



REPOSITORIOS SONOROS Y RECOMENDACIÓN DE CONTENIDOS. EL CASO *IVOOX*



Toni Sellas



Toni Sellas Güell es profesor del *Departament de Ciències de la Comunicació* de la *Universitat Internacional de Catalunya (UIC)*. Licenciado en ciencias de la información por la *Universidad de Navarra* y doctor en ciencias de la comunicación por la *UIC*. Tras una larga experiencia profesional en el periodismo radiofónico, actualmente se dedica a la investigación y la docencia. Sus líneas de investigación se centran en la industria radiofónica y su evolución en internet, en especial en relación al podcasting y la web social.

Universitat Internacional de Catalunya
Facultat de Ciències de la Comunicació
Departament de Ciències de la Comunicació
Inmaculada, 22. 08017 Barcelona
tsellas@cir.uic.es

Resumen

Se describe y analiza el proyecto *iVoox*, un servicio para la publicación, escucha y recomendación de audio digital. Bajo la premisa de la sencillez, *iVoox* tiene como objetivo facilitar la difusión y localización de contenidos sonoros de calidad. La gestión de la información y la función de prescripción ejercida por la comunidad de usuarios son factores clave para que se convierta en espacio de referencia del audio digital y en repositorio sonoro de la memoria cultural común.

Palabras clave

Digitalización, *iVoox*, Audio digital, Prescripción, Recomendación, Repositorios, Radio, *Podcasting*, Gestión de contenidos, Etiquetado.

Title: Sound repositories and content recommendation. The case of *iVoox*

Abstract

iVoox, a service that supports publishing, listening to and recommending digital audio content, is described. By the premise of simplicity, *iVoox* aims to facilitate the diffusion and localization of audio content. The management of audio archives and the curator role exerted by the user community are the key factors for *iVoox* to become the reference in digital audio and the sound repository of our cultural memory.

Keywords

Digitalization, *iVoox*, Digital audio, Prescription, Recommendation, Repositories, Radio broadcast, Podcasting, Content management, Tagging.

Sellas, Toni. "Repositorios sonoros y recomendación de contenidos. El caso *iVoox*". *El profesional de la información*, 2012, marzo-abril, v. 21, n. 2, pp. 206-209.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.mar.13>

Introducción

iVoox es un servicio para escuchar, publicar y compartir contenidos sonoros de todo tipo. Está planteado como un audioquiosco en el que es posible encontrar programas y secciones de radio, audiolibros, *podcasts*, conferencias y otros audios. Nació como iniciativa personal de **Juan-Ignacio Solera**, un ingeniero que por cuestiones laborales viajaba mucho por carretera. Eso le llevó a pensar en cómo podía aprovechar el tiempo al volante¹. De ahí procede la vocación divulgativa de *iVoox*, cuyo lema "Aprovecha el tiempo con

iVoox" pretende transmitir la idea de la utilidad de un servicio de contenidos sonoros a la carta. El nombre hace referencia a "voz" en latín, al buscador *Google* y al *iPod* como dispositivo pionero en la reproducción de audio digital en movilidad.

<http://www.ivoox.com>

El proyecto tiene el respaldo financiero del *Grupo Intercom*, una incubadora de negocios en internet con una cartera de casi medio centenar, algunos de ellos de éxito como *Infojobs*, *Softonic* o *eMagister*. El equipo de *iVoox* lo forman dos

Artículo recibido el 10-12-11

Aceptación definitiva: 18-01-12

ingenieros informáticos y un periodista encargado de la gestión de los audios, además del propio Solera.

La filosofía de iVoox es la simplicidad. El objetivo es que los usuarios puedan subir audios o encontrar contenidos interesantes de una manera sencilla. Además, el acceso a los audios es individual, sin necesidad de suscribirse a *podcasts* o a programas de radio completos, ni utilizar un programa que pueda leer los RSS. El oyente elige la temática y a partir de ahí encuentra contenidos de fuentes muy diversas. La navegación por la página principal ya permite acceder a los audios de forma ordenada y en función de varios parámetros: los últimos publicados, los más escuchados, los más populares, *iVoox magazine* (un resumen semanal con audios elegidos por el equipo), los destacados del día y el ranking semanal. Junto a la inicial, hay otras cuatro páginas a las que se accede mediante las pestañas ubicadas a modo de menú en la cabecera: audios, *podcasts*, radios online y comunidad (figura 1), además de un buscador.

