

SISSA
Scuola Internazionale Superiore
di Studi Avanzati

Master in Comunicazione della Scienza

Podcasting: le riviste scientifiche vanno in voce

Tesi di:

Lisa Lazzarato

Relatore:

Elisabetta Tola

Febbraio 2009

INTRODUZIONE	3
1. COS'È IL PODCASTING E COME NASCE	4
2. USI, AUDIENCE E MERCATO.....	6
3. IL PODCAST COME MEDIUM	9
4. LE RIVISTE SCIENTIFICHE STANNO CAMBIANDO	10
5. LE SCELTE METODOLOGICHE E IL PROCESSO DI QUESTA RICERCA	11
PODCAST IN RASSEGNA.....	13
1. I LUOGHI DELLA RICERCA	15
2. I CRITERI DI SELEZIONE	16
3. LA CREAZIONE DELLA SCHEDA	17
4. I RISULTATI DELLA RASSEGNA	21
4.1 <i>Quante e quali riviste</i>	21
4.2 <i>I podcast: come si presentano</i>	24
4.3 <i>I podcast: all'ascolto!</i>	25
4.4 <i>I podcast: il palinsesto</i>	27
4.5 <i>I podcast: autori e conduttori</i>	30
4.6 <i>I podcast-tipi</i>	32
4.7 <i>Perché tutta questa medicina MP3?</i>	33
4.8 <i>Lo strano caso delle riviste fisiche</i>	35
4.9 <i>Casi curiosi</i>	37
ASCOLTO E ANALISI	41
1. SELEZIONE DEI PODCAST E IMPOSTAZIONE DELL'ANALISI.....	44
2. LA COSTRUZIONE DEL QUESTIONARIO.....	47
3. I RISULTATI DELL'ANALISI	50
3.1 <i>La campagna presidenziale americana</i>	56
3.2 <i>Cosa rispondono le riviste</i>	58
CONCLUSIONI	63
BIBLIOGRAFIA	67
APPENDICE.....	71

Introduzione

John è uno studente di medicina e per ripassare le lezioni s'infila le cuffie e preme play. Edward passa molto tempo in sala operatoria, ma nel lungo tragitto che percorre in macchina per tornare a casa, inserisce un cd nell'autoradio e ascolta le ultime novità in fatto di chirurgia ricostruttiva. Kawabata lavora a tempo pieno in un'azienda biotech e anche quando fa jogging ama sentirsi accompagnato dalla sua più grande passione. Tutti possono farlo senza spendere nulla. Possono crearsi una propria raccolta di audio, da sentire dove e come vogliono, per rimanere aggiornati o per puro piacere. A rendere possibile tutto ciò ci pensano le riviste scientifiche e il web, grazie al podcasting.

Per descrivere il podcast non c'è cosa migliore che immaginarne l'uso, piuttosto che cominciare da una definizione. È proprio la strada che abbiamo percorso nell'avvicinarci a questo strumento. Sapevamo che esisteva, l'avevamo ascoltato, talvolta durante un tragitto in treno, altre volte davanti a un monitor. Ci pareva avesse un'attinenza con la radio, ma forse perché ne ascoltavamo qualcuno in questo modo. Immaginavamo che i veri fan di un programma radiofonico o gli incalliti frequentatori della rete, potessero fare incetta di audio digitali, magari raccogliendoli da ogni parte del mondo. La cosa che più ci colpiva era l'idea che fosse a portata di mouse e che in fondo non servisse molto per produrne uno. L'impressione era che comunque fosse un mondo inesplorato, non solo dalla maggior parte delle persone, ma anche dagli esperti di media. Da qui l'idea di intraprendere uno studio su questo mezzo.

Perché concentrarci sulle riviste scientifiche? In fondo di podcast sulla scienza ce ne sono tanti (Picardi e Regina, 2008) e anzi, la maggioranza non ha nulla che vedere con le riviste. Una ragione è stata che non trovavamo interessante il contenuto di per sé, ma il mezzo e in questa ottica ci sembrava perfettamente logico restringere il campo d'indagine. Un altro motivo è che ci sembrava in qualche modo spiazzante ritrovare un podcast su una rivista scientifica. Guardavamo alle riviste ancora con uno sguardo accademico, con l'idea che fossero espressione di quella comunità che il sociologo Robert Merton descrisse con le famose cinque norme CUDOS¹ (Ziman, 2002). Secondo quella visione i risultati dell'attività di ricerca sono considerati "conoscenza comune" e devono quindi essere diffusi grazie alla

¹ CUDOS sta per: comunismo, universalismo, disinteresse, originalità e scetticismo.

cosiddetta letteratura primaria, cioè le riviste e i libri. È talmente fondante questo principio, che gli scienziati spendono gran parte del tempo a riferire sui loro risultati. Vale la regola “*publish or perish*” e per un ricercatore la credibilità e capacità di attrarre finanziamenti è legata alla quantità e qualità di pubblicazioni. Le riviste hanno quindi un ruolo ben preciso in questa rappresentazione della scienza, che è così frequente nell’immaginario collettivo, anche se secondo i sociologi² non è più adeguata a descrivere la realtà di oggi. Si occupano principalmente di articoli di ricerca, selezionati attraverso la *peer review* (revisione dei pari), sono “la voce” ufficiale della comunità scientifica e il metro per definirne i confini. Ma rispetto a questo ruolo, come si colloca il fatto che con il podcast diffondono davvero, e non in senso metaforico, questa voce? Quale comunicazione passa attraverso l’audio e a che scopo? Dobbiamo riformulare la nostra idea di rivista scientifica, come nel corso degli ultimi due anni di master abbiamo fatto per l’idea di scienza?

Dietro la spinta di questi interrogativi abbiamo intrapreso questa ricerca, trovandoci fin dall’inizio di fronte a difficoltà e incognite, perché niente del genere era stato fatto. Siamo partiti con l’intento di voler capire per prima cosa quale fosse l’entità del fenomeno: quante e quali riviste sono coinvolte e da quanto tempo? Pensando alle caratteristiche del podcast, la portabilità e accessibilità, abbiamo quindi formulato la più semplice delle ipotesi: le riviste scientifiche *peer reviewed* usano il podcast per raggiungere un pubblico più ampio e diversificato. Questa ipotesi ci ha guidato nelle scelte metodologiche e nel processo di ricerca, che descriveremo in questa introduzione. Ma non prima di aver descritto il podcasting, i suoi usi e contesti e aver focalizzato l’attenzione sulla realtà delle riviste scientifiche.

1. Cos’è il podcasting e come nasce

La più chiara descrizione che abbiamo trovato di cosa sia un podcast è un video molto diffuso nel web (“*Podcasting in Plain English*”, inserito nel dvd allegato). Ma dovendo definirlo testualmente, scegliamo di ricorrere alla versione inglese di Wikipedia (l’enciclopedia libera frutto della collaborazione di milioni di utenti), secondo la quale il podcast è una serie di file audio o video digitali, che è distribuita in internet attraverso *feed*,

² Tra questi il filosofo e sociologo della scienza John Ziman, che nel 1998 ha coniato il termine di “scienza post-accademica” a indicare la nuova cultura della ricerca (Castelfranchi&Pitrelli, 2007).

fino a riproduttori portatili e personal computer. Il *feed* è propriamente il file che racchiude le informazioni necessarie a scaricare l'audio e può essere decifrato da appositi programmi gratuiti, definiti aggregatori. Una volta inserito questo file nell'aggregatore, l'aggiornamento dei contenuti avviene in maniera automatica ogni volta che si è connessi alla rete, senza che ci sia bisogno di aprire direttamente la pagina che fornisce i contenuti. In pratica l'utente si abbona a quei contenuti e li riceve a domicilio, nell'apposito programma. Può decidere poi di trasferire gli audio su un dispositivo portatile in grado di riprodurli (lettore MP3³) il più famoso dei quali è l'iPod prodotto da Apple, oppure trasferirli su un cd rom, oppure ascoltarli direttamente sul computer.

La parola podcast, come la parola radio, viene usata sia per indicare il contenuto, sia la sua modalità di distribuzione, alla quale ci si riferisce anche con "podcasting".

L'origine del termine, che sembra richiamare l'iPod e il broadcasting (*pod-casting*), si deve al giornalista Ben Hammersely che in un articolo sul Guardian (2004) si chiede se non sia la parola giusta per descrivere un nuovo fenomeno di radio amatoriale, nato grazie a un insieme di diverse tecnologie. Ovvero il formato MP3 per gli audio, la presenza di programmi economici per farne il montaggio, la diffusione di relativi lettori portatili e la presenza di una rete di blog (una forma di pubblicazione sul web, facilmente accessibile anche ai non esperti). Ma la pratica del podcasting precede, come spesso accade, la nascita del nome. Nel 2001 David Winer, un noto blogger, aveva modificato la struttura del feed, in modo che potesse contenere anche file audio, oltre a file di testo. Convincendo un famoso personaggio radiofonico a diffondere in questo modo alcune interviste, aveva quindi realizzato *ante litteram* il primo podcast. Spesso si attribuisce invece a un altro noto broadcaster, Adam Curry, la paternità del podcast, forse perché ha avuto la capacità di intravederne le potenzialità. Questi tre personaggi, "padri" del podcast, si ritrovarono a una conferenza di blogger nel 2003 e questa viene considerata la data di inizio del fenomeno podcasting (Sterne et al., 2008).

Il podcasting quindi nasce, di nome e di fatto, come un "parente" della radio in una grande "famiglia", costituita dalla rete sociale dei blog. Se a questo si aggiunge la diffusa presenza di web-radio (cioè emittenti che decidono di utilizzare la rete per le proprie trasmissioni, in

³ MP3 è la sigla del formato audio digitale che è al momento quello dominante. Questo standard comporta una compressione dell'audio, quindi una riduzione del numero di dati che rappresentano il suono, ma non ne riduce sensibilmente la qualità.

diretta o in differita), è facile pensare al podcast come un prodotto dell'evoluzione della radio. Il podcasting è tecnologicamente simile alla radio internet, ma è concettualmente diverso, perché non è un flusso di informazioni e rappresenta una forma di iper privatizzazione dell'ascolto (Bonini, 2006). Ma alcune considerazioni su cosa rappresenti questo strumento, da un punto di vista della comunicazione, saranno affrontate più avanti. Ora si vedrà invece in quanti modi viene utilizzato il podcast e quali prospettive apre.

2. Usi, audience e mercato

Questa ricerca si concentra sul podcasting delle riviste scientifiche, ma questo non è che una piccola goccia nel mare delle possibilità. Per dare un'idea di questa vastità e delle potenzialità del mezzo, citeremo brevemente alcuni ambiti in cui il podcast è una realtà presente. Per poi accennare alle sue dimensioni di mercato.

Una prima categoria di produttori di podcast, molto facile da individuare, sono le radio. Quelle nate su internet, già citate, ma soprattutto le radio tradizionali, quelle che, al di là delle appendici web, trasmettono nell'etere. Per rimanere in Italia possiamo citare Radio RAI, Radio 24, Radio DeeJay, ma sono numerosissime le radio locali o quelle universitarie. Le emittenti radiofoniche usano il podcast per diffondere le "repliche" di alcuni programmi. Li scelgono con logiche diverse, ma tenendo presente che esistono vincoli di copyright che limitano la libera diffusione di musica attraverso il podcasting. In questo caso, ovviamente, l'investimento è minimo (solo qualcuno che si occupi di montarle e pubblicarle in rete) e il vantaggio è massimo. In termini di visibilità, visto che nel web si entra in una dimensione globale e si può "trasmettere" ben più lontano rispetto a quanto possa fare qualsiasi antenna. Ma anche rispetto alla creazione di una comunità di ascoltatori, che trova nel web un luogo d'incontro.

Anche la stampa on line è una grande utilizzatrice di podcast: quotidiani e periodici hanno adottato questo strumento per riportare interviste e opinioni. Hanno colto le opportunità del nuovo medium, in un panorama pieno di incertezze per la carta stampata. Come evidenzia anche un recente rapporto del Pew Research Center, secondo il quale i giornali sono stati superati da internet come fonte di informazione. Il 40% degli americani intervistati sostiene di

cercare le proprie notizie su internet (<http://pewresearch.org/pubs/1066/internet-overtakes-newspapers-as-news-source>).

La scuola è l'altro ambito nel quale il podcast imperversa. È talmente diffuso da essere considerato uno strumento didattico a tutti gli effetti, almeno nei paesi che sono più pronti a introdurre la tecnologia nell'insegnamento. Viene usato nelle scuole di diverso grado, ma in particolar modo nelle università. Navigando su internet si trovano lezioni su tutte le discipline, che sono offerte in podcasting agli studenti o a chiunque sia interessato. Gli insegnanti hanno accolto fin dall'inizio il podcast come una grande opportunità (Campbell, 2005). Non mancano però le voci critiche, che riconoscono l'utilità del podcast per alcuni studi, ad esempio linguistici o musicali, ma non ne auspicano un uso generalizzato. Per non correre il rischio di far credere che una lezione in podcast possa sostituire una lezione di una persona in carne e ossa. E per non perdere di vista alcuni parametri importanti nell'applicazione di una tecnologia a scopo didattico: l'efficacia, la disponibilità e l'ineguaglianza (Barbazon, 2007). Il podcast si prospetta in definitiva come un mezzo che non ha di per sé un valore aggiunto, ma che può aiutare nel percorso formativo (Deal, 2007). E può essere utilizzato in maniera più complessa, ad esempio coinvolgendo gli studenti nella produzione dei contenuti. È quanto si propone ad esempio il progetto IMPALA (*Informal Mobile Podcasting And Learning Adaptation*), nato nel 2006 nel Regno Unito. Sul sito del progetto (<http://impala.ac.uk>) oltre alla descrizione delle sperimentazioni svolte, si trova l'interessante neologismo di "podagogia" (podcasting+pedagogia).

Ci sono istituzioni di ogni tipo che hanno adottato un podcast come strumento informativo e sono talmente tante che non ha senso neanche elencarle in categorie. Forse è meno noto invece, che questo strumento è usato dalle grandi aziende per la comunicazione interna (Venturi, 2006).

Non abbiamo ancora citato una tipologia di produttori che potrebbe essere la più numerosa in assoluto: i podcaster amatoriali. Le persone qualunque che realizzano i podcast, così come scrivono blog o sfruttano le tante possibilità comunicative della rete per condividere i propri interessi ed esperienze. Sono ovviamente un numero indefinibile.

In realtà possiamo dire in generale che il podcasting è un fenomeno dalle dimensioni imprecisate. È recente e la letteratura che lo riguarda è molto scarsa. Cercando libri o articoli sul podcast, ci si imbatte quasi esclusivamente in testi che descrivono come produrlo: quali strumenti usare, dove pubblicarlo, come renderlo popolare.

