículo buscamos ofrecer una visión global de las funcionalidades y contenidos que ofrecen las distintas aplicaciones móviles radiofónicas tomando como sujetos de estudio Radio España FM y Radio Nacional de España en Directo. A través de ellas describiremos sus principales ventajas y desventajas tomándolas como punto de partida y reflexión sobre los aspectos que han desarrollado o deben aportar aún al medio radiofónico en aplicaciones móviles.

**Palabras clave:** Aplicaciones; Móvil; Internet; Radio.

### ABSTRACT

Mobile applications are being an important revolution for users and also for radio listeners. In Spain we can find several examples of them which allow us to listen the radio through different radio stations or on-demand content. Smartphones and tablets are starting to be the axis of a new market which has to adapt its contents to this kind of devices. This piece wants to show the big picture regarding the features and content of different radio mobile applications, taking Radio España FM and Radio Nacional de España en Directo as object of study. Through them we will discover their main advantages and disadvantages, and use them as a starting point and to reflect on the aspects they have developed or should provide to the radio media on mobile applications.

**Key words:** Applications; Mobile; Internet; Radio.

## 1. INTRODUCCIÓN

El uso de las aplicaciones móviles aumenta cada año en España. En cinco años su uso se ha incrementado, del 22% en el año 2010, al 41,6% en la primera mitad del año 2015. Se trata de un crecimiento cercano al 50% debido a la variedad de opciones que existen en el mercado y a la utilización cada vez más intensiva del *Smartphone*, tanto por motivos laborales como para el ocio. «Del total de teléfonos móviles en 2014, un 87% son *smartphones*. Además, el 90% de los usuarios de *smartphones* se conecta diariamente a Internet todos o casi todos los días» (Fundación Telefónica, 2015, p. 42).

El 89,8% de los usuarios de aplicaciones utilizan las creadas para el envío y recepción de mensajería instantánea, pero utilizan Internet para informarse y disfrutar de series y contenidos audiovisuales *online*. Los medios quieren estar en el universo *app*, mercado en crecimiento que ofrece una alternativa para los medios tradicionales. Por este motivo, las principales cadenas cuentan con una aplicación propia y ofrecen a los usuarios tanto programación en directo como «a la carta».

En las plataformas de descargas de aplicaciones (Play Store para Android y App Store para IOS), podemos encontrar varias diseñadas para la sintonización de las diferentes emisoras. Han sido creadas para este fin y por lo tanto solo ofrecen contenido en directo. Son una forma fácil y cómoda de acceso a los programas de las distintas emisoras del país o el extranjero sin necesidad de encontrarnos en su zona geográfica. Cuentan con un interfaz intuitivo, están optimizadas para los distintos sistemas operativos y la correcta reproducción de los contenidos en dispositivos móviles.

En la actualidad la gran mayoría de los españoles ya poseen un teléfono inteligente que les permite estar conectados con el mundo que les rodea a través de las redes sociales, el acceso a Internet y la facilidad de los usuarios para poder compartir documentos e imágenes con sus contactos, familiares y amigos. Este fenómeno surge como consecuencia de la creciente importancia de Internet y la penetración de este en la sociedad actual. En España, el 69,9% de la población de entre 16 y 74 años, accede a Internet diariamente (AIMC-EGM octubre, 2015-mayo, 2016). El teléfono y las tabletas son los dispositivos preferidos para el acceso a Internet y aunque por el momento el móvil es el rey.

El acceso a Internet a través de dispositivos móviles continúa siendo el modo de acceso a la red más importante en nuestro país. Un 84,8% de los internautas ha utilizado un dispositivo móvil para conectarse a Internet en 2015 y el 83% lo ha hecho mediante un teléfono móvil. Vemos que respecto al año anterior el número de usuarios de Internet a través de un teléfono móvil ha crecido 5,9 puntos porcentuales (Fundación Telefónica, 2015, p. 37).

El teléfono tiene múltiples utilidades: con él se puede navegar, realizar fotografías y editarlas, compartirlas, pero, sobre todo, permite al usuario interactuar con otros usuarios de forma global. Se crean todo tipo de herramientas o aplicaciones para llevar a cabo las funciones demandadas por los consumidores. Algunas de ellas, como es el caso de las calculadoras o los sintonizadores de radio en dispositivos móviles, ya estaban presentes en los teléfonos de finales de los noventa y primera década de 2000. Las herramientas móviles anteriores a la llegada de los *Smartphone* permitían la escucha de emisoras a través de la tecnología FM y AM. Para poder disfrutar de ellas era necesaria la utilización de los auriculares del teléfono que funcionaban como antena receptora. En la mayoría de los casos, no eran compatibles con los auriculares universales y solo podían utilizarse con los propios del dispositivo. Este método de escucha era el mismo que el de cualquier radio portátil en la que el usuario disfruta

de una programación en directo sujeta a una parrilla radiofónica y con dependencia geográfica para la escucha de emisoras.