La página de audios es la que permite acceder a todos los contenidos. Están distribuidos en 8 grandes categorías: Ciencia y cultura, Historia y creencias, Actualidad y sociedad, Bienestar y familia, Empresa y tecnología, Ocio, Música, y Deporte. A su vez, estos bloques se dividen en 35 subcategorías. La navegación por los contenidos puede realizarse desde esta estructura arborescente y también en tres niveles genéricos más: los más recientes, los más escuchados y los más populares (en función de los votos de los usuarios).

iVoox ofrece otras opciones de filtrado. Según la duración, los audios se ordenan en tres grupos: menos de 10 minutos, entre 10 y 30 minutos, y más de 30. También es posible seleccionarlos en función de la fecha de publicación: hoy, semana, mes y año, junto con la posibilidad de elegir un período determinado mediante una búsqueda por calendario (desde... hasta...). El género o tipo de contenido es otro de los criterios posibles para filtrar los archivos: Radio, *Podcasting*, Audiolibros y relatos, Conferencias, Documentales y TV (el audio de estos programas) y Otros géneros. Finalmente, otros dos criterios son el idioma y la procedencia geográfica (centrada en los países de habla hispana).

Cuando el usuario navega por los contenidos, el sistema le facilita la selección de aquellos que le interesan. Puede escuchar un audio en *streaming* mediante el reproductor online que acompaña a todos los documentos sonoros. Además puede descargarlo (con el icono "Descargar") o llevarlo a su *playlist* personal con un solo clic (icono "+ Mi Playlist"), de modo que mientras navega va configurando la lista de reproducción. Después la puede reproducir en la web cuando quiera, descargar los audios individualmente o llevar la lista a *iTunes* y descargarlos todos a la vez.

Las otras páginas de contenidos corresponden a *Podcasts* (tanto amateurs como de programas de radio), Radios online



Figura 1. Página principal de iVoox, <http://www.ivoox.com>

(permite escuchar emisoras de radio en *streaming*) y Comunidad. Esta última está estructurada en torno a la dinámica de los usuarios registrados que integran la comunidad iVoox. La información se refiere a aspectos como los usuarios más activos, actividad reciente, últimas recomendaciones y últimos audios comentados. Se trata de un resumen del papel de los miembros de la comunidad, que ejercen un doble rol como generadores de contenidos y como recomendadores o prescriptores.

Producción de contenidos por parte de los usuarios

iVoox también facilita la publicación de documentos sonoros en internet. Según Solera, una de las ideas que tenían claras desde un principio era la necesidad de trascender el *podcast* como sistema de generación y distribución de contenidos: "queríamos que fuera un espacio con la filosofía *YouTube*, en el sentido de que tuviera cabida tanto un usuario que sólo desea tener un lugar donde subir una entrevista radiofónica que le han hecho en una emisora, como el que va a dar continuidad a sus aportaciones con publicaciones periódicas". Su objetivo es que la creación sonora en la Red sea accesible a cualquier persona independientemente de sus conocimientos técnicos o informáticos.

Esto se traduce en un proceso de publicación muy sencillo e intuitivo.

Para subir el archivo, tan sólo son necesarios dos pasos:

- 1) Elaborar los metadatos del documento sonoro, que permiten búsquedas más precisas y juegan un papel fundamental para una correcta preservación de los archivos (Candás-Romero, 2006). La diversidad de contenidos digitales dificulta el establecimiento de un estándar aceptado por una mayoría, pero en el ámbito radiofónico la Unión Europea de Radiodifusión (EBU) plantea un esquema de metadatos *Dublin Core* de 15 elementos básicos sobre el contenido, la propiedad intelectual, la versión, etc. (Wright; Grimstad, 2002).

En el caso de *iVoox*, el usuario rellena una ficha con el título, descripción, categoría, subcategoría, etiquetas, género e idioma. También elige la licencia de publicación *Creative Commons* con la que decide el modo en que cede sus derechos. Por defecto, *iVoox* publica con la de atribución, no comercial, sin obras derivadas.