Nel web le risorse che lo riguardano si moltiplicano esponenzialmente, in tutte le forme possibili (blog, siti, reti sociali). Abbiamo trovato anche riviste sul podcasting, on line e con una versione cartacea. Il messaggio ricorrente su questi siti è: “chiunque può diventare un podcaster”. A questo si aggiunge spesso: “... e diventare famoso e fare molti soldi”. Parrebbe quasi che la profezia di Andy Warhol, che la televisione porterà a ciascuno i suoi quindici minuti di popolarità, si possa avverare invece grazie al podcasting. Questo mondo che ruota intorno al podcast, che promette grandi guadagni, ci sembra anche il suo primo mercato: sono mobilitate idee e investimenti nei siti, nelle pubblicazioni e cresce l’offerta di strumenti tecnici (microfoni, registratori, software,...) “ideali per il podcast”. Le altre possibilità, quali altri indotti il podcasting potrebbe generare, sono molto più nebulose.

Nel 2008 alcune aziende che si occupano di indagini di mercato, hanno pubblicato alcuni dati sull’uso del podcasting negli Stati Uniti. In un rapporto firmato da Edison Media Research e da Arbitron si trovano i risultati di un sondaggio telefonico sulla conoscenza e l’uso del podcasting e di altri media. Il 37% degli intervistati (maggiori di 12 anni) ha sentito parlare di podcast e il 18% lo ha ascoltato. Tra gli utenti che usano regolarmente internet questa percentuale sale al 24%. L’utente tipo, che ha ascoltato un podcast almeno una volta, è di sesso maschile (nel 53% dei casi), non ha un’età prevalente (tutte le classi sono rappresentate), ha un livello di istruzione medio-alto (il 25% ha completato l’istruzione universitaria) e un reddito mediamente superiore rispetto ai non consumatori di podcast. Gli utenti di podcast sono anche attivi frequentatori di reti sociali e, al di là di quello che si potrebbe pensare, vista la “portabilità” dei file MP3, ascoltano il podcast sul computer (71%). Un rapporto del Pew Research Institute, pubblicato nell’agosto del 2008, ci informa invece sull’andamento del numero di podcast scaricati. Secondo questi dati gli utenti occasionali di podcast (tra coloro che navigano in internet) sono aumentati costantemente dal 2006, aumentando del 19% solo nel 2008. Ed è aumentata l’offerta, misurata da Podcast Alley, un sito che raccoglie e cataloga podcast: da 26.000 nel 2006 a più di 43.000 nel 2008.

I consumatori di podcast sono costantemente monitorati e questo fa pensare a un reale interesse verso questo mercato potenziale, anche se le stime che si trovano in internet sono le più varie.

3. Il podcast come medium

La posizione del podcast nell'ambito dei mezzi di comunicazione non è affatto scontata. Il podcast è digitale, si diffonde attraverso la rete (internet, ma anche la rete telefonica mobile), ma può essere consumato al di fuori di essa, in maniera individuale e totalmente personalizzata. Rende possibile uno scenario dove l'audience diventa produttrice di contenuti e per questo si abbattano le barriere alla crescita della radio in internet. Ma il podcasting non è radio: non ci propone un flusso continuo d'informazioni, non ci consente di ascoltare per caso una trasmissione che non abbiamo scelto, non provoca quella sensazione di vicinanza tra l'ascoltatore e chi è al microfono. Uno degli aspetti più sorprendenti e problematici del podcasting è secondo Bonini (2006) l'iper-privatizzazione dell'ascolto, cioè il fatto che si possa individualmente e in maniera del tutto autonoma fruire dei contenuti offerti dal podcast: da soli si possono cercare i podcast, sceglierli, scaricarli e creare una propria programmazione.

Richard Berry, uno dei pochi studiosi di media che si è occupato di podcasting, lo descrive come un nuovo medium, nato dalla convergenza di web, contenuti audio e lettori digitali portatili (Berry, 2006). Ne cerca di stabilire la relazione con la radio e conclude che il podcasting non costituisce una minaccia per il broadcast⁴, ma un'opportunità di sviluppo e di ripensare la radio come mezzo di comunicazione.

La flessibilità dell'ascolto, in termini di luoghi, mezzi e tempi per praticarlo, non è comunque una caratteristica particolarmente rivoluzionaria. Molte modalità di ascolto sono possibili anche per il broadcast. La varietà di tipi di ascolto e di tipi di programmi possibili con il podcast, fa sì che il suo elemento caratterizzante diventi la modalità di distribuzione. È questa che definisce il medium. Ma riguardo al fatto che si tratti di un nuovo medium non tutti sono

⁴ La trasmissione di informazioni da un emittente a dei riceventi. Il termine si identifica con la trasmissione radio e televisiva.

d'accordo. Secondo Sterne e altri ricercatori della McGill University, il podcasting va considerato come un insieme di tecnologie collegate, di pratiche e di istituzioni (Sterne et al., 2008). Gli autori sostengono che il podcasting non sia un'alternativa al broadcasting, ma una sua realizzazione, che deve esistere e competere con le altre possibili. Il podcasting può essere visto piuttosto come un'alternativa culturale al broadcasting, se si ripercorre la storia di quest'ultimo. Guardando agli ultimi 70-80 anni si trovano una serie di definizioni di broadcasting, ma quella che poi si è affermata è quella di broadcasting "aziendale". Il fatto che ora il broadcasting si identifichi principalmente come un sistema di produzione (oneroso) da parte di pochi (grandi compagnie o istituzioni) e di diffusione a molti (aperto ed economico), non significa che sia l'unica forma possibile. In questo senso il podcasting potrebbe contribuire a riaprire la discussione politica e culturale sul broadcasting.

4. Le riviste scientifiche stanno cambiando

Lo sbarco sul web è stato anche per le riviste scientifiche, come per tutte quelle realtà comunicative che più vecchie del web, un balzo in un mondo sconosciuto. E le ha poste di fronte a nuove possibilità, ma anche a nuovi ostacoli e in definitiva a ripensare il proprio ruolo. Gli echi di queste problematiche arrivano talvolta all'attenzione pubblica, quando si parla di "frodi" scientifiche (ricerche pubblicate con vistosi errori o dati inventati, che sono sfuggite al processo di revisione delle riviste) o di *open access*, cioè del movimento che sostiene la libera circolazione dei contenuti (Delfanti, 2007; Zivkovic, 2008). O anche quando una rivista come Nature sbarca nel mondo virtuale di Second Life (Schmundt, 2007).

Un'associazione canadese di biblioteche di ricerca (CARL, *Canadian Association of Research Libraries*) ha condotto uno studio tra il 2002 e il 2005, per esaminare come il sistema di comunicazione "accademico"⁵ si stesse trasformando in risposta a una varietà di fattori. La corposa ricerca, condotta attraverso una fase di documentazione e integrata con la realizzazione di *consensus conferences*⁶, è disponibile on line (CARL, 2005). Lo studio

⁵ Accademico è usato in questo contesto in un'accezione particolare. Non abbiamo infatti trovato termine migliore per tradurre l'aggettivo *scholarly*, che letteralmente sarebbe "erudito" o "di studioso", e che si riferisce alla ricerca accreditata (scientifica e umanistica).

⁶ Un metodo della ricerca sociale nato negli anni settanta per risolvere le controversie sull'uso di interventi sanitari o per orientare la ricerca. Si basa su incontri in cui le informazioni scientifiche vengono scelte e discusse da un insieme di ricercatori, ma anche di esperti di altri ambiti e rappresentati della società.

affronta molti temi, come gli aspetti economici delle pubblicazioni, la commercializzazione delle conoscenze, l'impatto delle tecnologie, la questione del copyright, ecc... Si sofferma sulla trasformazione delle pubblicazioni scientifiche in relazione al web e riporta nuovi modelli di comunicazione "accademica". Il contesto in cui opera questo tipo di comunicazione, come si è già detto, è cambiato (è post-accademico), e sono cambiati i pubblici interessati ai risultati delle ricerche. La diffusione di questi risultati può essere realizzata in vari modi e da diverse istituzioni, ma ha posto anche alle riviste il problema di soddisfare le esigenze di diversi tipi di utenti. La trasformazione è strutturale, perché legata alla digitalizzazione, alla possibilità di veicolare contenuti multimediali e di organizzare e rendere accessibili in modo diverso le risorse. Ma è anche sostanziale, perché costringe a ripensare ai target e al messaggio. E ampliando lo sguardo a un contesto ancora più ampio, possiamo vedere che non solo la pubblicazione, ma tutto il processo di produzione di conoscenza è stato trasformato dal web.

5. Le scelte metodologiche e il processo di questa ricerca

Come abbiamo detto ci siamo trovati di fronte a un oggetto di studio in parte indefinito e sicuramente poco studiato. Senza poter fare affidamento su ricerche affini, abbiamo adottato un approccio in gran parte originale. Ci ha comunque aiutato fare riferimento a due progetti europei sulla comunicazione della scienza alla radio (SCIRAB, *Science in radio broadcasting*) e su radio e televisione (AVSA, *Audio Visual Science Audiences*). In entrambi i casi la prima fase dello studio consiste nell'utilizzare il web per individuare programmi radio o televisivi a tema scientifico, in modo da costruire una mappa dell'offerta. La fase successiva comporta l'ascolto e la realizzazione di incontri tra ricercatori, giornalisti ed esperti di comunicazione.

Abbiamo impostato la nostra indagine in maniera analoga, prevedendo una fase di ricerca dei podcast sul web, seguita dall'ascolto di alcuni di questi programmi e da un'analisi più approfondita. In pratica abbiamo prima realizzato una rassegna dell'offerta di podcast, costruendo delle schede descrittive, sulla base delle informazioni ricavate dal web. Successivamente abbiamo scelto alcuni podcast che ritenevamo interessanti rispetto alla nostra ipotesi, cioè che il podcasting sia utilizzato dalle riviste per ampliare i loro pubblici.

Abbiamo quindi ascoltato questi podcast e realizzato per ognuno una scheda, basata su una descrizione della struttura e su un'analisi del tipo di contenuti veicolati e degli ambiti toccati. Per cercare di interpretare le intenzioni comunicative delle riviste, abbiamo integrato le osservazioni fatte grazie all'ascolto, con le finalità dichiarate dalle stesse riviste sui loro siti web e attraverso un questionario, preparato ad hoc.

Podcast in rassegna

Per valutare la diffusione del fenomeno podcasting tra le pubblicazioni periodiche scientifiche abbiamo affrontato una lunga fase di ricerca e catalogazione. La mancanza di riferimenti metodologici ci ha spinto ad elaborare un approccio originale e a creare una nostra scheda di rilevamento. Il processo è stato graduale, via via che trovavamo i podcast e potevamo annotarne le somiglianze e differenze. Con le schede compilate abbiamo quindi potuto comporre un panorama delle riviste coinvolte e dei podcast offerti. Sulla base dei risultati abbiamo selezionato alcuni podcast destinati ad un'analisi più approfondita, improntata a verificare l'ipotesi iniziale che l'uso del podcast è per le riviste un'apertura verso un pubblico più ampio. Ma questa ultima parte sarà l'oggetto del prossimo capitolo.

1. I luoghi della ricerca

Il primo passo per trovare i podcast prodotti da riviste scientifiche è stato consultare siti creati *ad hoc* per la ricerca di podcast, come The Podcast Directory, Podcast, Podcast Alley, Audiocast. In questi siti è normalmente presente un motore di ricerca per parole chiave e, a volte, dei canali tematici o categorie che raggruppano podcast di argomenti affini. Il limite del servizio offerto sta nella difficoltà di orientarsi tra le numerose voci, dal momento che il database è aggiornato attraverso le segnalazioni degli utenti e raccoglie podcast di ogni tipo: dalla trasmissione di una radio a diffusione nazionale all'unica puntata di un esperimento casalingo. L'inserimento di parole chiave necessariamente generiche (scienza, biologia, ...) non consente una selezione raffinata. D'altra parte il tratto caratteristico che volevamo ricercare nel podcast (essere prodotto da una rivista scientifica) non è di grande interesse per la maggior parte degli utenti.

Il motore di ricerca di Google ha fornito altre indicazioni: verso le riviste più citate, ma anche verso articoli, liste personali di siti preferiti segnalate da lettori e tutta quella varietà di rimandi che emerge di solito da una interrogazione web.

Una fonte molto utile è stata la sezione "store" di iTunes, il lettore gratuito distribuito da Apple. Oltre alla funzione di lettore musicale, iTunes fornisce infatti l'accesso a un negozio virtuale dove è possibile acquistare musica, visualizzare video o abbonarsi a podcast. L'operazione è molto semplice e come in un qualsiasi sito che raccoglie elenchi di

collegamenti ad altri siti, sono presenti categorie e un motore di ricerca. L'enorme diffusione di questo software (compatibile con iPod o altri lettori MP3 portatili) ha probabilmente amplificato il fenomeno del podcast come nessun altro mezzo di comunicazione era riuscito prima (Venturi, 2006). Essere su iTunes è quindi diventato molto comune per tutti i podcast che aspirano a diventare popolari.

Un'altra strategia che abbiamo adottato nella fase di ricerca è stata quella di consultare i portali di editori di riviste scientifiche, come Oxford Journals, Elsevier, ecc. Abbiamo visto infatti che spesso la presenza di un podcast in una rivista non è un fatto isolato tra le pubblicazioni di uno stesso editore. Forse è il segnale di una precisa strategia editoriale: provare un nuovo strumento in una rivista, per poi estenderlo ad altre nel caso abbia avuto un buon riscontro. Quindi questa osservazione ci ha agevolato nella ricerca, ma anche fornito un elemento ulteriore di riflessione sul perché le riviste adottano un podcast. E ci ha suggerito che per entrare nella logica commerciale degli editori il podcast deve aver superato un esame costi/benefici: deve essere maggiore l'effetto positivo (sul numero di lettori o sul loro apprezzamento della rivista) rispetto all'investimento affrontato.