Con la llegada de los teléfonos inteligentes el mercado y la forma de entender la telefonía se transforma. En la actualidad el móvil se ha convertido en una pantalla más y su aparición ha provocado que la manera de escuchar la radio también se haya modificado. Según la investigación Audiencias en revolución, usos y consumos de las aplicaciones de los medios de comunicación en tabletas y teléfonos inteligentes:

El 98% de los encuestados utiliza como primera opción para acceder a internet el teléfono inteligente, seguido del ordenador personal-Pc y la tableta. El 10% de los encuestados no disponían de teléfono inteligente, y su motivación principal se asociaba a no querer tenerlo, no necesitarlo (Ortega, González Ispuerto y Pérez Peláez, 2015, p. 627).

La mayoría de los teléfonos móviles actuales incorporan, como lo habían hecho hasta ahora, su propia herramienta nativa para la escucha de emisoras de radio a través de FM y AM, pero presentan la incomodidad del uso de auriculares para poder disfrutar de ella. En cuanto a su diseño y funcionalidad no ha cambiado demasiado con respecto a sus predecesoras. Las emisoras de radio se han subido al tren de las nuevas tecnologías y han sacado al mercado sus propias aplicaciones para la escucha de sus emisoras.

A pesar de la existencia de aplicaciones en las que se pueden escuchar todas las emisoras de radio existentes, a través de los datos móviles o las redes *Wifi*, las emisoras españolas apuestan por el desarrollo de sus propias aplicaciones en exclusiva. Estamos, por tanto, ante una radio cada vez más atomizada, aspecto más acusado en el uso del teléfono móvil, en el que cada emisora se escucha con su propia *app*.

A través de la presente aportación, queremos señalar las principales diferencias entre dos ejemplos de escucha de radio en las que analizaremos las aplicaciones: Radio España FM y la aplicación de Radio Nacional de España, con el objetivo de obtener una visión general de las aplicaciones radiofónicas para móvil, los contenidos que nos encontramos en ella y las funcionalidades que comparten y en las que se diferencian. De esta manera buscamos realizar una prospección de futuro sobre el uso de aplicaciones móviles de naturaleza radiofónica si estas siguen con la tendencia actual.

## 2. METODOLOGÍA

La investigación parte de la hipótesis de que los medios de comunicación radiofónicos españoles quieren estar en el universo *app* y competir en el mercado por el liderazgo también en este ámbito, a pesar de no tener contenidos exclusivos para los dispositivos móviles. Queremos analizar, por tanto, ¿qué ofrecen al oyente? Y ¿qué les hace distintas de la radio analógica tradicional o de las páginas web de las emisoras?

Para el presente artículo nos basaremos en el análisis de las dos aplicaciones radiofónicas: Radio España FM y la aplicación de Radio Nacional de España. Estos objetos de estudio son el fruto de un criterio comparativo centrado en la valoración de ambas por parte de los usuarios en Play Store y en las funciones que cada una de ellas desarrolla. En estas valoraciones los usuarios de dispositivos Android (el sistema operativo más utilizado en España) son los encargados de generar un *feedback* entre la empresa desarrolladora y la experiencia del consumidor a través de comentarios y puntuaciones. Nos

hemos centrado en Radio España FM como sintonizador de radio sin restricciones geográficas y Radio Nacional de España como ejemplo de aplicación propia de una emisora.

Realizaremos un análisis cuantitativo y cualitativo de las características de ambas aplicaciones y los beneficios que obtiene el usuario de cada una de ellas. Para ello nos vamos a basar en el análisis objetivo de sus peculiaridades y sus funcionalidades para el usuario. Como herramienta metodológica hemos creado una tabla en la que se contemplan las siguientes variables:

Funcionalidades de las aplicaciones y particularidades de cada una de ellas. Para ello analizaremos su interfaz y menú, en el que podremos señalar las opciones que el oyente puede encontrar y utilizar: método de reproducción, acceso a los contenidos y emisoras que ofertan. Estas variables nos vendrán ofrecidas por el propio menú de las aplicaciones.

Por otra parte, queremos centrarnos en sus contenidos, remarcando si se trata de contenidos de elaboración propia para su escucha en dispositivos móviles, si el oyente se encuentra con un volcado de los ya disponibles en otras plataformas de las emisoras o si se halla ante un reproductor de programas en *streaming*.

Además de comprobar si estos son innovadores y creados en exclusiva para su escucha en dispositivos móviles o si por el contrario se considera al teléfono móvil como un dispositivo más de escucha añadido a los ya existentes.

Por último, comprobar si son sencillas e intuitivas para el usuario, si son puramente reproductoras de contenidos en *streaming*, o si por el contrario el oyente puede realizar una escucha selectiva y ubicua sin ceñirse a la parrilla radiofónica tradicional.

La consecución de estos objetivos y el análisis de los datos obtenidos en el estudio comparativo de campo nos llevarán a una serie de conclusiones, entre las que podremos apreciar qué ofrecen las distintas aplicaciones que existen actualmente y la línea que podrían seguir a partir de la actualidad las emisoras de radio y sus *apps*.

### 3. EL INCREMENTO DEL USO DE LAS APLICACIONES EN ESPAÑA

Las aplicaciones para móviles consisten en un software gratuito o freemium que se ejecuta desde el dispositivo móvil y permite al usuario del teléfono determinadas tareas. La extensión en su uso se debe a las múltiples funciones que pueden desarrollar. Incluyen distintas interfaces para el uso de servicios básicos de telefonía o mensajería, y servicios más avanzados de imagen, vídeo, juegos o herramientas para descarga y lectura de blogs, etc. (Peinado y Mateos, 2016, p. 332).

