

Web Radio Universitarie. Peer e-learning

GHIARDO LUCA

Università degli Studi del Piemonte Orientale,

Facoltà di Lettere e Filosofia,

Vercelli 13100, Italia

Riassunto: Le radio universitarie sono da alcuni anni una delle novità più interessanti nell'ambito della comunicazione accademica italiana. Prevalentemente nate “dal basso” per volontà o passione di studenti universitari, le radio universitarie hanno dato vita a modalità originali sia nell'organizzazione del lavoro, fondata su un volontariato organizzato, sia nella produzione e diffusione di contenuti per la didattica, attraverso il web. In questo breve scritto farò un'analisi quantitativa e qualitativa del fenomeno radiofonico a livello nazionale sottolineando il carattere orizzontale (fra pari) dei contenuti didattici che transitano attraverso questi canali.

Parole chiave: web-radio; peer education; media; università

Article ID: xxxxx (defined by the editor)

Introduzione

Sono spuntate come funghi in quasi tutti gli atenei italiani, occupano migliaia di giovani studenti per quasi tutto il loro ciclo di studi, sono la voce meno ufficiale degli atenei e cambiano forma in continuazione: sono le radio universitarie! E' un fenomeno relativamente recente per il nostro paese – il vero boom si è infatti registrato negli ultimi cinque anni – che recupera l'accezione comunitaria delle radio libere che trasmettevano in FM negli anni '70. Le radio universitarie utilizzano in via quasi esclusiva il web come strumento di diffusione dei loro palinsesti e sfruttano i meccanismi “virali” dei social network per farsi conoscere e apprezzare dai loro pari.

I contenuti realizzati da questi canali, pur partendo da strutture e premesse differenti, tendono a convergere intorno ad alcuni punti focali come la ricerca, la didattica, l'informazione universitaria, nel rispetto delle peculiarità delle comunità di riferimento. Sono organizzate da studenti che non si strutturano in gerarchie rigide ma assumono organigrammi plastici e creano rapporti orizzontali, fra pari, che danno forma a programmi originali per la fruizione di contenuti che vanno dall'intrattenimento agli strumenti di supporto alla didattica. Questi ultimi assumono un ruolo particolarmente importante per i progetti più maturi di radiofonia universitaria. Le radio universitarie, perseguendo l'obiettivo di realizzare valore aggiunto non solo per la comunicazione ma anche per la didattica, fanno leva sulla loro capacità di realizzare prodotti originali, efficaci e ben integrabili con l'offerta più tradizionale. In questo breve testo presenterò rapidamente il fenomeno della radiofonia universitaria italiana, mettendo in luce una piccola selezione di esempi volti a testimoniare alcune delle forme assunte dalla didattica radiofonica che per ovvie ragioni ha la possibilità d'essere sfruttata anche lontano dalle aule universitarie.

1 Il successo dei contenuti tematici

Gli anni passano e ricordo ancora come una novità mirabolante l'introduzione del compact disc, il tramonto dei supporti magnetici, le mitiche musicassette, il walkman della Sony trasformato dalla silhouette del cd che doveva ospitare. Tanta acqua è passata sotto ai ponti e i supporti fisici per l'ascolto di contenuti audio sono cambiati in modo assai significativo negli ultimi anni e con essi anche le modalità di approvvigionamento e fruizione degli utenti. Gli smartphone in circolazione in Italia hanno, nel corso del 2010, superato quota 20 milioni e sono diventati lo strumento per eccellenza per accedere ai contenuti proposti dalle radio tradizionali, dalle web radio e dai

produttori di podcast audio.

La possibilità di accedere a contenuti web-oriented era fino a qualche tempo fa molto limitata, destinata esclusivamente a chi si trovava in prossimità di un p.c. collegato alla rete; la radio tradizionale invece raggiungeva via etere quasi tutti gli angoli del globo con la sola limitazione di un livello qualitativo talvolta assai modesto. La fruizione in mobilità dei contenuti proposti attraverso internet è la vera rivoluzione in atto per il mondo della radiofonia.