2. I criteri di selezione

Abbiamo incluso nella rassegna i podcast riconducibili a riviste scientifiche dotate di un processo di revisione degli articoli (peer review) e comunque caratterizzate dalla pubblicazione di articoli di ricerca. Ma nel corso della ricerca ci siamo imbattuti anche in podcast legati a riviste divulgative (di seguito indicate come popolari, v. paragrafo 3) e a testate giornalistiche. Tra queste ne abbiamo inclusa una sola nella rassegna, cioè *Scientific American*. Le ragioni della scelta di questa testata hanno a che fare con la sua enorme diffusione e con la sua affinità con le riviste scientifiche accademiche. Sono infatti in circolazione 15 diverse edizioni, sparse in tutto il mondo, corrispondenti a più di un milione di copie cartacee (dati forniti dalla rivista su: <http://www.sciam.com>). E la versione on line risale al 1996, in pieno boom del world wide web⁷, ma quando l'accesso a internet era ancora un mezzo per pochi. Allo stesso tempo *Scientific American*, con una storia di più di 150 anni

⁷ World wide web, che diventa la www nell'indirizzo di molti siti, è un servizio che consente agli utenti di pubblicare contenuti multimediali, distribuire software e servizi (Wikipedia). Non è sinonimo di internet, che indica invece l'infrastruttura, la rete, che lo ospita.

alle spalle, non è esattamente una rivista popolare nel linguaggio e nei contenuti. È stata in principio vetrina delle grandi invenzioni tecnologiche, ha una lista di autori celebri (tra i quali 120 premi Nobel) e ha sempre mantenuto un rigore e un'accuratezza dell'informazione che la avvicinano più ai periodici peer reviewed che alla stampa popolare. Con queste caratteristiche ci è sembrato opportuno includerla per avere una sorta di controllo: un formato di podcast scientifico prodotto da una rivista da un usare come riferimento. Per poter indagare il legame tra tipo di podcast e pubblico target della rivista. Abbiamo invece scartato i quotidiani o settimanali dotati di podcast dedicati alla scienza, perché avrebbero ampliato enormemente l'analisi e spostato il focus della tesi sul contenuto scientifico, piuttosto che sull'uso di uno strumento nuovo da parte delle riviste accademiche.

I criteri d'esclusione più frequenti sono stati: la presenza di una sola puntata o l'assenza di puntate negli ultimi sei mesi, la difficoltà nel capire di che tipo rivista si trattasse (presenza o meno di peer review e di articoli originali di ricerca), l'impiego di contenuti audio trasposti dalla radio. Al contrario abbiamo incluso podcast afferenti a più riviste dello stesso gruppo editoriale (ad esempio del Nature Publishing Group, editore di Nature).

3. La creazione della scheda

In appendice sono riportate le schede compilate con i dati di ciascun podcast, realizzate con un software di database (FileMaker Pro, v. 6). Questo programma rende semplice confrontare le voci del database ed esportarle ad altri software o sul web (prospettiva interessante nel caso di un'eventuale pubblicazione on line dei risultati). Nella scheda (fig. 1) abbiamo riportato una descrizione costruita sulla base delle informazioni presenti sul sito: alcune sono state riprese direttamente (il nome del podcast, la presenza di uno strumento di download, ecc...) altre sono state ricavate. Il campo "con", ad esempio, indica i nomi delle voci principali, cioè dei conduttori del podcast: informazione non sempre di facile reperimento. Accanto al nome è indicata (o presunta) la professionalità del conduttore, con una serie di definizioni più o meno stringenti. *Giornalista* è utilizzato ad esempio con un'accezione ampia, invece *redattore* non preclude un'attività giornalistica, ma mette in risalto il tipo di relazione del conduttore con la rivista. Infine *ricercatore* è stato utilizzato per quei casi in cui l'attività lavorativa sembrava prevalentemente legata alla ricerca scientifica.

Figura 1 - Scheda di rilevamento dei podcast creata in FileMaker Pro

Formato 1

Richieste: 1

Ometti

Simboli

Trova

rassegna.fp5

con

sponsor

PROGRAMMAZIONE

periodicità

durata media

data inizio

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini

testo

commenti

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click)

podcasting

download diretto

ascolto on line

trascrizioni dell'audio

archivio puntate

faq o aiuto

gratuità

presenza in iTunes store

email dedicata

RIVISTA EMITTENTE

nome

periodicità

tipologia

ambito

disciplinare

componente prevalente

100 Trova

L'indirizzo internet si riferisce sempre alla pagina specifica del podcast. Lo *sponsor* è esplicitato quando si tratta d'istituzioni, fondazioni o dello stesso gruppo editoriale della rivista, altrimenti è indicato con sì/no.

Le altre informazioni della scheda sono organizzate in quattro sezioni: programmazione; presentazione sul web; modalità di fruizione e accesso; rivista emittente. Non abbiamo invece

considerato i feed e i relativi dati⁸, che possono non rispecchiare la quantità di informazioni presenti sul sito. La costruzione di feed ricchi di dati denota professionalità e agevola l'utente, ma una simile valutazione rappresentava un livello troppo raffinato d'indagine e andava oltre la finalità di questa tesi. Abbiamo comunque usato un software aggregatore di feed (Vienna) per colmare le eventuali lacune di dati (durata del podcast, data, ...).

Di seguito una descrizione delle sezioni.

Programmazione

Oltre alla *periodicità* delle puntate è indicata la *durata media*, stimata sulla base delle puntate più recenti, e la *data d'inizio* della serie, che corrisponde alla prima puntata disponibile dell'archivio.

Presentazione sul web

Per *immagini* s'intendono anche elementi grafici o miniature delle copertine della rivista, così come per il *testo* non si fanno distinzioni di lunghezza. La presenza di uno strumento per commentare le singole puntate è segnalata nel campo *commenti*. Abbiamo ritenuto che questa voce fosse più appropriata qui, che non nella sezione sulla fruizione, perché arricchisce il testo e anche perché contribuisce a costruire "l'immagine del podcast". Un podcast che può essere commentato stimola la partecipazione e si presenta aperto al giudizio dell'ascoltatore.

Modalità di fruizione e accesso

L'accessibilità di un podcast riguarda sia la possibilità di poterlo individuare facilmente una volta arrivati sul sito della rivista, sia la sua visibilità "esterna". Per misurare la prima abbiamo scelto un parametro comunemente usato nella valutazione dei siti web, che consiste nel contare quanti passaggi (*n° di click*) sono necessari dalla homepage per raggiungere le informazioni cercate. Come misura della visibilità al di fuori del sito abbiamo invece considerato la presenza del podcast su iTunes, che come abbiamo detto è un riferimento importante per la ricerca di questo tipo di audio.

⁸ Il feed o feed RSS (Really Simple Syndication) è un file che racchiude una serie di informazioni testuali, visive e, come nel caso del podcast, contenuti audio (v. anche introduzione, pag. 5). È utilizzato per distribuire informazioni e segnalare gli aggiornamenti di una pagina "a domicilio", senza che gli utenti debbano visitarla. Il contenuto del feed può essere infatti letto con appositi software, definiti "aggregatori".

Per accessibilità s'intende anche l'insieme di caratteristiche che rende un contenuto di una pagina web fruibile in modi diversi. Ad esempio, aumenta l'accessibilità la presenza di una versione solo testuale e statica, cioè senza animazioni, che può essere vista indipendentemente dal tipo di programma usato per la navigazione. In questo senso sono stati inseriti i campi relativi alla presenza di *trascrizioni* e alle diverse modalità per ascoltare gli audio (*podcasting*, *download diretto*, *ascolto on line*). Il campo *podcasting* si riferisce alla presenza di un feed, quindi alla possibilità di sottoscrivere un abbonamento al podcast attraverso iTunes o un altro aggregatore, e non dover quindi ritornare sul sito per ascoltare una nuova puntata. È l'elemento fondamentale per poter dare a un audio, diffuso attraverso il web, il nome di podcast. Il *download diretto* si riferisce alla possibilità di scaricare il file dell'audio sul proprio computer, ma senza dover ricorrere a un programma particolare. In questo modo l'utente è libero di utilizzare gli strumenti che preferisce per ascoltare la trasmissione, anche se ogni volta dovrà tornare nella pagina del download per procurarsi nuovi file. Infine l'*ascolto on line* è un'ulteriore possibilità: l'audio viene riprodotto direttamente sul sito, con il vantaggio che l'utente non occupa spazio nel disco rigido del proprio computer. Ma questa funzione gli consente anche di avere un assaggio della trasmissione e quindi decidere se scaricarla oppure no.

L'*archivio puntate* è uno strumento utile per cercare audio già pubblicati, ma, ancora una volta, aiuta a farsi un'idea del tipo di podcast offerto.

La presenza di una spiegazione sull'uso del podcast, realizzata come *faq* (*frequently asked questions*, cioè domande più frequenti e relative risposte) o come elenco di istruzioni (*aiuto*), è un elemento che aiuta la fruizione. Lo strumento non è infatti così diffuso e la conoscenza del suo funzionamento non può essere data per scontata. Allo stesso modo può essere un aiuto la presenza di un indirizzo email espressamente dedicato al podcast. L'*email dedicata* consente un contatto diretto, senza che l'utente debba cercare nel sito altri riferimenti e corra il rischio di scrivere all'indirizzo sbagliato. Ma dal punto di vista della rivista è anche un modo per mostrarsi disponibile verso gli utenti e, anzi, sollecitare l'invio di commenti o suggerimenti sul podcast.

Rivista emittente

La tipologia di rivista comprende tre categorie: riviste *accademiche*, con peer review e pubblicazione di articoli di ricerca originali; *professionali*, cioè destinate ad esperti ma che

fanno riferimento alla letteratura accademica e riportano trend, eventi, opinioni; *popolari* o rivolte a pubblici di non esperti. Queste categorie fanno riferimento alle definizioni diffuse da diverse biblioteche americane per aiutare gli utenti nella consultazione dei periodici scientifici (ad esempio <http://www.library.wvu.edu/ref/howtoguides/scholarlyvpopularjournals.html>, http://www.libraries.rutgers.edu/rul/indexes/scholarly_articles.shtml): *scholarly* o *academic*, *trade* o *professional* e *popular*.

L'*ambito disciplinare* definisce categorie molto ampie, dedotte visitando il sito delle riviste: interdisciplinare, medicina, biologia, chimica. Sono possibili anche scelte multiple, come medicina-biologia o biologia-chimica.

Abbiamo aggiunto l'ultima notazione in fondo alla scheda quando ormai tutte le schede erano compilate ed era possibile avere un quadro generale dei tipi di podcast osservati. Il "*componente prevalente*" è infatti una categoria, assegnata sulla base di un ascolto parziale, indicativa di cosa ci si può aspettare dal podcast descritto. Tra le possibili voci di questo campo ci sono:

- indice audio (una rassegna degli articoli della rivista)
- commento ad articoli della rivista
- interviste a ricercatori/autori
- news di ricerca
- news e eventi di comunità (agenda di appuntamenti e notizie indirizzate a un target ben preciso)
- ricerca legata all'attualità (trattazione di argomenti scientifici arrivati all'attenzione dei media generalisti).

4. I risultati della rassegna

4.1 Quante e quali riviste

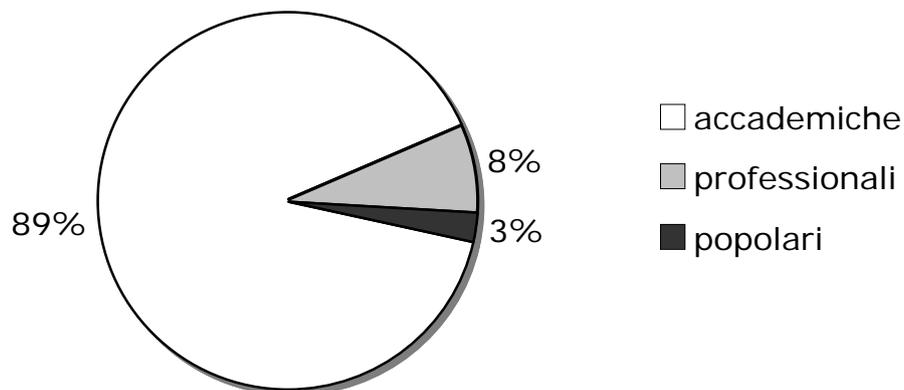
Il numero di riviste scientifiche peer reviewed on line è piuttosto difficile da quantificare, ma una stima del 2004 è nell'ordine della decina di migliaia (Tenopir, 2004). Dalla rassegna effettuata risultano 46 podcast. Questo accostamento di cifre potrebbe far pensare che il podcasting occupi uno spazio inesistente nel vasto mare dell'informazione scientifica "validata". Tuttavia dobbiamo considerare anche la qualità e diffusione delle

riviste coinvolte. Nature e Science, che compaiono nella rassegna, sono due riviste di riferimento per la comunità scientifica, ma anche per il mondo dei media e di conseguenza per una più ampia fetta di società.

Ai 46 podcast siamo arrivati a partire da circa 70, selezionandoli secondo i criteri già descritti (par. 2) in modo da rimanere con programmi confrontabili. Abbiamo scartato quelli prodotti da testate giornalistiche, ma riportiamo comunque che si tratta di quotidiani e settimanali opinion leader come il New York Times, il Guardian e il Time. Il podcast sembra quindi uno strumento molto diffuso in tutti i settori editoriali, con un bacino di utenti evidentemente consistente.

Considerando che alcune riviste hanno più di un podcast, risultano 38 diverse pubblicazioni, di cui (fig. 2) 34 accademiche, 3 professionali e una popolare (Scientific American, con quattro podcast). Le Scienze, edizione italiana di Scientific American, ne è ad oggi sprovvista⁹, pur avendo una sezione multimediale. Allo stesso modo le poche riviste accademiche italiane non hanno un podcast, quindi la totalità degli audio individuati è in lingua inglese e proveniente da paesi anglosassoni.

Fig. 2 - Riviste che hanno uno o più podcast

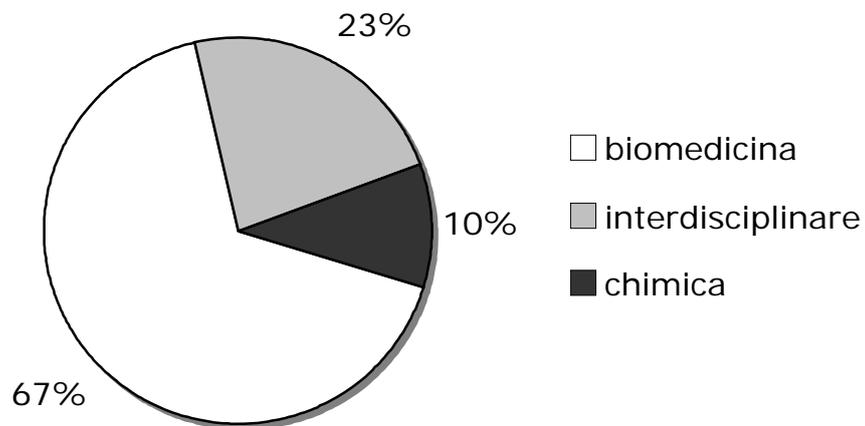


La distribuzione delle riviste tra gli ambiti disciplinari è nettamente orientata verso la biomedicina, con quasi il 70% del totale (fig. 3). Se in questo gruppo consideriamo solo le riviste strettamente mediche, quindi quelle di biologia applicata alla medicina, la percentuale

⁹ Sappiamo tuttavia che il podcast è in arrivo per i primi mesi del 2009.

arriva quasi al 50%. Vediamo che oltre alla chimica non compaiono altre discipline, risultato piuttosto sorprendente la cui interpretazione è a livello di pura speculazione. Non abbiamo riferimenti circa il peso delle riviste di biomedicina sul totale delle riviste accademiche, ma non pensiamo che la spiegazione si possa esaurire in questi termini.