2) Subir el fichero a los servidores. Se aceptan tres tipos: archivos sonoros (en formato *mp3*), vídeo (en formato *avi*; el propio sistema se encarga de extraer el audio) o una URL si el audio ya está alojado en internet. Una vez el sistema ha cargado el archivo completo, ofrece tres opciones para compartirlo: recomendarlo a otros miembros de la comunidad, enviarlo por correo electrónico o enlazarlo en las redes sociales (*Facebook*, *Twitter*, *Menéame* y *Google+*). También permite escoger entre tres modelos de reproductor para insertarlo en un blog o página web y una interfaz para descargar el audio. Los archivos no pueden superar los 125 MB en el caso de los documentos sonoros o los 400 MB si es un vídeo. Para ser aceptados los audios deben tener una calidad mínima de 16 kbps.

Gestión y prescripción de los contenidos en *iVoox*

iVoox almacena unos 700.000 documentos sonoros y 18.000 *podcasts*, y cuenta con 100.000 usuarios registrados². Los audios están organizados en canales, entendidos como el espacio que agrupa uno o más *podcasts*. Éstos cuelgan de un determinado canal y cada uno puede tener varios audios. En el caso de las cadenas de radio, el canal correspondería a la emisora (*Cadena SER*, por ejemplo) y sus diferentes *podcasts*, a los programas (“Hoy por hoy” sería un *podcast*). Cada sección o programa emitido estaría ubicado dentro del *podcast* correspondiente y éste a su vez dentro del canal.

Un mismo usuario puede tener varios canales. En el caso de las personas que no realizan aportaciones periódicas sino que suben audios de forma esporádica, pueden integrarlos dentro de un canal y de un *podcast* genérico denominados “Canal comunidad” y “*Podcast* del Canal comunidad”. En cuanto a la organización de los contenidos, se basa en las 8 categorías genéricas ya comentadas y sus 35 subcategorías. Para establecer las categorías consideraron las que existen en *iTunes*, dado que es el programa más popular para la descarga y escucha de *podcasts*, y en diversos portales generalistas.

La clave para la gestión de ese volumen de documentos sonoros es el etiquetado. Un miembro del equipo se dedica plenamente a la organización de los contenidos, una tarea en la que la labor de la comunidad es muy importante. En *iVoox* entran dos tipos de audios, según su origen: los que proceden de usuarios registrados que suben los archivos por su cuenta y los que proporciona el RSS de las radios. En el primer caso, el usuario acostumbra a rellenar los metadatos con precisión.

Pero la gestión de la información resulta más complicada con los audios procedentes de las emisoras profesionales. Cuando esos archivos están fraccionados y tienen suficiente información en los metadatos, el sistema es capaz de identificar palabras clave en la descripción o en el título y puede adaptarlos a la estructura de contenidos de *iVoox*. En otros casos, sin embargo, se trata de audios excesivamente largos (una hora...) o con escasos datos (sólo un etiquetado genérico, como “política” o “primera hora del programa”, por ejemplo), lo cual requiere una labor manual del gestor de contenidos de *iVoox*.

El etiquetado y la categorización de los audios es un factor decisivo para que *iVoox* pueda cumplir el objetivo de ser el espacio de referencia para la publicación y consumo de contenidos sonoros de calidad en internet.

La comunidad tiene un rol fundamental en la prescripción. Los usuarios pueden valorar los audios con un “Me gusta” y esto incide en el ranking semanal y en los más valorados. *iVoox* tiene también un componente de red social. Un usuario puede seguir a otros, de modo que cuando entra en su perfil ve aquellos audios que las personas de su red han escuchado o han valorado recientemente. Además puede recomendar audios a sus seguidores (figura 2).

Para mejorar esa labor prescriptiva, *iVoox* ha introducido nuevas funciones a principios de 2012:

Grupos. Son espacios dedicados a temas muy específicos en los que los usuarios pueden recomendar audios, que sólo serán incorporados si cuentan con la aprobación del 50% o más de miembros del grupo. Los grupos están pensados no tanto para contenidos nuevos sino para aprovechar la fonoteca de *iVoox* y dar valor a contenidos relevantes publicados hace tiempo, no sujetos a la actualidad informativa.

Personalización de la página principal. A partir de las escuchas, grupos y valoraciones, y también mediante algunas preguntas concretas, el sistema puede adaptar la página inicial de *iVoox* al perfil del usuario, al que hará una serie de recomendaciones específicas cada vez que acceda al servicio.