I costi di diffusione attraverso la rete sono assai modesti e le attrezzature necessarie a produrre un buon contenuto audio sono alla portata di quasi tutti. Si è così moltiplicata a dismisura l'offerta di contenuti con un vero e proprio boom di web radio, podcast e contenuti tematici. Negli Stati Uniti questo fenomeno sta trovando anche un mercato di riferimento e i pubblicitari iniziano a comprenderne la portata e i risvolti nel futuro oramai non troppo remoto. Bridge Ratings, nota agenzia americana che si occupa di studiare e monitorare l'audience delle radio, mostra come l'utenza delle tradizionali radio broadcast sta progressivamente ridimensionandosi a favore dei canali e dei contenuti proposti attraverso il web. Da uno studio pubblicato da Bridge Ratings ad inizio 2011, emerge che teenager e giovani fino a 24 anni preferiscono e utilizzano maggiormente le webradio. Si parla di circa 60 milioni di utenti, 38 dei quali sarebbero concentrati su stazioni radio nate e sviluppatesi esclusivamente su internet. Anche a livello quantitativo i dati sono sorprendenti e l'ascolto rimane molto consistente, circa 18 ore alla settimana, e fa presumere che entro i prossimi 5 anni lo scenario radiofonico americano potrebbe subire enormi cambiamenti, veicolando gran parte degli ascoltatori attraverso il web.

Un esempio molto interessante è smoothjazz.com, una web radio americana specializzata in musica di grande qualità, che negli ultimi anni si è ritagliata un pubblico di nicchia ma sufficientemente fedele e vasto da attrarre investimenti pubblicitari. Sandy Shore, fondatore della radio nel 2000, sostiene avvalorando la tesi della centralità delle modalità di fruizione: “[...]quello della diffusione di internet è il tema centrale e lo è soprattutto in mobilità. Sono ottimista per i prossimi dieci anni perché tra pochi mesi avremo negli Stati Uniti le prime autoradio in grado di andare online e quindi di sintonizzarsi anche sulla nostra webradio. Anche il tema della specificità e qualità dei contenuti proposti attraverso questo tipo di media è fondamentale secondo Shore: “A differenza di molti editori che hanno aperto decine di canali web dedicati ad altrettanti generi musicali noi seguiamo quello che definirei “boutique concept”. Non penso tu possa far bene tante cose allo stesso tempo. Noi ne facciamo una al meglio”.

Il contenuto che desideri, nel momento in cui ne senti la necessità, sul posto in cui ti trovi, questo è il massimo della flessibilità per un qualsiasi contenuto audio. Tutto ciò esiste già e si chiama podcast. Esistono numerosi esempi di successo, i più rilevanti numericamente sono sempre oltre oceano, ma vorrei dedicare un po' di spazio ad un caso decisamente più nostrano che sposta il focus sulla produzione di contenuti dedicati alla didattica: Historycast. E' un programma radiofonico incentrato su tematiche storiche ideato e realizzato dalla prf.sa dell'Università di Pisa Enrica Salvatori. L'obiettivo del programma è molto chiaro: utilizzare la storia come leva interpretativa del mondo in cui viviamo attraverso la narrazione di eventi cruciali del nostro passato. Il programma, nominato miglior podcast nazionale dall'European Podcast Award nel 2010, ha raccolto negli anni un pubblico sempre più vasto superando i 20.000 download per ogni puntata. Il fenomeno delle radio universitarie, in larghissima maggioranza diffuse attraverso la rete Internet, si colloca e si è sviluppata in questo contesto e manifesta alcune peculiarità che lo caratterizzano in modo univoco.

2 Le Web-Radio universitarie in Italia

Correva l'anno 1998 e presso l'Università degli Studi di Siena prendeva forma il primo progetto di radiofonia universitaria italiano: Facoltà di Frequenza. L'ateneo senese puntò sulla radio come strumento di comunicazione interna teso a rafforzare tra le componenti accademiche il senso di

appartenenza alla comunità universitaria. La partecipazione alle attività radiofoniche, previo corso di formazione e periodo di affiancamento, era a disposizione degli studenti di tutte le Facoltà senesi. Facoltà di Frequenza divenne presto un laboratorio aperto a proposte culturali, modalità di formazione, lingue, interessi di ogni tipo per stimolare non solo la partecipazione ma soprattutto la creatività degli studenti coinvolti.

A partire da quel primo seme le radio universitarie dello stivale hanno conosciuto una fase di stagnazione, fra il 2000 e il 2005, per poi segnare una vera e propria impennata fra il 2005, quando se ne contavano appena 5, e il 2010, con 30 radio attive e oltre 50 fra progetti di webradio podcasting e web tv.