Fig. 3 - Ambiti disciplinari delle riviste



La biomedicina è anche la scienza più raccontata sui media (Fantoni et al., 2002). Le riviste di questo ambito sono quindi prese come fonte di informazioni accreditata e ne sono consapevoli. Quando scelgono di produrre un podcast hanno presente i loro pubblici potenziali e quindi lo percepiscono come strumento in grado di raggiungerli. Il podcast può essere visto come un'arma in più nella corsa a guadagnare visibilità.

A riprova di questo troviamo nella rassegna famose riviste rivali, oltre ad altre sconosciute ai più, come The Journal of Bone and Joint Surgery o Rheumatology News International. Ci sono Lancet e The British Medical Journal: i corrispettivi di Nature e Science in quanto ad autorevolezza e opinion leading. Non è probabilmente un caso che queste coppie di periodici scientifici in aperta competizione, per prestigio e lettori, abbiano entrambe il podcast, ma quali siano arrivate per prime sarà un tema affrontato delle prossime pagine.

4.2 I podcast: come si presentano

La rivista che ha un podcast non lo tiene nascosto: quasi sempre inserisce un collegamento (testuale, grafico o entrambi) direttamente in homepage, così che in un unico passaggio si raggiunge la pagina dedicata. Qualche eccezione però c'è, in senso positivo (Cell mette anche le ultime puntate dei suoi contributi audio in homepage) e in senso negativo (non esiste il link per Rheumatology News International e Technology Review). Nel caso di Radiation Research il podcast non è neppure presente nella pagina. Si trova invece nella homepage della Radiation Research Society, da cui dipende la rivista. Il podcast non è immediatamente visibile, perché è in un menù a scomparsa. Ciò significa che chi arriva direttamente nella pagina della rivista, non sa che questa ha un podcast. Anche chi lo cercasse su iTunes non lo troverebbe: è l'unico di questa rassegna a non essere presente. Queste osservazioni ci suggeriscono che forse Radiation Research è ancora in una fase di sperimentazione dello strumento. Forse non ritiene di doverlo pubblicizzare o magari non ha la consapevolezza che farlo sia importante. O forse lo fa, ma attraverso altri canali. D'altra parte non è detto che essere nel negozio virtuale di iTunes sia la strategia vincente. Essere presente lì è per un podcast come è per noi avere il numero sull'elenco telefonico: non riceviamo per questo una chiamata dietro l'altra, ma possiamo essere raggiunti da chi sta cercando proprio noi. Il numero di podcast raccolti su iTunes è tale, che non possiamo affidarci a una ricerca con parole chiave generiche, perché verrebbero fuori liste interminabili di risultati. Se anche questo programma si presenta come aggregatore di questo particolare tipo di contenuti, non è immune dall'eccesso di informazione tipico del web, che fa sì che orientarsi sia difficile. Si arriva così al paradosso che per trovare qualcosa che non conosciamo dobbiamo già conoscerla.

Quindi è vero che una rivista che mette il podcast che produce in bella mostra, in homepage, ha intenzione di valorizzarlo, ma se vuole usarlo come mezzo per raggiungere altri pubblici deve pensare a una strategia. Non può supporre che sia sufficiente iTunes o l'utente capiti per caso sulla sua pagina.

Le pagine dedicate al podcast sono più o meno ricche di informazioni, ma hanno elementi ricorrenti: l'elenco delle puntate, disposte per data decrescente e accompagnate da una descrizione (poche righe sul tema e gli ospiti della puntata oppure un testo più articolato); di rado immagini di accompagnamento; in qualche caso la possibilità per gli utenti di commentare le singole puntate. Questo strumento partecipativo è adottato da Scientific

American (insieme ad altre funzionalità di condivisione tipiche delle reti sociali), Nature e tre riviste i cui podcast sono in pratica audioblog: BMJ, Radiation Research e Neurosurgical Focus. Questa forma di blog, che precede storicamente il podcast (pag. 5), ha la possibilità di pubblicare file audio oltre che testi. E la piattaforma che la ospita è pensata per agevolare l'uso di chi non sia pratico di programmazione: con questo strumento è abbassata la soglia di alfabetizzazione informatica necessaria per diventare diffusori di podcast.

Ma un'altra considerazione a questo punto è importante: la forma dell'audioblog o la possibilità di commentare e condividere sono delle strategie per guadagnare visibilità. Le riviste che, più o meno consapevolmente, adottano questi strumenti entrano in una "rete nella rete", fatta di relazioni tra persone (una rete sociale, appunto). Una rete che è un sistema adattativo e complesso, come quello formato da una colonia di formiche, il cui comportamento collettivo è espressione di una comunicazione tra formiche vicine (Maistrello, 2007). Nello stesso modo operano i milioni di persone che usano i blog o altri strumenti sociali, facendo emergere dal web le informazioni più interessanti, attraverso il "passaparola" (Granieri, 2006). Forse in questa ottica ha più senso per Radiation Research essere nella rete dei blog e avere una pagina su Facebook (la rete sociale di cui si parlerà anche più avanti, a pag. 35), per far conoscere il proprio podcast, piuttosto che essere rintracciabile su iTunes.

La pubblicità che una rivista fa del proprio podcast e il contesto visivo in cui lo inserisce sono comunque parametri deboli da analizzare, vista la rapidità con la quale vengono aggiornati e rinnovati i siti web. Durante lo spazio di pochi mesi, tempo dedicato alla ricerca, abbiamo osservato pagine completamente rinnovate, che ci hanno costretto a rivedere le iniziali valutazioni.

4.3 I podcast: all'ascolto!

Tutti i podcast considerati hanno un feed per abbonarsi, caratteristica indispensabile per poterli definire tali, tranne *Science sessions* della rivista PNAS. La rivista raccoglie in una pagina una serie d'interviste indicandole come podcast, ma: non fornisce un feed, non indica la data delle puntate e in sostanza usa lo strumento in maniera impropria. Tuttavia PNAS è stata inclusa nella rassegna, vista la sua importanza tra le riviste scientifiche.

Per quasi tutti i programmi è possibile l'ascolto on line, in alcuni casi personalizzato (che consente il passaggio da un "capitolo" all'altro dell'audio), ed è possibile scaricare la puntata sul proprio computer.

Le possibilità di fruizione aumentano ulteriormente per i 12 podcast che mettono a disposizione le trascrizioni degli audio (tab. 1). Possono farne uso gli utenti con disabilità o quelli la cui lingua madre non sia l'inglese. La forte vocazione internazionale delle riviste elencate sembra coerente con questa scelta. Nel caso di EID Podcast, la scelta va nella direzione di soddisfare un pubblico multiculturale ed è in linea con la politica dei CDC americani (Center for Disease Control and Prevention, editori della rivista).

Tabella 1 - Podcast per i quali sono disponibili trascrizioni degli audio

Nome della rivista	Nome del podcast
Annals of Internal Medicine	Annals Audio Summary
BMJ	BMJ
Chemistry World	Chemistry World Podcast
Emerging Infectious Disease	EID Podcast
Nature	Nature Podcast
The New England Journal of Medicine	NEJM this week - Audio
Science Magazine	Science podcast
Science Signalling	Science Signalling Podcast
Scientific American	60-second Earth
“	60-second Pshyc
“	60-second of science
“	Science Talk

La grande maggioranza dei podcast mette on line un archivio delle precedenti puntate e una serie di indicazioni utili per agevolare l'uso degli audio, come le risposte alle domande più frequenti, le istruzioni sui programmi da utilizzare per l'ascolto o su come usare iTunes per abbonarsi. Meno della metà dei podcast è invece accompagnato da un indirizzo email dedicato, a cui inviare commenti o richieste di chiarimenti.

Un'altra considerazione importante rispetto alla fruizione, riguarda la gratuità del servizio: tutti gli audio sono accessibili liberamente e senza la necessità di un abbonamento alla rivista (cartacea o online). Questa caratteristica è molto importante e coerente con la nostra ipotesi che il podcast venga usato per ampliare il target di utenti. Ma ha anche un peso considerevole da un punto di vista economico: le risorse per produrlo, non possono fare affidamento sulle vendite, ma vanno trovate altrove.

Una possibilità potrebbe essere inserire la pubblicità, ma è una strada che non è molto praticata o forse non ancora, visto che in generale il podcasting è visto come un mercato potenziale enorme (pag. 8). Ma visto che le logiche commerciali in internet funzionano diversamente (Castells, 2006) non è prevedibile se sia proprio la pubblicità, come la intendiamo su altri media, ad essere una soluzione. Quello che invece si ritrova nel podcast è uno sponsor, citato brevemente all'inizio e alla fine della trasmissione. Per sei riviste (Nature, Chemod, NEJM, Proteomics, Biology Therapy in Rheumatoid Arthritis, Technology Review) si tratta di sponsor commerciali, ma legati al mondo della ricerca, in altri casi sono istituzionali, come fondazioni, associazioni scientifiche o gli stessi editori.

4.4 I podcast: il palinsesto

Le periodicità di pubblicazione di nuovi podcast segue in genere quella delle riviste e a parte qualche eccezione è regolare (Fig. 4). La maggior parte delle riviste è mensile, ma a volte produce audio con maggior frequenza, ad esempio settimanale.

Solo *60-seconds of science* di Scientific American è un appuntamento quotidiano. La concomitanza di pubblicazione è legata al fatto che nella maggior parte dei casi il podcast, come vedremo in seguito, fa ampio riferimento ai contenuti della rivista e rappresenta in qualche modo un supplemento al numero. Per gli audio prodotti settimanalmente è spesso fissato il giorno di uscita.

La durata delle puntate è più o meno standardizzata a seconda dei podcast, ma in media prevalgono audio inferiori o uguali ai dieci minuti (Fig. 5), con quasi la metà di questi sotto i cinque minuti.

Fig. 4 - Periodicità

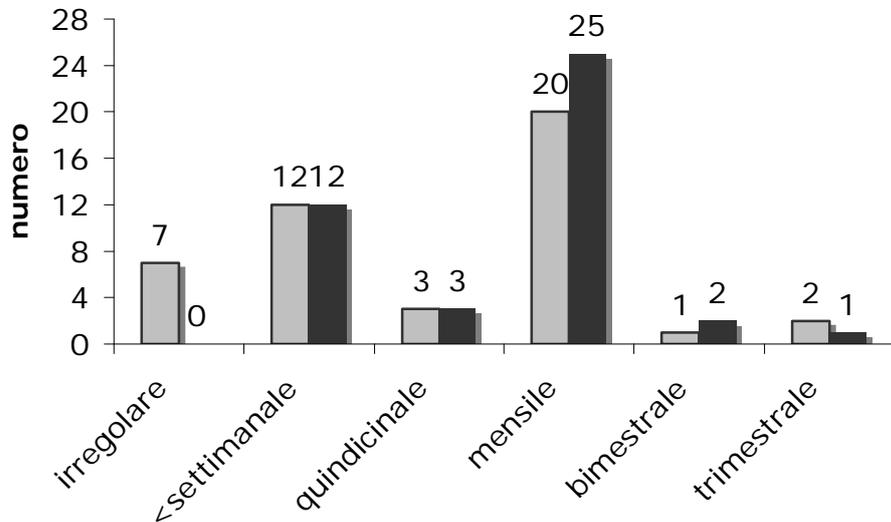
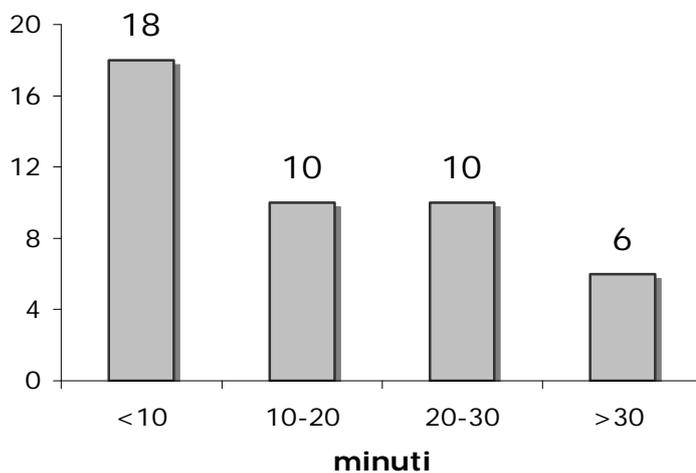


Fig. 5 - Durata

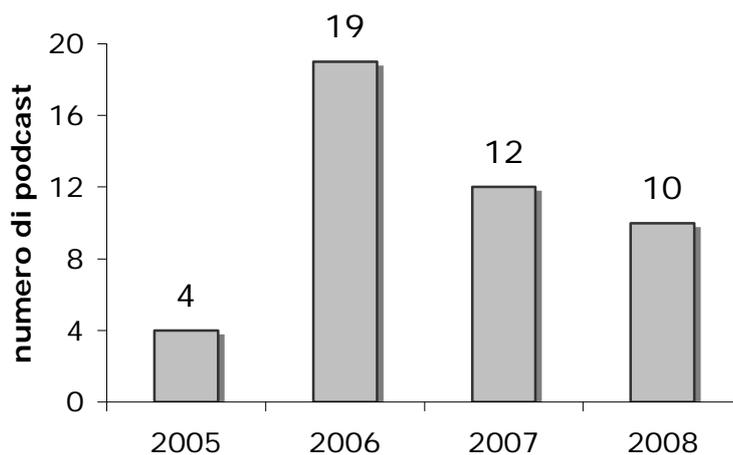


Non vediamo una particolare relazione tra la durata e le altre caratteristiche del podcast, né come periodicità, né come tipo di contenuti offerti. Sulla brevità possiamo però dire che è una caratteristica apprezzata sul web, sia dagli utenti e che dai produttori di contenuti multimediali. È più facile la fruizione ed è meno costosa la distribuzione in rete, perché audio più corti corrispondono a file più leggeri e a minor spazio occupato. Ma soprattutto,

nell'ottica di una produzione editoriale, significa investire anche meno risorse umane per la scelta dei temi, la redazione dei testi e la registrazione vera e propria. Può quindi rappresentare un buon compromesso adottare un formato breve pur di realizzare la produzione.