En el mercado existen aplicaciones dedicadas a la salud y al bienestar u otras dedicadas a la astronomía o la música. En el año 2014 se realizaban una media de 4 millones de descargas de estas aplicaciones para dispositivos móviles al día (Europa Press, 2014). En el año 2015 el dato es de 3,8 millones de descargas diarias. (The app date, 2015). Ante esta situación, muchos son los que se suman al negocio de las aplicaciones móviles y deciden poner a disposición del usuario sus contenidos y servicios. Los medios de comunicación cuentan con una amplia oferta de aplicaciones en las principales plataformas de descarga. Por lo general son gratuitas y permiten la escucha de sus propios contenidos.

La estrategia de las empresas para estar presente en los móviles de los usuarios debe tener en cuenta que los usuarios de *smartphones* prefieren

usar aplicaciones en lugar de navegar sitios web. Los datos muestran que casi el 90% del tiempo los usuarios están conectados en sus móviles a partir de aplicaciones (Ditrendia, 2015, p. 33).

Al igual que pasó con la aparición de webs en el panorama mediático de todo el mundo, las aplicaciones móviles han revolucionado la comunicación y la interacción de los usuarios con el mundo que les rodea. Las aplicaciones permiten optimizar los contenidos, informaciones y formatos que el usuario busca en un dispositivo portátil y que ya forma parte de su vida cotidiana. Las aplicaciones móviles se presentan como una herramienta para sacar el máximo partido a los teléfonos inteligentes.

Ante la gran oferta de aplicaciones disponibles en los dos principales lugares de descargas, los más descargados son los juegos y las aplicaciones de mensajería. A pesar de ello, los medios de comunicación cuentan con una importancia relevante en este sentido. En España se estimaban 27,7 millones de usuarios activos en aplicaciones en el año 2015. A este respecto, la media de aplicaciones que un individuo puede tener instaladas en su teléfono móvil es de 30, de las que solo utiliza de una manera activa 14. Estas aplicaciones hacen que el usuario reserve un 89% del tiempo dedicado al teléfono a ellas (The App Date, 2015). Por tanto, a pesar de que el usuario realiza una descarga intensiva de aplicaciones, solo utiliza alguna de ellas de manera regular, por lo que el índice de descargas puede dar una aproximación de las aplicaciones más populares, pero no así de las más utilizadas o a las que el usuario aporta más valor.

En el *ranking* ofrecido por *App Date* no encontramos entre las 10 primeras aplicaciones líderes en descargas ninguna perteneciente a medios de comunicación, algo contradictorio, ya que los usuarios utilizan principalmente Internet para informarse. A pesar de ello, no es de extrañar que, ante el éxito de estas aplicaciones, los medios de comunicación hayan decidido sumarse a la moda. El usuario puede encontrar aplicaciones de la mayoría de los medios de comunicación existentes en nuestro país y que abarcan tanto a los medios audiovisuales como a los escritos. En el caso que nos ocupa, las principales cadenas de radio de nuestro país también disponen de su propia aplicación móvil que muestra de manera adaptada a las particularidades del dispositivo los contenidos en emisión.

La característica más importante de estos dispositivos no es su potencial casi infinito de interacción, sino que por primera vez en la historia de la comunicación los grupos mediáticos pueden tener acceso en tiempo real al *real data* sobre su audiencia, sobre sus usos y consumos, y no a estimaciones estadísticas *i-reales*. El potencial que esta ingente información, que su análisis y puesta en valor puede tener para los grupos de comunicación únicamente empieza a vislumbrarse en nuestros tiempos. El análisis e interpretación de paquetes de información sobre la audiencia, del *Big Data* permitirá reescribir cómo estos grupos de comunicación satisfacen la experiencia de consumo de sus usuarios conectados e identificados a través de aplicaciones u otros dispositivos de software de seguimiento e interacción con los consumidores (Ortega, González Ispuerto y Pérez Pe-láez, 2015, p. 267).

Las aplicaciones de los medios de comunicación en dispositivos móviles ya se encuentran presentes en el panorama de los teléfonos inteligentes, pero aún se encuentran en una primera fase en la que se busca visibilidad, pero cuyo potencial todavía no se ha desarrollado por completo.

El nacimiento de las aplicaciones desarrolladas para cadenas de radio es muy reciente. La primera en irrumpir en España ha sido la Corporación Radio Televisión Española, que cuenta con diferentes

aplicaciones para sus emisoras y canales de televisión haciendo gala de la innovación tecnológica que ha venido desarrollando en los últimos años. El ente público presenta en noviembre de 2011 la aplicación de RTVE que permite el acceso desde un dispositivo móvil tanto a los contenidos radiofónicos como televisivos de los distintos canales y emisoras de la Corporación.

El porcentaje de usuarios que deciden utilizar aplicaciones en nuestro país es del 41,6%, que presenta un aumento constante desde el año 2010, cuando hacen su irrupción las primeras aplicaciones. En este periodo el uso de aplicaciones móviles era de un 22%, por tanto, este se plantea como un escenario ideal para la búsqueda de nuevos medios de distribución de contenidos, ya que las aplicaciones más utilizadas siguen siendo aquellas relacionadas con la comunicación, si exceptuamos las aplicaciones de mensajería instantánea que utilizan el 89,9% de los encuestados.