Fig. 1 - Radio universitarie in Italia ANNO 2005



Fig. 2 Radio universitarie in Italia ANNO 2010

Da un punto di vista qualitativo le radio universitarie italiane hanno sviluppato modelli organizzativi, assunto forme e realizzato mezzi di comunicazione assai eterogenei ma con alcuni tratti fondamentali in comune.

La fase costitutiva in genere influenza tutte le successive tappe di sviluppo: se infatti la radio nasce per volontà dell'università, di un dipartimento o dal settore relazioni pubbliche dell'ateneo, l'esito è una radio universitaria con una veste maggiormente istituzionale, con un'organizzazione estremamente verticistica e talvolta un atteggiamento di sospetto e distanza da parte degli studenti. Se al contrario nasce da un gruppo di studenti o dal progetto di un'associazione studentesca da vita a organizzazioni più orizzontali; i contenuti rispecchiano gli interessi dei fondatori e la partecipazione volontaria degli studenti è garantita.

Il punto di forza della prima opzione è quindi dato dalla garanzia di una continuità di produzione e da una maggior consapevolezza della missione a fronte della necessità di dover lottare per riuscire a coinvolgere attivamente gli studenti con incentivi quali la possibilità di ricevere crediti formativi e/o un percorso di formazione di alto livello.

Nel caso della struttura nata dal basso invece il percorso procede da un'attività para-ludica, quasi totalmente libera, alla consapevolezza di dover svolgere una funzione chiave tra gli strumenti di comunicazione e promozione, nella didattica e nelle attività laboratoriali dell'Ateneo per avere continuità di mezzi e risorse.

3 La missione delle radio universitarie: formare intrattenendo

Pur evidenziando una eterogeneità di forme, contenuti, dimensioni e di caratteri le radio universitarie hanno un patrimonio comune che le lega indissolubilmente e le qualifica come un media ben identificabile.

Primo fra tutti il bacino di utenti ai quali si riferiscono tutte le radio universitarie. Il target è la comunità universitaria intesa in tutte le sue componenti: studenti, docenti, ricercatori e personale tecnico amministrativo. Le radio universitarie si pongono con forza come alternative al duopolio RAI – radio commerciali, per affermarsi come eredi delle radio libere degli anni '70. Un'eredità che si lega indissolubilmente con le modalità di produzione dei contenuti: si tratta di programmi, rubriche, suoni e in generale *format* realizzati in larga misura da studenti universitari e indirizzati a studenti.

Il secondo elemento comune sul quale vorrei focalizzare l'attenzione è invece la *mission* delle radio universitarie. Questa, come ho anticipato, è una componente che solo a distanza di qualche tempo dall'avviamento tende a far convergere verso una posizione comune tutte le antenne. Le radio universitarie sono prima di tutto radio comunitarie e quindi devono produrre contenuti che in qualche modo qualifichino il media, non tanto come il megafono dei “ragazzi della radio” o dell'Ufficio Stampa dell'Ateneo, per citare due casi canonici quanto difforni, ma piuttosto come la voce degli universitari che parlano ad altri universitari. Le tematiche che gli studenti svolgono attraverso nuovi format trattano l'informazione su tutto ciò che accade in università, i servizi agli studenti, la ricerca scientifica, l'innovazione, le opportunità di collocarsi positivamente nel mondo del lavoro, l'intrattenimento, la sensibilizzazione a tematiche sociali, tutto ciò che in generale possa entrare nell'ampio alveo della cultura. Anche la scelta della musica pian piano tende a convergere su una selezione alternativa a quella adottata dalle radio commerciali. Una playlist incentrata su musica emergente e indipendente è più coerente con la missione di ricerca e originalità, non finalizzate a se stesse, ma orientate a dare una personalità autonoma e coerente al canale radiofonico universitario.

Terzo elemento è la ricerca, intesa come sforzo continuo a proporre forme alternative per veicolare i contenuti sopra descritti. Quasi tutte le radio universitarie sono web radio e quindi non sono in alcun modo vincolate alla ricerca di un audience più vasta della comunità universitaria e giovanile di riferimento. La ricerca di format originali è probabilmente la parte più esaltante di queste esperienze: non ci si deve confrontare con alcuna indagine di mercato che porti sulla strada dell'omologazione al contrario, sperimentare è la parola d'ordine. Sperimentare nuovi formati radiofonici significa anche inventare soluzioni alternative per far conoscere e apprezzare le proprie produzioni, occasione per individuare canali di distribuzione originali. La strategia più diffusa è quella di sfruttare la componente virale che un contenuto diffuso attraverso la rete Internet: il contenuto prodotto, se ritenuto particolarmente interessante, curioso, originale è distribuito dagli utenti stessi che lo inviano ad amici e conoscenti.