Quando è cominciata la programmazione? Dagli archivi delle puntate abbiamo scoperto che la prima rivista a proporre un podcast è stata JAMA (Journal of the American Medical Association) nel marzo del 2005. Ed era passato appena un anno da quando la parola “podcasting” era comparsa sul Guardian battezzando una pratica neonata, ma in forte espansione (Hammersley, 2004). L'uso che la rivista fa di questo strumento è in realtà uno strano ibrido, perché diffonde in versione digitale le registrazioni di teleconferenze con i suoi autori (*Author in the room teleconferences*, v. pag. 39).

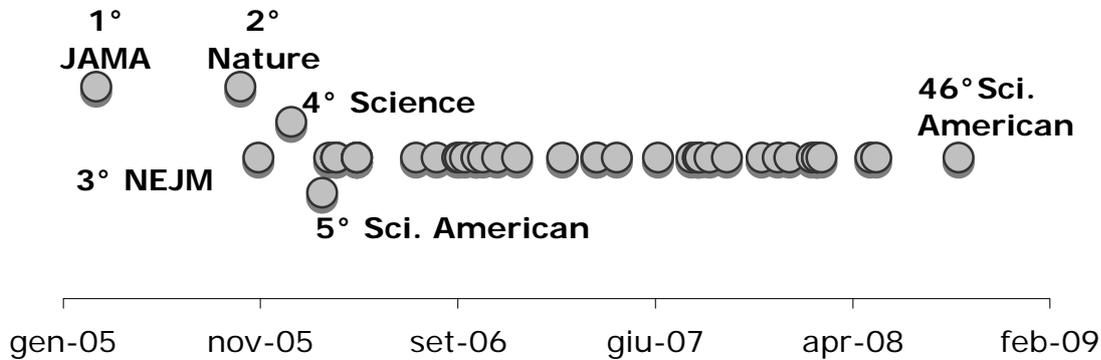
Fig. 6 - Anno di inizio



Nature comincia ad andare in voce poco dopo, nell'ottobre dello stesso anno. Alla fine del 2005 si contano quattro podcast (Fig. 6 e 7), mentre il New Oxford American Dictionary (NOAD) proclama “podcast” parola dell'anno (Oxford University Press, 2005).

Il New England Journal of Medicine rincorre JAMA, inaugurando il suo *NEJM – this week Audio summary*, e Science insegue Nature avviando anch'essa un podcast appena prima del Natale 2005. Si vanno da subito delineando delle tipologie di podcast che verranno seguite da molte altre riviste: le interviste con gli autori e il sommario audio (v. pag. 32).

Fig. 7 - Timeline anno d'inizio



Il 2006 è l'anno del boom: il podcast di Scientific American, *Science talk*, e a seguire quello di The Lancet e di altre 17 riviste. L'uscita di nuovi podcast si assesta poi negli anni successivi, intorno alla decina. Numeri interessanti, ma che non mostrano la reale dinamicità della situazione: accanto a podcast che nascono altri scompaiono, lasciando qualche traccia nella rete (ad esempio New Scientist, arenatosi dopo poche puntate, ma ancora rintracciabile). E rimane il fatto che i podcast della prima ora si raffinano, mutano, si trovano in contesti rinnovati.

4.5 I podcast: autori e conduttori

La precisa indicazione di chi sia l'autore dei testi e quale ruolo rivesta chi va in voce è spesso trascurata. Ma in generale il podcast in questo contesto è assimilabile a un prodotto editoriale e in quanto tale è curato dalla redazione della rivista. Giornalisti scientifici o caporedattori e redattori sono le figure che conducono le trasmissioni e presumibilmente gli autori. L'impressione è che venga fatto tutto "in casa", ancora una volta perché forse le riviste non dedicano risorse a un prodotto che non ha un chiaro ritorno economico. Forse anche volendo esternalizzare il lavoro, non avrebbero molta scelta, visto che la figura professionale di podcaster non è ancora ben definita e l'offerta non è ampia. Ma viene il sospetto che ci sia una convinzione di fondo alla base di questa scelta: che non sia necessaria una professionalità

particolare per produrre un podcast. È proprio il lato sbandierato dai suoi fautori, quello che lo renderebbe un mezzo democratico, perché tecnicamente è alla portata di tutti. Questa facilità di realizzazione si sposa con l'idea, diffusa tra gli scienziati e non solo, che per comunicare la scienza sia importante avere sufficienti conoscenze specifiche e non competenze comunicative.

Nelle riviste mediche i redattori hanno spesso una formazione medica, ma anche in altri casi si ritrovano curricula scientifici o ricercatori ancora in attività, che collaborano al podcast come esterni. È il caso ad esempio del podcast di Radiation Research, già citato. In questo programma la redazione e conduzione è affidata a otto ricercatori (biosifici, medici, biologi, ecc...) e al direttore della rivista. I conduttori sono veri propri inviati speciali, che vestono i panni degli intervistatori, mentre al direttore è lasciato il compito di segnalare articoli di rilievo della rivista.

Se la formazione scientifica è un tratto piuttosto comune ai conduttori, altrettanto non si può dire di una preparazione "radiofonica", che non è appunto ritenuta una competenza necessaria. La chiarezza di pronuncia, l'intonazione e la varietà vocale che rendono l'ascolto piacevole, insieme a un'adeguata costruzione dei testi, non si ritrovano sempre. Questo si traduce spesso in un prodotto di bassa qualità da un punto di vista comunicativo, uno strumento di servizio (comunicare gli articoli di rilievo) che non si accompagna a un pieno uso del mezzo audio. Un'eccezione è rappresentata dal conduttore di *Chempod*, Gareth Mitchell, che è un professionista della radio. Speaker della BBC ed esperto di tecnologia, cura il podcast che raccoglie i contributi di chimica dalle riviste del Nature Publishing Group e di cui si parlerà più avanti (pag. 40).

Un altro caso di professionista radiofonico è quello di Chris Smith, che è stato tra i primi a produrre un podcast scientifico (*The Naked Scientist*). La trasmissione ha avuto successo fin dall'inizio, tanto che ha raggiunto l'etere, sulle frequenze della BBC. È stata anche un trampolino di lancio per Nature, per la quale Chris Smith ha curato il podcast per diversi anni.

4.6 I podcast-tipi

Per completare la rassegna abbiamo tentato una classificazione dei podcast per “tipo”. L'intento è fornire un'idea dei contenuti, senza entrare nello specifico, ma rimanendo su considerazioni generali.

Come già accennato (par. 4.4) fin dalla comparsa dei primi podcast si sono definiti alcuni formati, poi riproposti dalla maggior parte delle riviste che hanno adottato questo strumento. Il podcast più diffuso è quello che prevede una o più interviste a ricercatori, che sono per lo più gli autori di articoli pubblicati sulla rivista. Infatti raramente i ricercatori intervengono su articoli di cui non sono autori, o sono interpellati in quanto esperti su certo tema.

Nell'ambito biomedico abbiamo trovato un una maggior varietà di tipi, a cominciare “dall'indice audio” che è una semplice lettura dei titoli di rilievo (al massimo accompagnati da un breve abstract). Si può immaginare che questo format vada incontro alle esigenze del medico, sempre impegnato e magari poco propenso alla lettura, che ascolta l'indice facendo qualcos'altro e si appunta gli articoli interessanti.

Nella stessa logica degli indici sono i podcast che consistono in commenti ad articoli, effettuati da redattori. Possono avere anche degli ospiti, ma in questo caso l'intervista non è il fulcro del programma.

Tabella 2 - Tipi di podcast e ambito disciplinare

	biomedicina	interdisciplinare	chimica	totale
indice audio	5			5
commento ad articoli della rivista	5		1	6
interviste a ricercatori/autori	17	8	1	20
eventi e articoli d'interesse per la comunità di riferimento	1			1
news di ricerca		4	1	5
ricerca legata all'attualità	1			1
didattica			1	1

Un podcast unico nel suo formato è quello prodotto dal blog The Lancet Student, che raccoglie la comunità di studenti di medicina ed è a tutti gli effetti un'appendice di The Lancet. La parola d'ordine sul sito è *engagement*: coinvolgere gli studenti sui temi della salute globale. Scrivono post, recensiscono articoli di The Lancet (a comporre il *Lancet Digest*) e sono proprio due di loro a condurre il podcast. Parlano di eventi legati alla sanità, come conferenze, petizioni o giornate di sensibilizzazione su questioni sanitarie, sempre con uno sguardo internazionale e attento alle occasioni di formazione. Ma ovviamente non disdegnano la citazione di articoli pubblicati sui periodici del gruppo Lancet.

Il British Medical Journal produce anch'esso un programma nettamente caratterizzato rispetto agli altri, incentrato sui temi di grande attualità legati alla salute. Entra nel vivo del dibattito, si occupa di implicazioni sociali e politiche. La scelta dei temi e il linguaggio adottato lo rendono interessante e accessibile a un pubblico potenzialmente molto ampio, come si descriverà più avanti (pag. 55).

Le news di ricerca, cioè il racconto delle più recenti scoperte in stile da notiziario giornalistico, sono tipiche dei *60-seconds* di Scientific American. E lo stesso vale per il podcast di Chemistry World, ben più lungo come durata, ma con la medesima modalità scienza-stupefacente, scienza-al servizio della società.

Sempre in ambito chimico troviamo l'unico podcast che abbiamo etichettato come "didattico". Si tratta di puntate dedicate ognuna a un elemento chimico, da qui il nome *Chemistry in its elements*, che hanno lo scopo dichiarato di introdurre alla tavola periodica. A un redattore di una rivista o un ricercatore è lasciato il compito di raccontare la storia e gli aneddoti legati all'elemento e di mostrarlo in azione al giorno d'oggi.

4.7 Perché tutta questa medicina MP3?

Abbiamo visto che la medicina è la grande protagonista, almeno in termini di numero e tipi di podcast. Ed è ovvio quindi chiedersi il perché. L'impressione che si tratti di una moda, del desiderio di ogni rivista di emulare le leader del settore, non regge molto alla prova

del tempo, che vede resistere molte testate nella produzione audio. Ma allo stesso tempo è vero che dove il servizio si arricchisce e il supplemento diventa uno standard, non è facile sottrarsi, pena la perdita di utenti/lettori. Forse le ragioni del successo sono poco intelligibili, ma quel che è chiaro è che la comunità medica ne è consapevole e riflette sulle possibilità offerte del mezzo.

Sono apparsi un certo numero di articoli, su riviste delle più svariate specialità mediche e professioni della salute, che hanno per tema proprio l'uso del podcasting. Questo è proposto come strumento di formazione per infermieri (Maag, 2006), cardiologi (Santoro, 2008a), anatomisti (Trelease, 2008), pediatri (Carbone, 2008), chirurghi (Choi et al, 2008), otorinolaringoiatri (Whitehead et al., 2007) e molti altri. I target sono gli studenti delle varie discipline e il podcast è visto come strumento per l'educazione pre-clinica, ma anche per formazione dei professionisti, nel quadro della CME (Continuing Medical Education). Alcuni medici si sono preoccupati di valutare l'efficacia del podcasting nella didattica, trovandolo uno strumento eccellente per la CME (Young, 2006) e molto gradito agli studenti: capace di rendere lo studio meno stressante, senza per questo ridurre la loro frequenza ai corsi (Pilarski et al, 2008; Shantikumar, 2008).

Possiamo dire che il podcasting medico sia ormai una realtà, un'espressione di quella medicina 2.0 fatta di blog, wiki e open access che è esplosa negli ultimi anni insieme ad altri innumerevoli 2.0 (Giustini, 2006; Boulos et al, 2006). Molti vi ripongono grandi speranze, anche se al momento è difficile quantificare l'uso di questi strumenti e sono senz'altro i target più giovani quelli più pronti a cogliere le novità (Santoro, 2008b). Se consideriamo poi i podcast medici rivolti a un pubblico più ampio si apre un altro mondo, che ci allontana dal tema di questa ricerca, e che coinvolge ospedali, associazioni e istituzioni come i CDC americani o il nostrano Istituto Superiore di Sanità.

Tornando quindi alle riviste mediche: forse hanno colto con tempismo le potenzialità del podcast come strumento di informazione/formazione, suggerendo a una comunità di lettori di guardare al web e ai media digitali con attenzione. Forse la medicina, *téchne* per alcuni, *evidence based medicine* per altri (Minerva e Sturloni, 2007) è più propensa delle scienze dure ad abbracciare nuove forme di comunicazione, così popolari e incontrollabili.

4.8 Lo strano caso delle riviste fisiche

Siamo rimasti sorpresi nel non trovare alcun podcast prodotto da riviste di fisica. Forse qualcosa ci sarà sfuggito, ma scandagliando i più noti periodici scientifici di fisica e dintorni, non abbiamo trovato traccia d'audio. Ovviamente anche i podcast matematici mancano all'appello, ma la cosa ci ha stupito meno. Invece la fisica, nelle sue tante applicazioni, ad esempio nell'attualissima scienza del clima, perché no? La solita risposta "numerica" (perché questo tipo di riviste non sono molte, paragonate a tutte le altre, e hanno un pubblico ristretto) non ci ha soddisfatto. Ci saranno forse ragioni editoriali, come redazioni ridotte all'osso. Sarà perché molto spesso i siti di queste riviste sono pensati per assolvere la minima funzione informativa: segnalare gli articoli pubblicati e renderli accessibili.

Consapevoli di non poter comunque esaurire la questione solo sulla base delle nostre supposizioni, abbiamo deciso di interpellare gli utenti potenziali: i fisici. Solo per questa volta, abbiamo spostato l'interesse della ricerca dai produttori di podcast agli ascoltatori. Per cercare di raggiungere un buon numero di fisici e avere quindi almeno qualche risposta, abbiamo utilizzato il web. E in particolare Facebook, il sito di social networking più in voga al momento. Lo spazio dove è possibile creare una propria pagina personale e segnalare i propri interessi agli altri utenti. L'idea era cercare "gruppi", cioè pagine che riuniscono persone sui più svariati temi, mettendo loro a disposizione un forum di discussione. I gruppi di fisica, seri o faceti, erano tanti e la scelta è caduta sui primi della lista. *AAA Pro Physics Group (We all love Physics)* prometteva bene, con i suoi più di 5.300 iscritti, ma nella discussione che abbiamo avviato non abbiamo ricevuto nessuna risposta. Un po' meno numeroso, ma apparentemente più frequentato, *Theoretical Physics* è stato più generoso.

Abbiamo spiegato la nostra motivazione e chiesto semplicemente un'opinione riguardo alla misteriosa assenza di podcast prodotti da riviste fisiche, chiedendo allo stesso tempo se invece i lettori li avrebbero graditi. Dopo qualche giorno sono cominciate ad arrivare le risposte. La prima ha subito messo in luce un aspetto a cui non pensavamo, cioè che il podcast viene inteso in maniera diversa a seconda della propria esperienza. Così Philipp, forse ha pensato subito a un uso didattico, scrivendo:

“teaching physics/math still requires a chalk board and paper and pencil.”