Si analizamos los resultados recogidos por la Asociación para la investigación de los medios de comunicación AIMC, los usuarios de Internet utilizan la red principalmente para la lectura de información (52,4%), escucha de música (29,2%) y visionado de series (21,6%), esto, unido al uso del teléfono móvil como dispositivo más popular entre la población española, hace que sea imprescindible el desarrollo de contenidos y formatos para este tipo de aparatos, por lo que la proliferación de aplicaciones continúa con una tendencia ascendente (AIMC. Oleada Abril-Mayo, 2015).

#### 4. LAS APLICACIONES RADIOFÓNICAS

La búsqueda de información es una tónica en la sociedad actual, por lo que la mayoría de los medios de comunicación, ya sean escritos o audiovisuales, poseen su propia aplicación móvil al igual que disponen una página web en Internet. Si realizamos una sencilla búsqueda en Play Store para Android podemos comprobar que las principales cadenas de radio tienen su aplicación: Cadena Ser, Cadena COPE, Europa FM, Los 40 Principales, Ondacero, etc. En cuanto a los sintonizadores de radio podemos encontrarnos distintas aplicaciones para tal fin.

En un campo y en otro, aparecen puntos comunes y divergentes, principalmente relacionados con las funcionalidades de cada una de ellas. Pero por lo general y en el caso de las aplicaciones pertenecientes a grupos de comunicación, mantienen una misma línea en cuanto a funciones y contenidos para el usuario; es decir, ofrecen solo sus contenidos, tanto en directo como «a la carta» e incluyen información adicional sobre las emisiones (algo que no aparece en todas). Sin embargo, no ofertan contenidos propios diseñados exclusivamente para su audición en teléfonos móviles.

##### 4.1. RADIO ESPAÑA FM

Radio España FM es una aplicación móvil gratuita que permite tras su descarga acceder a la escucha de diferentes emisoras españolas de forma sencilla y sin necesidad de ningún instrumento especial para su audición. La aplicación necesita estar conectada a Internet para que el usuario pueda acceder a los contenidos a diferencia de los sintonizadores nativos de los dispositivos móviles.

La aplicación cuenta con 5000 descargas desde Play Store. En la misma lista de búsqueda nos encontramos con algunas más de carácter similar, pero nos hemos decidido por Radio España FM, ya que es la que cuenta con la mayor puntuación por parte de los usuarios: un 4,7 sobre 5. Además, ocupa poco espacio en la memoria del teléfono, su tamaño es de 3,28 Mb. Como la propia desarrolladora Pegi 3 describe en los detalles de descargas: «Con esta aplicación podrás escuchar de forma fácil, rápida y sencilla tus emisoras favoritas de radio española en Android ¡Y es gratis! ¡Disfrútala!».

La aplicación se presenta como una forma sencilla de acceder a todas las emisoras españolas de manera gratuita. Por otra parte, en la misma descripción se nos muestran sus principales funcionalidades:

Tabla 1. Funcionalidades

Función <i>Sleep</i> . Apagado automático.
Guarda emisoras en favoritos.
Conoce las 20 emisoras más utilizadas.
Busca tu emisora de forma rápida y sencilla.
Comparte la <i>app</i> . con tus amigos.
Emisoras actualizadas constantemente.

Fuente: elaboración propia.

También se nos muestra una lista de las emisoras que podemos escuchar con la aplicación.

Tabla 2. Emisoras disponibles

Radio Marca
Cadena SER
Radio Nacional de España
Radio 3
Radio 4
Radio Clásica
Radio 5
Radio Exterior
Cadena COPE
Kiss FM
Onda Cero
Europa FM
Melodía FM
Los 40 Principales
Cadena Dial
M 80 Radio
Máxima FM
Mega Star FM
Radiolé
Rock FM
Cadena 100
Loca FM

Fuente: Elaboración propia.

Además de una gran variedad de emisoras de carácter autonómico como pueden ser:

Tabla 3. Emisoras de ámbito autonómico

Radio Galega
RAC
Radio Euskadi

Fuente: Elaboración propia.

Al abrir la aplicación el usuario se ve abordado por publicidad en formato *push* que ocupa toda la pantalla del teléfono y que el oyente debe cerrar si quiere acceder al contenido. Una vez omitida la publicidad aparecen también anuncios en la parte inferior de la pantalla que se mantienen durante todo el tiempo en que el usuario tiene abierta la aplicación (Figura 1).

Como podemos ver en la imagen, en la parte superior izquierda de la pantalla nos encontramos con un menú que nos permite acceder a las principales funcionalidades de la aplicación.

En él (Figura 2) se nos ofrecen varias opciones: escuchar las emisoras favoritas previamente guardadas o una lista de las 20 emisoras más escuchadas por los usuarios de la aplicación. A continuación, incorpora una parte social con un apartado para valorar la aplicación y la experiencia de oyentes, además de incluir la opción de compartir la emisora con cualquiera de los contactos de la persona que la está utilizando. Por último, se nos ofrece la opción *Sleep* en la que permite programar el tiempo de uso de la aplicación y su posterior apagado automático.