Ultimo elemento un po' meno felice ma necessario è la sostenibilità dei progetti dal punto di vista economico. La riduzione dei finanziamenti al sistema universitario italiano ha inesorabilmente colpito tutti i comparti dell'accademia. Essere importanti e fortemente integrati nel sistema universitario di riferimento è diventato un elemento imprescindibile per tutti i progetti di radiofonia universitaria. Ogni realtà radiofonica ha preso la sua strada ma molte hanno trovato nella realizzazione di contenuti a supporto della didattica un terreno fertile per sviluppare felici sinergie con l'editore, virtuale o reale, di riferimento: Facoltà o Atenei che siano. Da questo punto di vista un'accelerata allo sviluppo delle webradio universitarie potrebbe venire proprio dal legislatore che negli ultimi anni ha molto lavorato nella direzione della digitalizzazione dell'informazione per tutte le Pubbliche Amministrazioni Italiane.

5 Organizzazione delle web radio universitarie

Lo staff di una radio universitaria è molto eterogeneo sia nella compagine, che nella numerosità che nelle forme di organizzazione, come già detto in precedenza. Nella maggior parte dei casi si tratta però di attività fondate sul lavoro volontario di un gran numero di studenti, coordinati da personale dell'ateneo o da studenti “anziani”, che hanno potuto consolidare pratiche e nozioni sufficienti a svolgere le mansioni necessarie a fare radio. L'organigramma risponde alla necessità di organizzare il lavoro piuttosto che a definire delle gerarchie rigide. Esiste una suddivisione dei compiti che porta in ogni caso a costituire figure professionali capaci di accollarsi ogni tipologia di mansione che vada dall'ideazione del format, alla redazione dei contenuti, alla registrazione o produzione in diretta, fino alla promozione attraverso canali coerenti come social network, newsletter e blog di riferimento. Si realizza nella redazione universitaria così come in quella di molte emittenti nazionali, la figura del *producer* radiofonico a tuttotondo. Il processo di produzione ha quindi una struttura decisamente verticale a fronte di un'organizzazione interna che invece aggrega gli studenti orizzontalmente.

Questo tipo di organizzazione si riflette sulla forma dei contenuti sviluppati in seno alle web radio e conferisce aspetti particolarmente originali anche a tutti i contenuti che si configurano come supporti alla didattica tradizionale.

Non esiste quindi un modello autoritativo ma, data la particolare natura del rapporto fondato sull'azione volontaria di studenti, è necessario fare riferimento ad altri modelli forse meno sfruttati in ambito aziendale ma sicuramente produttivi in un contesto nel quale la creatività gioca un ruolo rilevante, se non centrale.

L'idea di fondo è quella di sfruttare dinamiche di confronto fra pari che sovvertono il normale rapporto docente discente e mettono al centro del processo di produzione e formazione la responsabilità personale. In questa dimensione l'amicizia e la complicità fra colleghi diventano i sentimenti guida, fonte di un confronto incessante, che diventa il motore stesso della motivazione a proseguire l'esperienza al di là di possibili riscontri in termini di crediti formativi o retribuzioni. Inoltre, come dicevo, l'output delle redazioni in termini di programmi, podcast, materiali didattici è fortemente caratterizzato dalle “mani” che gli hanno dato anima e corpo: si tratta di contenuti prima metabolizzati e quindi rielaborati da studenti per parlare ad altri studenti, attraverso lo strumento prescelto, programma radiofonico o podcast che sia.

6 Formare a distanza con la radio

Il termine didattica può essere inteso in un'accezione molto stretta e quindi comprendere i contenuti dei moduli previsti dai programmi delle Facoltà di un Ateneo o, in un'accezione più allargata, può comprendere anche le attività che sono di supporto alla formazione e che migliorano la fruibilità dei contenuti espressi durante un corso universitario.