Potremmo quasi leggere tra le righe che ci sono discipline che possono essere insegnate in altro modo, ma che la fisica e la matematica non sono come tutte le altre scienze. Nicholas, che viene da Cincinnati, ci suggerisce invece un podcast di un professore di fisica di Berkeley: si tratta di una serie di video che presentano un suo libro di fisica. Ma poi ammette:

“Sorry, but there has to be a bigger audience for it to take hold in my opinion... What was it that editors told Stephen Hawking, when he was writing a *Brief History of Time*, that for every equations he put in the book he could divide the sales in half. Think the same could be said about podcasting. I'm sure 80 % of the buyers of "*Brief History of Time*" probably never finished it and another 5% never understood it¹⁰. Also, there also is the people don't want there work to be plagerized and then leapfrogged to a big scientific discovery, but I think that would be very rare. Physics is a passion for the very few, as it can't be learnt or figured out in an hour or two and in this world, and new generations I think that we are just too lazy and have to many options to stimulate our brain with other media. ”

In pratica sostiene che il podcast non c'è perché avrebbe una bassa audience e se anche interessasse a qualcuno, costui non avrebbe la forza o non sarebbe in grado di arrivare fino in fondo all'ascolto. Poi accenna alla paura di fisici che non vorrebbero vedere plagiato il proprio lavoro, ma poi in fondo la risposta: la fisica è una passione per pochissimi e non s' impara in un'ora o due. E comunque c'è troppa carne al fuoco per ricevere stimoli da “altri” media. Nicholas non usa mezzi termini: il podcast (che è sempre uno strumento di didattico) non gli interessa e usarlo per comunicare la fisica è inutile, perché la materia è troppo difficile.

Per fortuna interviene Michael, tacciando Nicholas di arroganza e facendo notare che la fisica non gode di uno status elitario, ma poi

¹⁰ *A Brief History of Time*, di Stephen Hawking, ha venduto più di nove milioni di copie diventando un best seller. È un saggio divulgativo, ma tenta anche di spiegare alcuni concetti matematici al pubblico. Si dice che l'autore sia stato invitato dall'editore a non inserire formule nel testo, perché ognuna avrebbe dimezzato i lettori. Nicholas, scrivendo che l'80% di chi ha comprato il libro non l'hai mai finito e un altro 5% non l'hai mai capito, si riferisce proprio alla fama di “bestseller non letto” del libro di Hawking. [dalla voce “A Brief History of Time” (2009, 15 gennaio) di Wikipedia, The Free Encyclopedia.]

“What's wrong with sketching the larger picture, the gist of things to people who's mind might be more philosophical, yet sufficiently capable of deep abstraction to make useful contributions ?”

Serve comunque una certa capacità di astrazione. Dopo aver cercato di spiegare come sono fatti i podcast delle altre riviste e stimolato la discussione, abbiamo letto di nuovo una risposta di Philipp, che ribadisce la sua spiegazione. “I podcast fisici sono rari perché la densità di informazione è alta”. E Nicholas, che ridimensiona la sua idea di fisica elitaria, è d'accordo:

“Physics, truly does transcend just one subject, but the information and knowledge is high that I don't think the podcasting media is the right media for it... Could only imagine trying to process a speech or something else while driving, lifting, running or doing anything non routine in which what podcasting is truly made for. What I really meant, is that there are few people that truly want to be engaged by physics or listen to it? ... If you know of any podcasts with Physics, please let me know.”

La fisica che traspare dalle parole di questi frequentatori di Facebook è quella teorica (del resto è il comune denominatore del gruppo), difficile, incomunicabile, tanto meno con il podcasting, che può accompagnare l'ascoltatore mentre guida o corre. E poi, a parte pochi fisici, a chi volete che interessi?

Non viene in mente che la fisica possa essere raccontata, invece che insegnata, che si possa parlare di cosa significa fare ricerca in questo campo. Così rimane a Nature e alle altre la prerogativa di parlare di grandi imprese come quella dell'LHC (v. pag. 54). Rimane il dubbio di cosa avrebbero risposto i fisici delle particelle o quelli del clima.

4.9 Casi curiosi

Nel compilare questa rassegna di podcast abbiamo cercato finora di trarre delle considerazioni generali, ora citiamo invece alcuni casi particolari, che per una ragione o

un'altra riteniamo significativi. E suggeriamo allo stesso tempo di passare all'ascolto, la cui esperienza non può essere riprodotta da nessuna descrizione (v. dvd allegato contenente esempi di tutti i podcast citati nella rassegna).

JACS^β: la sperimentazione

Il Journal of the American Chemical Society è tra le riviste di chimica più prestigiose e ha scelto di creare una versione “beta” del proprio sito. È un laboratorio virtuale, aperto al pubblico, ma dove al posto di ampolle e soluzioni si sperimentano strumenti per migliorare e innovare la comunicazione della chimica. Agli utenti si chiede di partecipare ai sondaggi per esprimere le proprie preferenze rispetto alle formule proposte o suggerire nuove idee. Quelle che incontreranno più interesse saranno integrate nel sito ufficiale. Si può trovare un podcast, in più formati (interviste agli autori, indice audio), la segnalazione della pagina della rivista su Facebook, il link per ricevere notizie attraverso Twitter (un altro sito di social networking), delle presentazioni con immagini e commento audio. Oppure partecipare alla sfida settimanale, che mostra un'immagine tratta da JACS e propone un quiz. Pensiamo sia un'operazione interessante e unica, anche se osservandola con più attenzione ha le sembianze di un'indagine di mercato. Rispetto al podcasting però la rivista svela una sua preoccupazione: lo inserisce nel sito beta, perché non sa se piacerà e in che forma potrà avere più successo. La rivista sembra domandarsi se ha senso avere solo l'audio quando c'è anche la possibilità di offrire contenuti video, che godono di grande popolarità nella rete.

I 60-Seconds di Scientific American: un minuto, una notizia

Le pillole di scienza, ambiente e neuroscienze sono una prova di giornalismo da manuale. Il loro appeal è proprio nella durata di pochi minuti: si ascoltano senza fatica, si scaricano rapidamente (il file audio è piccolo) e forse si producono senza troppo lavoro. Scientific American ha adottato un format che difficilmente potrà essere copiato da altre riviste. Un tipo di contributo audio che sembra proprio una “rubrica” radiofonica.

Annals of Internal Medicine: uno sguardo verso l'Oriente

Abbiamo scritto che i podcast passati in rassegna parlano inglese, ma non è del tutto vero. Gli Annals of Internal Medicine, hanno offerto nel 2008 una versione in cinese del proprio programma. Per scoprirlo bisogna cercare tra le vecchie puntate, perché non è segnalato altrove. Forse perché riguarda solo un volume e non tutte le puntate, per una ragione che non

è chiara. La pagina che si apre seguendo il link segnalato è scritta in cinese e fornisce le istruzioni per scaricare o ascoltare il podcast e un breve sommario dei contenuti. Questo è quanto riusciamo a comprendere da una sommaria traduzione, realizzata con il traduttore Google Translate. Una nota diffusa il 31 dicembre 2007 attraverso l'agenzia di stampa scientifica Eurekalert, ci conferma che si tratta di un indice audio, che contiene una selezione degli articoli interessanti per un pubblico cinese e una breve descrizione del resto. Lo speaker è un medico cinese redattore della rivista. Non sappiamo le ragioni dell'abbandono (se lo possiamo considerare tale) di questa ulteriore versione, così come non ne conosciamo l'origine. Ma non possiamo fare a meno di notare un uso diverso del podcast, rispetto agli altri casi osservati. In questo modo, infatti, il podcast supera le barriere linguistiche e può diffondere i contenuti della rivista anche a chi non conosce l'inglese, raggiungendo davvero dei pubblici nuovi. E diventa anche uno strumento per sondare la possibilità di realizzare ulteriori edizioni della rivista in altre lingue, prima di sobbarcarsi costosi investimenti. La Cina, ma ad esempio anche il mondo arabo, sono potenziali aree di espansione per le riviste più importanti e il podcast può rappresentare un approccio poco oneroso per esplorare queste possibilità.

JAMA: l'autore al telefono

È un podcast sui generis, perché è la versione digitale di una teleconferenza. Come già accennato, è stato il primo a comparire nella scena sonora delle riviste. Prodotto da una collaborazione tra JAMA e l'Institute for Healthcare Improvement (IHI, un'organizzazione non profit indipendente), è programmato con largo anticipo, in modo che i partecipanti possano prenotarsi. La struttura e la finalità del programma è chiarita sul sito dell'IHI con dovizia di particolari. Da lì abbiamo appreso che questo strumento è pensato per colmare un gap, per “tradurre la scienza nella pratica”, dal momento che i risultati di molti studi con potenziali ricadute nella clinica, non vengono in realtà applicati ai pazienti che potrebbero beneficiarne. Quindi un medico, autore di un articolo (selezionato su base volontaria), risponde alle domande di altri medici o di pazienti, durante un appuntamento in teleconferenza. Un altro medico introduce l'argomento e modera la conversazione. Il risultato è una sorta di lezione seguita da dibattito, che vale come crediti CME per i medici che chiamano in diretta. Un approccio decisamente pragmatico allo strumento podcasting, con un intento educativo, ma allo stesso tempo una disposizione di apertura verso la società.

Chempod: un podcast in affido temporaneo?

L'editore di Nature, il Nature Publishing Group, ha nel suo portale internet (tale è la mole di pagine che raccoglie) sezioni dedicate ad alcune discipline, tra le quali la chimica. I contributi in questo ambito che sono pubblicati sulle riviste del gruppo vengono raccolti lì. Ma tra pochi mesi ci sarà anche una rivista nuova, dedicata: Nature Chemistry. L'aspetto interessante è che esiste già *Chempod*, il podcast del sito che, al momento, fa riferimento a sei diversi periodici. Ma cosa succederà dopo? Ed è una scelta consapevole, che fa parte di un piano preciso? Rimaniamo con questi interrogativi, ma annotiamo anche questa possibilità, cioè che il podcast possa essere usato strategicamente per tamponare una lacuna editoriale o preparare il terreno a un nuovo arrivo.

AudioDizer: sintetico, ma non perché è breve

Lo slogan del podcast è "Podcasts of every article every day" ed è vero, ma non c'è dietro uno stuolo di redattori che passa la giornata al microfono. È invece il frutto del lavoro di un'azienda fondata da studenti del MIT (Massachusetts Institute of Technology) e si basa su una tecnologia T2S (text-to-speech) che utilizza voci sintetiche per leggere testi scritti. Grazie al T2S sul sito della rivista Technology Review si possono ascoltare sette podcast tematici, aggiornati con grande frequenza. L'idea è semplice: automatizzare il processo per aumentare l'offerta. Personalmente abbiamo trovato il risultato davvero estraniante. Le voci sintetiche, per quanto raffinate nel cercare di imitare l'intonazione e la varietà vocale umana, rendono davvero ostico l'ascolto. Forse l'unico vero vantaggio è nell'uso che possono farne gli utenti con disabilità visive, ma in questo caso il merito va alla tecnologia T2S, più che all'idea di abbinarla a un podcast.

Ascolto e analisi

Dopo aver descritto qual è l'offerta di podcast, abbiamo voluto affrontare un livello di analisi ulteriore per comprendere meglio in che modo la rivista usa il podcast. Cercheremo di capire se per esempio lo usa per ampliare il suo pubblico o se è pensato per gli utenti/lettori abituali. Se il podcast è un modo diverso per trasmettere i contenuti della rivista o per veicolare di diversi. Per fare questo abbiamo considerato alcuni programmi, scelto un numero di puntate e costruito una scheda da compilare dopo ogni ascolto, come verrà illustrato nel prossimo paragrafo. Solo alcuni e non tutti i podcast, per ragioni contingenti, ma anche perché in molti casi le intenzioni della rivista ci sembravano sufficientemente chiare (ad es. nel caso degli indici audio o di un uso di un linguaggio molto tecnico, comprensibile solo agli specialisti di quell'ambito disciplinare). E per sostenere queste deduzioni abbiamo interrogato direttamente tutte le riviste, inviando per email un breve questionario.

Anche in questa seconda parte della ricerca non abbiamo trovato molti riferimenti metodologici e il tipo di analisi è il frutto della riflessione maturata durante l'ascolto. Nell'ambito della ricerca sociale esistono molti metodi di analisi dei media (analisi del contenuto, analisi etnografica, ...), ma per i media digitali e in particolare per il podcast non esiste una metodologia condivisa. Questo ci ha spinto a tentare un approccio autonomo, che non ha la pretesa di inserirsi nel quadro della ricerca sociale, ma è senz'altro di tipo qualitativo. L'unico riferimento all'analisi dei podcast lo abbiamo trovato tra le scienze bibliotecarie, in un articolo che affronta il problema della catalogazione dei podcast (Austria, 2007). Lo scopo dell'autrice era tutt'altro, ma ci ha fornito indicazioni utili, anche perché prendeva in esame i podcast di Nature e Scientific American.

Un'ultima precisazione riguardo alle intenzioni: questo percorso non vuole cercare di capire quali sono i pubblici del podcast, per il quale sarebbe stato appropriato un approccio completamente diverso, ma solo valutare quanto la rivista usi il podcast in maniera coerente rispetto alla sua linea editoriale e quali aspettative di audience riponga su questo strumento. Le scelte comunicative del sito della rivista, la sua mission esplicitata, sono gli elementi che metteremo in relazione all'osservazione sulla funzione del podcast, desunta dall'ascolto.

1. Selezione dei podcast e impostazione dell'analisi

Abbiamo scelto i podcast da analizzare in parte in base alla classificazione in “tipi” già effettuata per la rassegna. Abbiamo scartato gli indici audio, perché ci sono sembrati pensati per chi consulta la rivista alla ricerca di articoli interessanti, ma è in qualche misura un lettore abituale. La rivista gli semplifica le cose notificandogli le novità, attraverso un audio che può essere ascoltato ovunque e in qualunque momento. Questo tipo di podcast è in pratica usato dalla rivista come strumento di servizio, come “notiziario” dell'attività editoriale.

Anche tutti quei podcast che fanno uso di un linguaggio molto tecnico, comprensibile solo agli specialisti di quell'ambito disciplinare, ci sono sembrati indirizzati a un target ben preciso: lo stesso che ha gli strumenti per comprendere i contenuti delle relative riviste. Al di là del formato, della presenza o meno di interviste, il podcast può essere visto come un “contenuto extra”, arricchisce la rivista, fidelizza i lettori/utenti o ne amplia forse il numero, anche se non la varietà.