Volviendo al menú principal, nos encontramos con una lista en orden alfabético en la que se incluyen todas las emisoras a las que tenemos acceso. Su selección es sencilla, ya que puede encontrarse la emisora deseada desplazándose hacia abajo por la pantalla o realizando una búsqueda con el buscador integrado en la aplicación. Nos encontramos con 76 emisoras que tienen una cobertura tanto nacional como autonómica. Para su escucha solo debemos pulsar sobre la deseada y comenzar la reproducción.

Una vez seleccionada la emisora aparecerá su logotipo en la parte superior y el icono de pausa a su lado para poder detener la reproducción. El resto de controles, bloqueo o subir y bajar volumen, se realizan con los botones del teléfono. Se realiza una emisión en *streaming* de los mismos contenidos a los que el oyente tiene acceso desde la emisora analógica, pero con la comodidad de llevarlos en su dispositivo móvil junto a otras aplicaciones.

Una de las herramientas que incluye y que nos parece muy útil, es la selección de las emisoras más escuchadas entre los oyentes (Figura 3). Incluye tanto emisoras de información como musicales. Cuando abrimos este menú, localizamos el logotipo y nombre de la emisora y a su derecha el número de personas que las han elegido como sus favoritas.

Las emisoras más escuchadas son las mismas que en la radio convencional, no apreciando grandes diferencias, en esta lista de las 20 más escuchadas encontramos:

- Cadena SER
- Cadena COPE
- Onda Cero
- Los 40 Principales
- Europa FM
- Cadena 100
- Kiss FM

- Cadena Dial
- Radio Marca
- M80 Radio
- Radio Nacional de España
- Rock FM
- Máxima FM
- esRadio
- Melodía FM
- Radio 5
- Hit FM
- Radio 3
- Radiolé
- Canal Sur Radio

Tras la exposición de las principales características de la aplicación pasamos a enumerar sus principales ventajas:

Se trata de una aplicación gratuita. Esto funciona de manera positiva en la descarga de la misma; en la actualidad las aplicaciones más populares tienen este carácter y permiten al usuario probarla y descartarla fácilmente si no le gusta.

Otra de las características que el usuario puede valorar es el espacio que ocupa cada una de las aplicaciones en la memoria de su teléfono inteligente. Que la ejecución de la aplicación y el uso de memoria sea menor permite que el usuario pueda tener más libertad a la hora de descargar aplicaciones y poder utilizar distintas de ellas sin necesidad de tener que renunciar a guardar otros archivos importantes en la memoria de su dispositivo.

La usabilidad y el desarrollo de manera intuitiva de la aplicación Radio España FM permite que el usuario pueda interactuar de manera sencilla con ella y pueda sacar el máximo partido de sus funcionalidades. De esta ventaja se deriva que se hace innecesario el uso de accesorios para su escucha como los auriculares. Con ello se elimina una de las barreras de audición de la radio que tienen las aplicaciones nativas de los teléfonos móviles en las que estos funcionan como antena receptora.

La aplicación que estamos analizando proporciona acceso a 76 emisoras distintas, tanto de carácter nacional como de carácter autonómico, lo que permite un rápido acceso a distintos contenidos de una manera sencilla y en *streaming*. Dentro de estas emisoras la aplicación permite al oyente guardar sus emisoras favoritas para poder localizarlas fácilmente entre el resto. Dentro de las opciones que tiene el usuario para elegir sus propias emisoras está la opción de compartirlas con sus contactos y amigos, de esta forma se fomenta el uso de la aplicación entre conocidos y ayudan a la difusión de las distintas emisoras.

Como punto fuerte a su favor Radio España FM ofrece un *ranking* de las emisoras más escuchadas entre los usuarios de la aplicación.

Su principal desventaja es la aparición de publicidad de manera intrusiva dentro de la aplicación, lo que hace incómodo el acceso para el oyente. La publicidad aparece de manera permanente cuando la aplicación se encuentra abierta. Cabe señalar que esta es visual, por lo que el usuario puede ignorarla con facilidad.

La reproducción en *streaming* tan solo permite la escucha de programas en directo ligados a la parrilla radiofónica de la radio analógica de la emisora en cuestión. Esto implica que la aplicación no permite al usuario acceder a contenidos adicionales sobre los programas que está escuchando, tales

como títulos de canciones, fichas técnicas o contextualización de hechos. Por último, se trata de un reproductor de radio, por lo que no cuenta con programación propia, sino que se presenta ante el oyente como un difusor de los contenidos ofrecidos por las emisoras convencionales.

Por tanto, Radio España FM es un reproductor de radio en directo que no ofrece contenidos adicionales a los ofertados en la radio analógica. Cuenta con la comodidad de su escucha en cualquier lugar con conexión a Internet de una manera sencilla, rápida y con buena calidad de sonido. Como hemos señalado, no presenta demasiadas diferencias con las herramientas de escucha de radio integrada en los teléfonos de manera nativa.