Figura 2. Ejemplo de la página personal



Figura 3. Ejemplo de búsqueda (vista parcial ampliada)

Con estas dos funciones los responsables del proyecto pretenden avanzar en la generación de comunidades de usuarios por temas, para que *iVoox* sea el lugar de encuentro donde puedan compartir su pasión y escuchar aquellos contenidos de calidad que respondan a sus intereses.

El etiquetado es fundamental para conseguir una visibilidad que cada vez es más difícil en el ciberespacio

De la gratuidad a la búsqueda de un modelo de negocio

Tres años después de su lanzamiento, el proyecto *iVoox* entra en una fase clave. El servicio ha sido totalmente gratuito hasta el momento, pero en 2012 implementará un modelo mixto. Por un lado, mantendrá una opción de publicación gratuita e ilimitada (tanto en almacenamiento como en ancho de banda, a 64 kbps). No obstante, el sistema integrará publicidad en los audios de las cuentas gratuitas (en el caso de *podcasts* profesionales), mediante la implementación de un *adserver* que en tiempo real incluye la cuña, con la posibilidad de segmentar las inserciones según aspectos como la localización, el perfil del usuario o la temática. Por otro lado, introducirá diferentes modalidades de cuentas de pago, en función del tráfico y de la calidad del audio deseado por el usuario (si es superior a 64 kbps).

Se prevé implementar también un nuevo servicio profesional para las emisoras de radio que les facilite la grabación y publicación de toda su programación en formato *podcast*. Se trata de un editor web que con tres clics facilita a un redactor o técnico la correcta segmentación y etiquetado de los programas. De este modo se quiere impulsar y mejorar la integración del *podcasting* en las rutinas productivas de la radio profesional. En la misma línea, se trabaja también en un sistema para transcribir automáticamente el contenido de los *podcasts* de las emisoras, pensado como un servicio para los departamentos de documentación de las empresas radiofónicas. Con estas novedades, **Solera** pretende gene-

rar un ecosistema en el que las agencias de medios incorporen los *podcasts* como soporte publicitario.

Conclusiones

iVoox pretende aglutinar la publicación, difusión y acceso a productos sonoros de calidad. Algunas características de este servicio le otorgan un potencial para convertirse en espacio de referencia para el audio.

iVoox no compite en el mercado de la música online (frente a aplicaciones como *Spotify* o la tienda musical de *iTunes* de *Apple*), sino que su objetivo es la difusión de contenidos, básicamente hablados, de calidad. La sencillez y la usabilidad del servicio facilitan tanto la publicación como el consumo de contenidos, que además son accesibles

individualmente sin necesidad del sistema de suscripción característico del *podcasting*. Las características que hemos analizado en este artículo responden a la voluntad de ser el equivalente a *YouTube* en el ámbito del audio digital.

El reto de convertirse en repositorio sonoro de referencia pasa también por la plena colaboración con la radio profesional. Esto explica el proyecto para la producción de *podcasts* que prevén ofrecer a las empresas radiofónicas. La adopción de este sistema por parte de las emisoras permitiría homogeneizar los mecanismos del *podcasting* y, más importante aún, mejorar el etiquetado y la gestión de los metadatos. A pesar de la multiplicación de las fuentes de todo tipo, la radio es todavía hoy un referente importante, por lo que su plena incorporación a *iVoox* sería un factor clave. Está por ver, sin embargo, si las empresas del sector están dispuestas a apoyar un proyecto que en cierto modo les supone también una competencia.

Notas

1. Buena parte de la información se ha obtenido en una conversación personal con **Juan-Ignacio Solera**, CEO de *iVoox*, realizada el 29 de septiembre de 2011 en Barcelona. El autor agradece a **Solera** su disponibilidad y colaboración para la elaboración de este artículo.
2. Las cifras son de diciembre de 2011.

Bibliografía

- Afuera, Ángeles.** "El Departamento de Documentación de la SER ante el reto digital". *Cuadernos de documentación multimedia*, 1997-1998, n. 6-7.
<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/ser.htm>
- Candás-Romero, Jorge.** "El papel de los metadatos en la prescripción digital". *El profesional de la información*, 2006, marzo-abril, v. 15, n. 2, pp. 126-136.
<http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/8359/1/final.pdf>
- Wright, Richard; Grimstad, Marit.** "Radio archive metadata". *EBU technical review*, 2002.
http://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev_290-wright.pdf