Tra i podcast rimanenti dopo questa prima selezione, circa venti, ne abbiamo considerati sei, sulla base della popolarità della rivista e della possibilità di confrontarli tra loro (tab. 3). Quattro sono riviste accademiche, una professionale e una popolare e sono tra le più note nei rispettivi ambiti. Abbiamo incluso *Science talk* di Scientific American per le ragioni già elencate (par. 2 pag. 16) e Chemistry World, proprio perché legato ad una rivista che è rivolta a una componente più ampia della società: al mondo produttivo ed educativo, oltre che alla comunità di chimici. Un'altra ragione è che è condotto da Chris Smith, che è stato a lungo la voce di Nature, e ci ha incuriosito la possibilità di vederlo all'opera in un altro contesto.

Selezionati i podcast, abbiamo stabilito che l'ascolto di quattro puntate fosse sufficiente per farsi un'idea chiara della struttura dei programmi e dei temi affrontati. Come periodo dell'anno abbiamo scelto dall'inizio di settembre 2008 in avanti, quindi l'intero mese per i podcast settimanali o un tempo più lungo per gli altri. Questo perché in quel periodo negli Stati Uniti era in pieno svolgimento la campagna elettorale per le elezioni presidenziali ed era quindi un'occasione unica per avere un elemento in più di analisi. Per valutare cioè quanto un evento, le cui conseguenze politiche erano di portata mondiale, fosse ritenuto dalle riviste adatto ai podcast e ai loro target. Questo ci avrebbe fornito un'indicazione preziosa sui target della rivista.

Tabella 3 - I podcast selezionati per l'analisi

Podcast	Ambito disciplinare rivista	Tipologia rivista	Anno inizio	Periodicità	Durata	Elemento prevalente	Trascr.
Nature podcast	interdiscipl.	accademica	2005	settimanale	25-30'	interviste a ricercatori/autori	sì
Science podcast	interdiscipl.	accademica	2005	settimanale	35'	interviste a ricercatori/autori	sì
The Lancet	medicina	accademica	2006	settimanale	10-20'	interviste a ricercatori/autori	no
BMJ	medicina	accademica	2006	irregolare	5-10'	ricerca legata all'attualità	a volte
Chemistry World	chimica	professional e	2006	mensile	20-30'	news di ricerca	sì
Science talk	interdiscipl.	popolare	2006	settimanale	30'	interviste a ricercatori/autori	sì

La scheda di analisi illustrata nella figura 8 (realizzata, come la rassegna, con il software FileMaker) è concepita per descrivere le modalità di comunicazione, cioè chi e come parla, com'è il ritmo complessivo e qual è la scaletta/struttura del programma, ecc... Queste modalità definiscono il “format”. La sezione dei “contesti” si riferisce agli argomenti e agli ambiti affrontati nella puntata. Non ci interessa quindi sapere di cosa si parla, ma quali sono gli ambiti che gli argomenti richiamano. Gli ambiti sono definiti da termini come “società”, “policy”, “ricerca”, ecc... Ad esempio, se nella puntata si parla di un programma di vaccinazione (argomento), possiamo sostenere che abbia a che vedere con la società (ambito). Se invece il tema di un'intervista è il programma elettorale di Barack Obama riguardo alle energie alternative, l'ambito sarà quello della policy e della politica. Intervistati, argomenti e ambiti sono stati contrassegnati da un numero: lo stesso numero mette in relazione l'intervistato con l'argomento e l'ambito.

Tornando al format, chiariamo ora a cosa si riferiscono alcune voci e perché le abbiamo inserite.

Il riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista ci indica se nel corso della puntata vengono citati degli articoli e a quale argomento si riferiscono (lo stesso numero nei due

campi della scheda indica una corrispondenza). Questo ci suggerisce quanto il podcast venga usato in senso promozionale, ma anche un'idea di come avvenga la selezione degli argomenti.

Figura 8 – La struttura della scheda

analisi.fp5

Formato 1

Richieste: 1

Ometti

Simboli

Trova

data della puntata

FORMAT

durata puntata

struttura

riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista

numero di voci

intervistatori

qualità voce

a. chiarezza *b. colore*

intervistati

linguaggio

musica

ritmo complessivo

CONTESTI

argomenti *ambiti*

100 Trova

Riportiamo il numero di voci complessivo, l'interpretazione vocale degli intervistatori e la presenza di musica per descrivere l'impressione dell'ascolto, rispetto al ritmo e alla comprensione (un maggior numero di voci è anche indice di una maggior complessità nella produzione: richiede tempi più lunghi e risorse maggiori). Ci è sembrato che avendo a che fare con una forma di comunicazione orale fosse importante considerare alcuni parametri relativi all'audio. Come del resto abbiamo ritrovato nell'articolo di Austria sullo sviluppo di criteri di valutazione per i podcast (2007). Un giornalista radiotelevisivo indica all'autrice quali elementi ritiene importanti in una trasmissione radiofonica e tra questi cita la qualità della voce, in quanto influisce sulla capacità di mantenere l'attenzione dell'ascoltatore e sulla sua comprensione. Nella nostra scheda è descritta nei campi "chiarezza" e "colore" (intendendo la modulazione e velocità della voce). Non abbiamo potuto trarre altri parametri utili dall'articolo citato, perché la valutazione condotta dall'autrice ha lo scopo di appurare se un prodotto audio, come il podcast, può essere valutato usando gli stessi criteri adottati per un prodotto testuale, al fine di aiutare i bibliotecari a svolgere la loro funzione di supporto alle ricerche degli utenti.

Altri due campi, "intervistatori" e "intervistati" riportano le professioni di chi interviene nella puntata. Tra gli intervistatori è di solito presente un conduttore unico e degli "inviati" (perché a volte registrano le interviste al di fuori della redazione), ma altri componenti della redazione sono talvolta anche tra gli intervistati, come esperti in grado di commentare le notizie o di tradurre in termini comprensibili a tutti i risultati delle ricerche. La presenza di tante voci con ruoli diversi contribuisce non solo a rendere più vivace il programma, ma anche a creare l'illusione della diretta, come se realmente tutte le persone coinvolte fossero nello stesso luogo o venissero contattate nello stesso momento.

2. La costruzione del questionario

Mentre portavamo avanti l'ascolto dei sei podcast scelti abbiamo stilato un questionario, con l'intenzione di inviarlo a tutte le riviste con podcast, come emerso dalla rassegna. Le domande sono nate in parte proprio durante l'ascolto, per chiarire gli aspetti poco chiari o integrare le informazioni a nostra disposizione, e soprattutto per sostenere le nostre supposizioni sull'uso del podcast da parte della rivista.

Il questionario (fig. 9) è composto da 6 domande aperte, per lasciare la massima libertà e cercare di ottenere risposte più autentiche (non condizionate dalle nostre ipotesi). I campi indispensabili per una valutazione appropriata delle risposte sono quelli relativi al nome del podcast e della rivista, visto che spesso l'email disponibile non è dedicata esclusivamente al podcast e non eravamo quindi sicuri del destinatario. E ovviamente un campo è per il nome e la posizione di chi ha compilato il questionario, al quale si chiede anche l'eventuale disponibilità per un'intervista. Questo per tenere una porta aperta a una continuazione della ricerca e poter fare riferimento a contatti già stabiliti, ma anche per indurre l'intervistato a rispondere con cura. Lo spazio per le risposte non era limitato, come può sembrare dalla figura, ma il testo poteva essere della lunghezza desiderata e poi scorreva in fase di lettura. Abbiamo infatti utilizzato il software Adobe Acrobat per creare un file pdf con funzionalità di modulo, cioè campi compilabili.

Le prime tre domande riguardano l'attività redazionale che sta dietro alla produzione del podcast: chi è coinvolto, quali risorse specifiche sono assegnate dalla rivista (lasciando la libertà di interpretare in che senso intendere *resources*) e come si decide la scaletta. La quarta e la quinta domanda volevano ottenere informazioni sulla popolarità del podcast, nel caso la rivista l'avesse misurata e volesse fornirci qualche indicazione. E infine l'ultima era una esplicita richiesta di giustificare l'adozione del podcast e di elencare anche gli aspetti negativi (...*having (or not having) a podcast?*).

Lo spazio per i commenti, era ancora una volta un invito a esprimere la propria opinione, fornire informazioni non richieste o suggerimenti.

Figura 9 - Il questionario per le riviste

Survey on podcasts offered by scientific journals and magazines

Journal/Magazine:	
Podcast name:	
Publication frequency:	

1. How many people usually produce the podcasts and which is their expertise?	
2. Are there specific journal resources assigned to podcasting?	
3. How the content of each episode is planned?	
4. Which are the statistics of the users (number of downloads, subscriptions, ...), if you have any?	
5. Which is the feedback from the users?	
6. Why having (or not having) a podcast?	
Comments:	

Name and role of the person who answered:

Potentially available for an interview

Date/Time Field

3. I risultati dell'analisi

Abbiamo ascoltato 24 puntate per un totale di quasi dieci ore e descriviamo ora quali sono gli aspetti più interessanti che sono emersi da questa analisi. I sei podcast possono apparire molto diversi a un ascolto superficiale, ma guardandone la struttura e gli ambiti affrontati si scoprono molte affinità.

Generalmente i podcast hanno dei format ben definiti, con formule e strutture che si ripetono da una puntata all'altra. Si discosta in parte da questa standardizzazione il podcast di BMJ. Nelle puntate ascoltate abbiamo notato una certa eterogeneità: a volte era presente una conduzione e una scaletta chiaramente identificabile, altre volte erano proposti stralci di interviste, montati in maniera approssimativa e senza un'introduzione da parte di un giornalista. L'impressione che abbiamo avuto è che dietro a questo podcast non ci sia una redazione vera e propria o che non se ne occupi in maniera costante. A riprova di ciò la pubblicazione è irregolare e ci sono puntate più strutturate di altre.

La struttura tipo degli altri podcast comprende sempre i saluti, il messaggio dell'eventuale sponsor, un'introduzione o sommario e poi la parte più consistente del programma, cioè le interviste. La fine è anch'essa codificata (la più originale è senz'altro quella di *Scientific American*: "*Thanks for clicking on us.*"). Questa organizzazione della puntata, insieme alla presenza di sigle o elementi sonori di transizione, che cioè rendono fluido il passaggio da una parte all'altra, riproduce lo stile di un programma radiofonico. Anche l'uso della voce da parte dei conduttori ha chiaramente come riferimento quello degli speaker professionisti. Si esprimono in maniera chiara e variando, chi più chi meno, l'intonazione e la velocità. La figura prevalente alla conduzione è quella del giornalista (scientifico), che è nella redazione o collabora stabilmente con la rivista. Una o due persone conducono, ma si relazionano con anche quattro giornalisti o redattori. A questi ultimi è dato il ruolo di inviati, quando intervistano, o di ospiti quando sono intervistati (come ad esempio si verifica sempre nel podcast di *The Chemistry World*). In questo folto gruppo di conduttori/autori i generi sono equamente rappresentati, ma quando i numeri calano è più facile che il podcast venga declinato al maschile. Per esempio questo è vero per *Science talk* (*Scientific American*) e *Science*, ma anche *The Lancet*.

Nel complesso il ritmo è medio-lento, che unito al linguaggio un po' tecnico e alla lunghezza a volte considerevole (Nature, Science e The Lancet) rende l'ascolto piuttosto impegnativo. Tra conduttori e ospiti si alternano da due, per i podcast medici e *Science talk*, fino a dieci-quin dici voci nella trasmissione più veloce (Nature). Questa differenza è chiaramente legata a una diversa quantità di risorse dedicate al podcast: in termini di persone coinvolte e di tempo dedicato alla preparazione delle puntate, considerando che si tratta quasi sempre di appuntamenti settimanali.

Nelle due riviste non accademiche (Scientific American e The Chemistry World) c'è un altro elemento interessante: la presenza di un quiz scientifico in ogni puntata, che vorrebbe creare un momento più leggero. In *Science talk* il quiz segue l'intervista principale, è del tipo vero/falso e si esaurisce all'interno di una puntata. È piuttosto retorico, visto che non suppone una reale partecipazione degli utenti, e tende ad essere divertente. Nel podcast di chimica il quiz è usato per trattenere l'ascoltatore fino alla fine, quando cioè è svelata la soluzione, e per fidelizzarlo, perché la risposta si riferisce sempre alla domanda della puntata precedente. È anche un modo per misurare la partecipazione, perché invita gli ascoltatori a scrivere alla rivista, premiando i primi che forniscono la risposta esatta.

Venendo alla scelta della scaletta, abbiamo ritrovato un costante richiamo alla rivista web/cartacea per Nature, Science e The Lancet. La costruzione della puntata si basa sugli articoli pubblicati, come avevamo già osservato nella prima fase della ricerca, ed è palese, perché viene fatto un esplicito riferimento agli articoli. I ricercatori, autori delle ricerche pubblicate, vengono quindi interpellati sul loro lavoro, per spiegarlo e chiarirne le implicazioni scientifico-tecnologiche. Per gli ambiti diversi da quello della ricerca, vengono invece interpellate altre figure: giornalisti o redattori della rivista e figure che ricoprono ruoli dirigenziali in istituzioni governative e non. Il criterio di scelta di questi argomenti è in realtà analogo, perché è facile che le riviste se ne siano comunque occupate (anche solo sulle loro pagine web), ma non è esplicitato. Sappiamo che l'attualità, la policy e la politica si ritrovano comunemente su Nature, Science e The Lancet, come si ricava da un riassunto della "mission" dichiarata sui loro siti internet (tab. 4).

In definitiva, le scelte editoriali delle riviste si ritrovano coerentemente nel podcast, al di là della sua complessità o qualità tecnica. L'analisi puntuale degli ambiti toccati, affrontata di seguito, sosterrà questa affermazione.