## 4.2. RADIO NACIONAL EN DIRECTO

La aplicación de Radio Nacional en Directo ha sido elegida para la realización de este artículo como ejemplo de herramienta propia desarrollada para la emisora. Está diseñada para que los oyentes puedan acceder de una forma más sencilla a los contenidos de Radio Nacional de España de manera más cómoda, desde el teléfono y desde cualquier lugar con conexión a Internet. Hemos elegido esta aplicación ya que fue la primera relacionada con un medio de comunicación que aparece en España. Nos hemos decantado por una emisora generalista y no musical, ya que la variedad programática y la elaboración de contenidos propios es más amplia que en las musicales. Se trata de una aplicación que cuenta con cien mil descargas y que está calificada por los usuarios con un 3,8 sobre 5. En cuanto al espacio utilizado en el teléfono móvil es de 17,98 Mb. La aplicación ha sido desarrollada por Pegi 3 y se define a sí misma como:

Todas las emisoras de Radio Nacional de España (RNE) en directo y «a la carta» en tu Android. Conecta con los programas en directo y escucha los *podcast* cuando quieras.

Disponible para su descarga en todo el mundo. Incluye la opción de despertador para programar el encendido de la aplicación con la emisora RNE que elija y la funcionalidad de auto-apagado.

- Radio Nacional: Escucha toda la programación de Radio Nacional de España en directo.
- Radio Exterior de España: Programas para los hispanoparlantes de todo el mundo. Idioma, turismo, música, deporte, etc. Emisión en varios idiomas.
- Radio Clásica: Música clásica, jazz, flamenco, zarzuela, ópera.
- Radio 3: Música y actualidad de los géneros de pop y rock.
- Radio 4: La emisora de Radio Nacional en catalán. Programas informativos, educativos, divulgación y música.
- Radio 5: Boletines de noticias cada quince minutos. El tiempo, el tráfico, arte, sociedad, ciencia, tecnología, etc. Todas las noticias de alcance se dan en directo en RNE (Pegi 3, 2015).

La aplicación conserva los colores corporativos de RTVE manteniendo la imagen de marca del ente público. En la pantalla principal nos encontramos con el logo de RNE en la parte superior izquierda y con el de la página web de la corporación, [rtve.es](http://rtve.es). La vista es sencilla, sobre un fondo rojo el nombre de las emisoras a las que podemos acceder desde la *app*: Radio Nacional, Radio Clásica, Radio 3, Radio 4 y Radio Exterior (Figura 4).

Podemos acceder a todas las opciones desde la pantalla principal:

- Directos: Mediante esta opción y pulsando sobre cada una de las emisoras podremos escuchar en *streaming* el contenido de cada una de ellas de una manera sencilla. Mediante el menú desplegable que aparece en la parte inferior de la pantalla, y una vez que comienza la reproducción, el usuario podrá pausarla y controlar el volumen de recepción.
- A la Carta: Al pulsar el botón se nos conduce a una nueva pantalla en la que nos aparecen las distintas emisoras de nuevo, en este caso su aspecto es distinto, ya que cada uno de ellos se presenta con su logo. En la parte derecha podemos encontrar la opción de acceder a cada uno de sus contenidos (Figura 5). Las pantallas que nos encontraremos siguen un mismo esquema: en la parte superior se sitúan los programas más recientes y a continuación se ofrece una relación de programas en emisión por orden alfabético. Además de ofrecer acceso a los contenidos realizando una búsqueda por categorías: viajes, informativos, deportes, cine, etc. Cada programa incluye información sobre sí mismo y una barra en la que reproducir los contenidos. Estos pueden escucharse y pausarse tantas veces como se quiera, reanudando la escucha en el mismo punto en el que se ha dejado, algo que no ocurre con la emisión en *streaming*. Mediante esta herramienta se permite el acceso a programas ya emitidos por la emisora cuando y donde el usuario quiera (Figura 6).
- Alarmas: Funcionan como un despertador para el usuario y le permiten programar los contenidos que quiere escuchar cuando suene la alarma. Es decir, puede elegir la emisora que sonará de manera automática a la hora elegida.
- Información: En este apartado podemos encontrar más información sobre la aplicación, un enlace directo con la web de Radio Nacional de España y un correo con el que ponernos en contacto para notificar fallos y preguntas al servicio técnico sobre el funcionamiento de la misma (Figura 7).
- 

Una de sus principales ventajas es que al igual que Radio España FM es una aplicación gratuita y que requiere de poco espacio en la memoria interna del dispositivo para su uso y almacenamiento. Se trata de una aplicación muy sencilla y de fácil manejo con opciones y funcionalidades claras que permiten el acceso a todos los contenidos ofrecidos por Radio Nacional de España en todas sus emisoras. Funciona a través de internet obtenido la señal para su reproducción de la red móvil de datos o *Wifi* por lo que no requiere de auriculares para poner establecer conexión con la emisora. Por otra parte, la conexión a Internet puede representar una desventaja para ella y para la aplicación anteriormente analizada, ya que sin acceso a la red no es posible la escucha de los contenidos radiofónicos.

Radio Nacional de España en directo pone a disposición de sus oyentes en la aplicación la escucha de contenidos en *streaming* y «a la carta» de las emisoras que forman parte de la cadena pública. Como valor adicional ofrece a sus usuarios todos sus contenidos en formato *podcast* que pueden descargarse para su posterior audición sin conexión.

Las distintas emisoras se presentan de manera individual para facilitar al oyente la localización y escucha de los programas de cada una de ellas, además los programas ofrecen información adicional a la reproducción, fichas técnicas y clasificación de los programas en categorías, lo que facilita su búsqueda en los motores desarrollados a tal fin en cada una de ellas. Todo ello al servicio de una escucha más cómoda y sencilla.