Ci sono diversi esempi di produzioni radiofoniche o più in generale audio di supporto alla didattica realizzate dalle radio universitarie italiane.

Radio Bue, la radio dell'Università degli Studi di Padova, mette a disposizione di docenti e studenti il servizio “Radio Didattica” per integrare le modalità di insegnamento frontale. Si tratta di un servizio plasmato sulle esigenze della disciplina o del docente interessato a fruirne. Gli studenti della redazione di Radio Bue registrano i contenuti audio che sono poi caricati sul sito internet della radio, in una sezione dedicata, l'accesso alla quale è monitorato ma non aperto a tutti: docenti e studenti possono infatti scaricare i file e ascoltarli comodamente a casa. I contenuti assumono le forme di dispensa di approfondimento di tematiche non trattate a lezione, letture aggiuntive o elementi integrativi utili a una miglior comprensione di quanto ascoltato in classe. Un esempio eccellente sono le guide all'ascolto dei corsi “Fondamenti della Musica” o “Storia della Musica Moderna e Contemporanea” nelle quali ad ogni brano proposto sono associati commenti ad hoc del docente della materia. Vero e proprio fiore all'occhiello della redazione veneta è il corso

di abilità linguistiche per la lingua italiana: un ciclo di 3 podcast per sviluppare le capacità di lettura, scrittura ed esposizione in italiano corredato da molte esercitazioni da fare durante l'ascolto dei file audio. Molto interessante è anche il corso di cultura italiana per studenti stranieri prodotto in 48 podcast che ripropongono, secondo i ritmi e gli schemi della radiofonia, 16 moduli di 10 ore ciascuno del corso tenuto dai docenti, assegnisti, e dottorandi del Dipartimento di Italianistica. Il tutto proposto in 3 lingue: inglese, italiano e cinese.

Radio 6023, la webradio dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale, realizza contenuti audio scaricabili dall'apposita sezione "didattica" del sito. Anche in questo caso i contenuti hanno l'intento di fornire un valido aiuto alla didattica attraverso la peculiarità fornita da contenuti audio. La possibilità di ascoltare la lettura in metrica dei testi obbligatori per l'esame di Letteratura Latina è un esempio lampante di come il supporto audio sia estremamente comodo per coloro che non hanno la possibilità di frequentare o per coloro che semplicemente vogliono rinfrescarsi la memoria su quanto ascoltato, solo in forma parziale, in classe.

Un poco oltre gli strumenti per l'integrazione della didattica troviamo alcuni esempi molto ben costruiti di format radiofonici dedicati alla divulgazione della ricerca universitaria. Uno degli esempi migliori è rappresentato da "Le parole della scienza", parte integrante dell'esame in Comunicazione Scientifica che ha saputo guadagnarsi il titolo di miglior format al Festival delle Radio Universitarie nel 2009. Il programma viene prodotto dagli studenti e trasmesso settimanalmente da Radio Frequenza, la radio dell'Università degli Studi di Teramo. E' possibile inoltre iscriversi al podcast e scaricare settimanalmente il programma sul proprio lettore mp3.

Le Radio Universitarie Italiane hanno dato vita all'associazione RADUNI, l'Associazione degli Operatori Radiofonici Universitari che oggi rappresenta più di 100 soci e 26 emittenti. Fondata per rispondere a un'esigenza di legame e condivisione di pratiche tra i promotori delle prime esperienze di web radio universitarie italiane, l'associazione ha guidato lo sviluppo di queste realtà pionieristiche e sostenuto la nascita di nuove antenne. Tra le tante attività di RADUNI riveste particolare interesse in questa sede la produzione di format condivisi. Ogni format è costruito a partire dai contributi delle singole antenne, nella seconda fase sono editati dalla radio responsabile e infine redistribuiti a tutte le antenne montate. Un esempio interessante è il programma Diritti in Radio, un programma in onda su tutte le emittenti universitarie italiane, incentrato sul diritto allo Studio Universitario che allarga il focus sul tema più generale dei diritti degli studenti universitari. Da oltre due anni questo programma è realizzato da RADIO 6023, messo in onda da 26 radio universitarie e disponibile in download o podcast sui siti dell'associazione RADUNI o sul sito di USTATION, il portale dei media universitari.