Si nos fijamos en las principales desventajas de la aplicación de Radio Nacional de España podemos destacar tres. Solo permite la escucha de las cadenas de la Corporación RNE, tal y como hemos indicado anteriormente esta escucha se realiza a través de la red de datos, por lo que el usuario deberá

tener un teléfono inteligente con conexión a Internet y una tarifa asociada a su línea de teléfono o conexión ADSL a través de la tecnología *Wifi*.

Uno de sus puntos más débiles es que a pesar del desarrollo a nivel tecnológico y de accesibilidad para el usuario, no cuenta con programación propia para la aplicación. Los contenidos son los mismos que podemos encontrar en la página web, que a su vez son fruto del volcado de los programas ya emitidos de manera analógica.

Como conclusión, podemos señalar que la aplicación para móvil de Radio Nacional permite al usuario la escucha de todos los contenidos de las 5 emisoras que componen la cadena pública. Podemos acceder a sus programas de manera individual, tanto en *streaming* como bajo demanda. La aplicación nos ofrece información sobre cada uno de los programas en emisión, su contenido, el tipo de programa y los profesionales a cargo de su puesta en marcha. Mediante una lista en orden alfabético se permite la reproducción de los distintos programas tan solo con pulsar sobre ellos. La opción de escucha en directo solo permite acceder los programas en emisión en ese momento y no nos ofrece información adicional sobre ellos. En cuanto a los contenidos que podemos encontrarnos son los mismos que aparecen en la página web, por tanto, no se ofrecen programas propios para el formato móvil. El cambio viene dado por la optimización de los contenidos para la escucha en dispositivos móviles.

## 5. IDEAS PARA LA REFLEXIÓN

En los puntos anteriores del presente artículo hemos realizado una descripción de las aplicaciones seleccionadas como muestra de las existentes en la actualidad en el panorama radiofónico y el desarrollo de herramientas específicas para su uso en teléfonos inteligentes.

Llegados a este punto, observamos que cada una de las aplicaciones con las que podemos escuchar la radio desde un dispositivo móvil tiene distintas características dependiendo del fin para el que fue creada. La primera de ellas es un sintonizador de radio en directo, es decir, nos permite el acceso a las principales emisoras españolas desde cualquier parte. Con ella se rompe la barrera del espacio, ya que nos permite la escucha de emisoras alejadas del ámbito territorial del oyente, no así la barrera temporal, debido a que los contenidos son siempre en directo y no permiten la audición de programas fuera de su horario de emisión en el medio analógico.

Partiendo de esta base, la programación en esta aplicación será la misma que la de la emisora en su emisión tradicional. Como hemos señalado al principio de esta aportación, la elección de estas dos aplicaciones viene motivada por la creencia de que ambas reflejan muy bien el panorama radiofónico para dispositivos móviles en España. Una de ellas funciona como un sintonizador a través de Internet y la otra muestra contenido adicional para el oyente que no puede obtenerse con la escucha a través del aparato de radio: información sobre los programas en formato texto y *podcast* de contenido «a la carta». En este caso, se eliminan tanto la barrera del tiempo como la del espacio, ya que el oyente no está sujeto a la parrilla radiofónica y puede acceder a sus contenidos favoritos en el momento que quiera a través de su dispositivo móvil.

Al igual que ocurre con Radio España FM, la aplicación de Radio Nacional de España no ofrece contenidos propios o creados en exclusiva para su escucha en el teléfono móvil. Debemos recordar que el uso de *smartphones* es cada vez más frecuente en España y que los cambios en las costumbres y modo de vida de los españoles se ha modificado con la llegada de Internet. Se buscan contenidos breves en los que la información aparece condensada en poco tiempo, esta por ejemplo, es la clave del éxito de *Twitter*, en el que se expresan mensajes, noticias e informaciones en 140 caracteres. Aún no existen este tipo de contenidos radiofónicos para el oyente a través del móvil, lo que más se le asemeja sería la escucha de los boletines informativos de algunas emisoras.

Por tanto, ambas aplicaciones están relacionadas con el medio radiofónico, pero han sido creadas para satisfacer necesidades de distinta naturaleza: la de la escucha en directo a través de un nuevo dispositivo portátil e indispensable en la actualidad para el grueso de la sociedad y la escucha de los contenidos de una determinada emisora, ya sean en directo o «a la carta».

Ninguna de las aplicaciones analizadas ofrece contenidos propios diseñados única y exclusivamente para la escucha móvil. La primera de ellas debido a la propia naturaleza y desarrollo de la aplicación y la segunda quizá por una falta de desarrollo que en la actualidad solo ofrece los contenidos disponibles en su web, ya sean en directo o «a la carta».

El móvil, por el momento, y a pesar de su potencial y crecimiento exponencial cada año, no ha alcanzado aún una identidad propia como medio de comunicación, se trata de un soporte más para la lectura, el visionado o la escucha de programas. En lo que a la radio se refiere creemos que al igual que en la actualidad las emisoras españolas comienzan a elaborar contenidos propios para web, pronto comenzarán a ofrecer programas para dispositivos móviles adaptados a las preferencias de los usuarios, su edad y la utilización por parte de cada uno de ellos de su terminal.

[...] La irrupción en el panorama audiovisual de nuevos soportes sonoros, móviles y portables, ha provocado un descenso entre la audiencia juvenil de la radio convencional. Según datos de la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación, los jóvenes con edades comprendidas entre los 14 y los 24 años supusieron el 12,9% de la audiencia registrada por este medio de febrero a noviembre de 2013, una cifra que contrasta con el 20,1% registrado en 2000, año a partir del que este colectivo comienza a perder peso entre la audiencia registrada por la radio tradicional (López Vidales y Gómez Rubio, 2014, p. 20).

Creemos, por tanto, que a través de las aplicaciones los contenidos radiofónicos podrían llegar a un público más extenso y sobre todo atraer a públicos jóvenes que en la actualidad buscan otro tipo de contenidos que la radio generalista no es capaz de satisfacer. Las aplicaciones son la herramienta para llegar a estos públicos, pero están carentes de contenidos adaptados a las características del soporte y a los gustos del usuario. La tendencia habitual de la inmediatez y de la búsqueda de información rápida y condensada en pequeñas píldoras de contenido nos lleva a pensar que la vía de desarrollo para estas aplicaciones sea la originalidad, la exclusividad y la brevedad. La primera de ellas referida a la creación de programas y espacios distintos a los que ofrece la radio analógica, más arriesgados, ya que el oyente será el que decida lo que quiere escuchar. Con la exclusividad nos referimos a que la aplicación puede ofrecer contenidos adicionales e información directa sobre los programas o los temas tratados en ellos adaptados a los dispositivos móviles. Los oyentes escucharían en su aplicación aquello que la radio analógica no les ofrece y la tendrían siempre consigo. La brevedad, por su parte, se refleja en el consumo actual de otras aplicaciones como Instagram, Snapchat o Twitter, en las que los contenidos breves son el principal aliciente de los jóvenes. Por su parte, creemos que la unión de estas características supondría para el oyente sentirse parte implicada de la emisora que está escuchando y podría ser capaz de crear mediante listas de reproducción y herramientas propias de las aplicaciones móviles su propia programación radiofónica.

Para alcanzar este punto aún queda camino que recorrer en cuanto a la adaptación y creación de contenidos para teléfonos inteligentes que doten de un papel más participativo al oyente.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ¿Apps o Web móvil? El eterno debate también un dilema para los medios de comunicación online. (2015). Puro Marketing. Recuperado de <http://www.puromarketing.com/96/24124/apps-web-movil-eterno-debate-tambien-dilema-para-medios-comunicacion-online.html>
- AIMC. (2014, 27 de febrero) Los internautas usan cada vez más el móvil y la tablet para acceder a la red e incrementan su uso en movilidad. Recuperado de: <http://www.aimc.es/Los-internautas-usan-cada-vez-mas.html>
- AIMC. (2015, febrero-noviembre). Resumen general de resultados EGM. Disponible en: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- Cebrián Herreros, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Ditrendia (2015). Informe Mobile en España y en el Mundo 2015. Recuperado de: <http://www.ditrendia.es/wp-content/uploads/2015/07/Ditrendia-Informe-Mobile-enEspan%C3%B1a-y-en-el-Mundo-2015.pdf>
- El uso de aplicaciones creció un 76% 2014 con las app de mensajería como líderes (2015, 7 de enero). Marketing Directo. Recuperado de <http://www.marketingdirecto.com/especiales/mobile-marketing-blog/el-uso-de-aplicaciones-crecio-un-76-en-2014-con-las-apps-de-mensajeria-como-lideres/>
- El uso de aplicaciones móviles sube un 58% en 2015 (2016, 5 de enero). El Economista. Recuperado de: <http://www.eleconomista.es/apps/noticias/7260042/01/16/El-uso-de-aplicaciones-moviles-sube-un-58-en-2015-segun-Flurry-Yahoo.html>
- López Vidales, N. y Gómez Rubio, L. (2014). *Radio informativa. Guía didáctica de iniciación al medio*. Valladolid, España: Servicio de publicaciones de la Universidad de Valladolid (UVA).
- Marquina, J. (2014, 17 de septiembre). En España hay 23 millones de usuarios activos de aplicaciones móviles. JuliánMarquina... Recuperado de: <http://www.julianmarquina.es/en-espana-hay-23-millones-de-usuarios-activos-de-aplicaciones-moviles/>
- Martín, J. (2012, 30 de abril). El móvil acarreará en 10 años más cambios que en un siglo: El País. Recuperado de: [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/04/30/actualidad/1335790843\\_403953.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/04/30/actualidad/1335790843_403953.html)
- Ortega, F., González Ispuerto, B., Pérez Peláez, M. E. (2015). Audiencias en revolución, usos y consumos de las aplicaciones de los medios de comunicación en tabletas y teléfonos inteligentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 627-651. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1063/33es.html>
- Peinado Miguel, F. y Mateos Abarca, J. P. (2016). Promoción y monetización de las aplicaciones móviles editoriales. *Icono 14*, 14(2), 329-352.
- The app Date. (2015). Sexto informe sobre el estado de las apps en España. Recuperado de: <http://www.theappdate.es/6o-informe-sobre-el-estado-de-las-apps-en-espana-2015/>