Un'ultima menzione va alla produzione di dirette corali volte all'approfondimento di tematiche legate alla ricerca universitaria o alla sensibilizzazione rispetto a tematiche sociali di grande interesse. Ogni anno le radio universitarie dedicano grandi energie nella realizzazione della diretta in occasione della NOTTE DEI RICERCATORI; un tam tam che attraversa tutta l'Italia alla scoperta delle iniziative che gli atenei e i principali centri di ricerca organizzano per far conoscere le attività di ricerca realizzate lontano dagli occhi del grande pubblico. Nelle edizioni passate sono state realizzate fino a 12 ore di maratona radiofonica che ha coinvolto migliaia fra studenti, ricercatori, testimonial illustri come ad esempio Rita Levi Montalcini. In occasione della manifestazione tenutasi a Palermo nel luglio dello scorso anno le radio universitarie italiane hanno diffuso a reti unificate una diretta intitolata "Tutte le radio contro le mafie". Ai microfoni di Libertà di Frequenza, radio dell'ateneo palermitano, che guidava l'evento, si sono avvicendati inviati da tutte le regioni italiane, ospiti illustri come Marco Travaglio, Enzo Guidotto, Antonio Ingroia e molti altri.

In definitiva abbiamo dato conto della molteplicità di strumenti attraverso i quali le web radio mettono a disposizione il loro capitale fatto di risorse umane, ricche di entusiasmo e dotate di uno strumento molto speciale per mettersi in connessione con i principali fruitori della didattica: gli

studenti. Dare la possibilità, fornire agli studenti gli strumenti per aiutare i loro pari può essere un affare davvero conveniente per gli atenei e per i loro programmi di didattica alternativa alle lezioni frontali. Un fronte, ancora quasi completamente inesplorato, resta da studiare per comprendere il potenziale della rielaborazione della didattica attraverso supporti differenti da quelli tradizionali: quello della didattica destinata ai portatori di handicap. Un terreno in larga misura vergine che ritengo sarà il prossimo banco di prova per tutte quelle realtà che ogni giorno esplorano il potenziale degli strumenti di comunicazione sviluppati nell'ambito della rete Internet.

References:

- [1] BONINI T. Le radio nella rete. Storia estetica usi sociali. Estetiche della comunicazione globale. Milano, Costa&Nolan, 2006.
- [2] CAVALLO T. Radio education. Case History di una radio universitaria: l'esperienza di Fuori Aula Network, Bologna, Fausto Lupetti Editore.
- [3] CROCE M. Gnemmi A. Peer Education. Adolescenti protagonisti nella prevenzione. Milano, Franco Angeli, 2003.
- [4] DARK S. Libere! L'epopea delle radio italiane degli anni '70. Viterbo, Stampa Alternativa 2009.
- [5] FAENZA R. Senza chiedere il permesso. Come rivoluzionare l'informazione. Milano, Feltrinelli, 1973.
- [6] GRANDI R. a cura di. Il pensiero e la radio. Milano, Lupetti, 1995.
- [7] MENDUNI E. Il mondo della radio dal transistor a internet. Bologna, Il Mulino, 2001
- [8] PERROTTA R. Facoltà di Frequenza la prima radio universitaria italiana. Roma, Carocci Editore, 2005.
- [9] RAIMONDO A. L'esperienza delle radio universitarie. Vercelli, Tesi di Laurea, 2008.
- [10] RIVOLTELLA P. C. Media Education. Fondamenti didattici e prospettive di ricerca. Roma, Carocci, 2001.
- [11] SAULS S. J. The culture of American College Radio. Iowa, University of Iowa Press, 2000.
- [12] Pagliarini E. Web radio in onda dall'etere alla Rete. Milano, New Tabloid, n.1 gen. – febbr. 2011, pp. 6 – 13.
- [13] www.ustation.it – Il portale dei media universitari italiani nato con l'aiuto di Working Capital di Telecom Italia.
- [14] www.radiobue.it e www.6023.it – Nella sezione didattica e podcast dei siti sono disponibili download di file di supporto alla didattica.
- [15] <http://www.raduni.org/index.php> – Sito dell'associazione Radiofonici Universitari Italiani.
- [16] <http://www.leparoledellascienza.org/> – Podcast dell'omonimo programma dedicato alla divulgazione di tematiche scientifiche realizzato dall'Università di Teramo.
- [17] <http://www.bridgeratings.com/> - Sito americano per lo studio dell'audience radio tradizionale e via internet.