Tabella 4 - La mission delle riviste

Rivista	Mission
Nature	Essere utile agli scienziati, attraverso la pubblicazione delle scoperte significative in ogni branca della scienza e offrire un forum per discutere le novità e i temi che la riguardano. Assicurare la rapida disseminazione dei risultati della scienza al pubblico di tutto il mondo, in modo da comunicarne l'importanza per la conoscenza, la cultura e la vita di tutti i giorni.
Science	Pubblicare ricerche scientifiche originali, reviews e analisi, articoli sulla policy della scienza, news di rilievo internazionale e opinioni.
Scientific American	Riportare i più recenti sviluppi nella scienza e nella tecnologia in molti campi. [Sul web viene segnalato che l'attuale direttore della rivista ha ricevuto nel 2000 il premio Sagan per la Public Understanding of Science (PUS), offerto a chi "ha raggiunto il successo come ricercatore e/o educatore e come amplificatore ampiamente riconosciuto del PUS".]
BMJ	Condurre il dibattito sulla salute e coinvolgere, informare e stimolare i dottori, ricercatori e altri professionisti della sanità, in modo da migliorare gli esiti per i pazienti. A questo scopo pubblica studi scientifici originali, review e articoli didattici, articoli di commento ai fattori clinici, scientifici, sociali, politici ed economici che hanno influenza sulla salute. I lettori sono principalmente dottori, studenti di medicina, ricercatori accademici, professionisti della sanità e policy makers.
The Lancet	Pubblicare ricerche originali, news e reviews in tutti gli ambiti della medicina clinica e salute pubblica. Si rivolge a medici specialisti, studenti e a tutti i professionisti della sanità, e non solo in forma stampata: i contenuti audio sono ora una caratteristica sempre più popolare di tutte le riviste del gruppo Lancet.
Chemistry World	Pubblicare articoli sulle ultime ricerche, gli affari internazionali, le policy dei governi e i prodotti applicativi che possono interessare la comunità della scienza chimica.

Per mostrare un quadro d'insieme dei contesti toccati dai podcast, abbiamo usato una modalità di visualizzazione tipica¹¹ dei blog e delle reti sociali, che assegna alle parole una dimensione del carattere proporzionale alla sua frequenza. Le parole che si ripetono più volte sono raffigurate come più grandi, all'interno di "nuvole di parole" (*tag*¹² *clouds*) che le mostrano tutte. Raccogliendo tutte le parole usate nel campo "ambiti" della scheda, cogliamo subito qual è l'elemento dominante: la ricerca (fig. 10). Per *ricerca* abbiamo inteso l'esposizione di nuove scoperte o di metodi, caratterizzandola come l'aspetto pragmatico della scienza. Questo senza voler sottintendere alcuna definizione epistemologica, ma per solo per comodità descrittiva, proprio come un utente sul blog che organizza il proprio materiale e gli assegna un tag. Quindi, le riflessioni più teoriche, le discussioni all'interno della comunità sulla scienza, la comunicazione o l'immagine dello scienziato le abbiamo etichettate come *scienza*.

Figura 10 - Tag cloud degli ambiti affrontati in tutti i podcast



Ricerca è l'elemento che in assoluto è più presente nei podcast ascoltati (si ripete 63 volte, su 157 parole) e questo ci conferma un'osservazione già fatta, poiché è l'ambito che si accompagna sempre alle interviste ai ricercatori.

¹¹ L'uso di questa rappresentazione è diventato così popolare che si ritrova in maniera generalizzata sul web. Affianca il motore di ricerca di un sito o viene usato come riassunto di un intervento. È stato usato in questo modo, ad esempio, per presentare le risposte di Barack Obama e John McCain su policy della ricerca e innovazione nel sito dello *Science Debate*, di cui si parlerà nelle prossime pagine.

¹² I tag sono le parole usate da chi produce contenuti nel web (testi, foto, video) per descriverli, sono categorie che aiutano gli altri utenti a orientarsi. Queste tag clouds sono state create sul sito <http://tagcrowd.com/> che purtroppo ha qualche difficoltà con le lettere accentate, come si può notare.

Subito dopo vengono le implicazioni sociali della ricerca scientifica (*società*) e un ambito strettamente collegato, cioè la scienza che fa notizia sui mass media (*attualità*). *Politica* si riferisce in buona parte alle elezioni presidenziali americane e forse non avrebbe avuto lo stesso peso in un altro periodo dell'anno. Anche *policy*¹³ risente di questa scelta, visto che la discussione sulle elezioni è stata spesso incentrata proprio sulla strategie proposte dai due candidati rispetto alla gestione della ricerca o della sanità. Tuttavia è anche molto presente associata ad altri argomenti, tipicamente che hanno a che vedere con la sanità.

Abbiamo distinto la *tecnologia* dalla ricerca (e dalla scienza), anche in questo caso non perché riteniamo che abbia uno status particolare, ma perché le stesse riviste tendono a farne una categoria distinta. Abbiamo assegnato questo ambito a un argomento in tutti quei casi in cui abbiamo percepito come prevalente l'interesse per aspetti tecnologici di una ricerca.

I podcast vengono utilizzati anche come strumenti per riportare notizie che hanno a che fare con l'attività accademica o professionale, come convegni e incontri (*eventi*), anche se in generale non è molto frequente, eccetto che per la trasmissione di Nature.

Le questioni etiche sono invece affrontate raramente (almeno nel periodo di interesse) e riguardano solo due argomenti: la ricerca sulle cellule staminali (nella puntata dell'11 settembre di Nature se ne parla in relazione alle posizioni dei candidati alle elezioni presidenziali USA) e la privacy (*Science talk* commenta il numero speciale di settembre, proprio su questo tema).

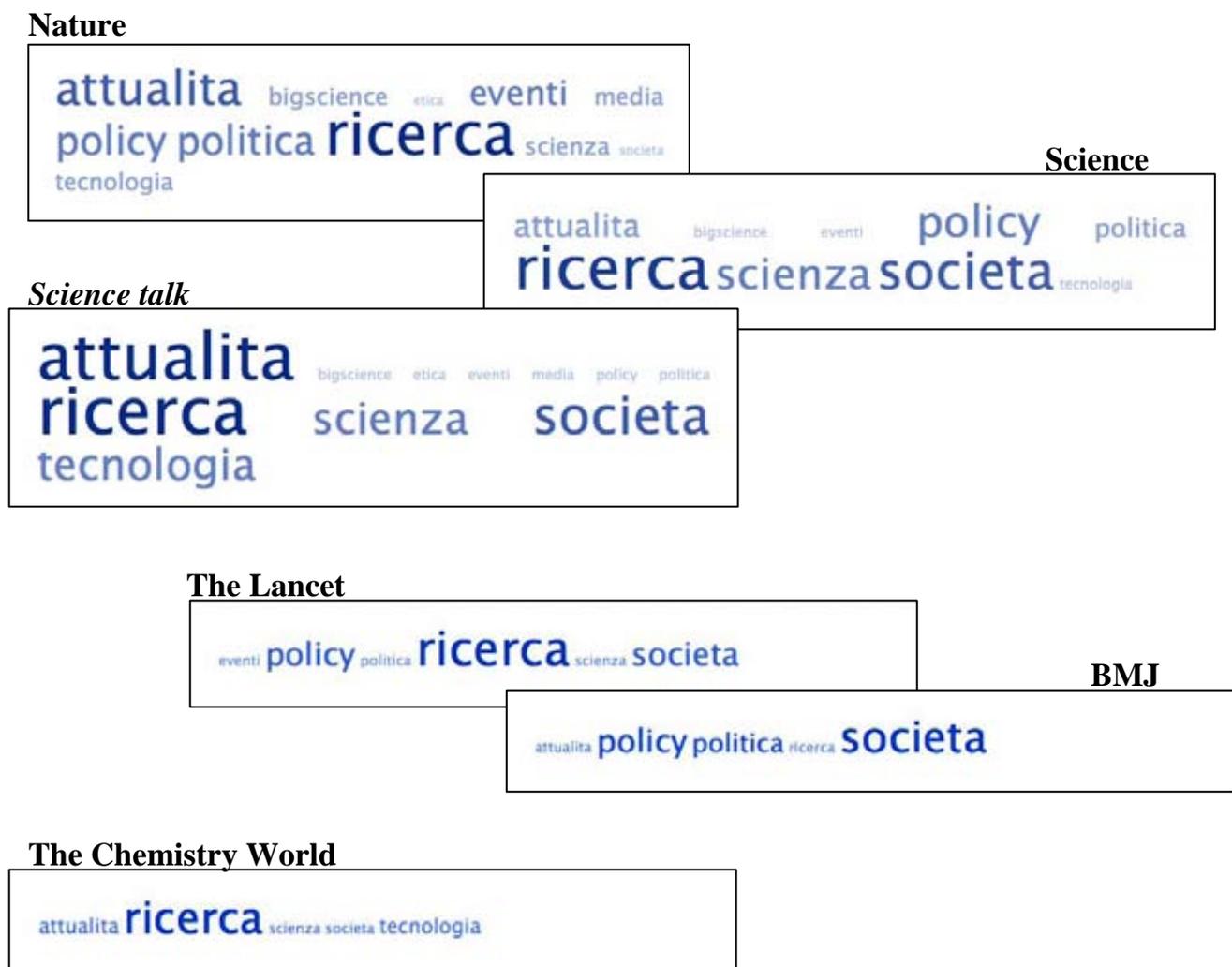
La parola *big science* si riferisce esclusivamente all'LHC di Ginevra, la cui accensione nel mese di settembre è stata ripresa da tutte le riviste interdisciplinari (Nature, Science, Scientific American). Il termine, mutuato dalla storia della scienza, vuole indicare una ricerca che si basa su grandi investimenti, strutture e risorse umane, e impegni dei governi che la sostengono. Abbiamo voluto creare un ambito ad hoc solo per l'LHC proprio per metterlo in rilievo e perché in effetti è stato presentato dai podcast in questi termini: la grande impresa scientifica. Allo stesso tempo le diverse riviste hanno parlato di questo argomento dando

¹³ Il termine *policy*, ormai comunissimo, non ha un vero corrispondente italiano. Indica la dimensione più pragmatica della politica o, secondo il dizionario Merriam-Webster on line: "un percorso definito o un metodo di azione scelto tra altri e alla luce delle condizioni date, per guidare e determinare le decisioni imminenti e future".

rilievo ad aspetti diversi, inducendoci ad assegnare molte categorie (*evento, tecnologia, attualità, ricerca, scienza, media*). L'ambito *media* ci è sembrato appropriato in questo caso, per indicare la discussione nella comunità scientifica sulla presentazione mediatica dell'evento e le polemiche sulla presunta formazione di un buco nero.

Guardando nel dettaglio i singoli podcast abbiamo raggruppato le singole *tag clouds* in base alla somiglianza visiva (fig. 11). I podcast di Nature, Science e Scientific American (riviste interdisciplinari) toccano molti ambiti, a differenze delle riviste mediche.

Figura 11 - Gli ambiti dei singoli podcast



Questo ci sembra sia coerente con le mission delle riviste (pag. 52), piuttosto che avere una relazione con il numero di discipline trattate. Ci permette anche di notare (con le dovute cautele e ricordando che la rappresentazione riporta il peso relativo delle parole nell'ambito di

un singolo podcast) come BMJ sia più portato ad affrontare temi che hanno che vedere con la società, mentre The Lancet è più centrato sulla ricerca. Come anche il podcast di The Chemistry World, che nonostante la mezzora di trasmissione, il quiz e la conduzione brillante di Chris Smith, rimane piuttosto appiattito nell'ambito della ricerca (peraltro senza allontanarsi dalla linea editoriale della rivista).

3.1 La campagna presidenziale americana

Nel periodo che abbiamo scelto per l'ascolto si stava concludendo la corsa alla presidenza USA, con John McCain e Barack Obama giunti agli ultimi scontri. I podcast delle riviste che abbiamo considerato se ne sono occupati in diversa misura, affrontando l'argomento da un punto di vista ben preciso: quali erano le posizioni dei due candidati rispetto al futuro della ricerca e innovazione negli Stati Uniti.

Bisogna sottolineare che la comunità scientifica in generale ha guardato con molto interesse alla questione, cercando allo stesso tempo di far sentire la propria voce. *Science debate 2008* era il nome dell'iniziativa sponsorizzata, tra le altre, dall'AAAS (the American Association for the Advancement of Science, editore della rivista Science), da molte istituzioni e università, da scienziati, economisti e rappresentanti dell'industria. Partita alla fine del 2007, aveva lo scopo di stimolare un dibattito pubblico sulla policy della ricerca e dell'innovazione, visto i segnali di declino osservati e la necessità di portare questo tema nell'agenda dei candidati (AAAS, 2008). L'attività ha avuto come arena di riferimento un sito internet (<http://www.sciencedebate2008.com>) nel quale sono state raccolte le domande rivolte ai candidati alla presidenza. Un gruppo di esperti, provenienti da diversi ambiti, ha stilato una lista di 14 domande, tra le 3400 raccolte in totale. Barack Obama e John McCain hanno risposto (il 30 agosto e il 15 settembre) esponendo il loro programma a riguardo. I temi delle domande riguardavano l'innovazione, i cambiamenti climatici, l'energia, la sicurezza nazionale, la ricerca genetica, le cellule staminali, ecc...

La rivista che ha dato più spazio alle elezioni presidenziali è stata Nature, che nel mese di settembre le ha costantemente inserite nel proprio podcast (oltre ad avere uno speciale sulla rivista on line). Ha affrontato quattro temi diversi, rimandando ogni volta ad altrettante

puntate extra, nelle quali gli argomenti erano trattati con maggior respiro (e che non abbiamo preso in esame, in quanto al di fuori della normale programmazione). Le persone interpellate a riguardo erano componenti della redazione, opinionisti che seguivano per Nature gli sviluppi della campagna. La rivista si presenta davvero come opinion leader, rispetto alla scienza e alle sue espressioni nella società, tanto che si occupa ampiamente anche delle elezioni americane, inserendole a tutti i livelli di produzione di media. La questione è americana, ma è anche internazionale e può avere grandi ripercussioni sull'economia e la politica della ricerca. Parlare solo di "rivista", ci sembra a questo punto davvero riduttivo, perché richiama una forma di pubblicazione che non ha molto a che vedere con la realtà di *nature.com*, il portale di Nature. È vero che la pubblicazione ha una sua pagina, ma è gerarchicamente un gradino più in basso dell'Npg (<http://www.nature.com/nature>). Qui occupa una posizione di rilievo, ma accanto a molti altri contenuti: il podcast, la rete di blog e forum, i siti web "regionali" che riguardano la Cina, il Giappone e l'India. La rivista in definitiva valorizza molto il fatto di trovarsi nel contesto di una grande produzione editoriale.

La stessa impressione di colosso dell'informazione non si ha quando si apre il sito di Science (<http://www.sciencemag.org>), che richiama proprio l'idea "cartacea" di rivista, anche se ricco di sezioni e contenuti extra (*news, career, multimedia, ecc...*). Science ha affrontato nei propri podcast temi legati delle elezioni americane, in particolare parlando di policy sui problemi energetici e dell'iniziativa *Science debate*. Anche se lo spazio dato all'argomento non è paragonabile a quello offerto da Nature, tuttavia è presente. E il podcast è ancora una volta ritenuto un medium adatto per riferire su questioni attinenti alla scienza nella società.

The Lancet nella puntata del 26 settembre commenta un editoriale sulla policy per la sanità nel programma dei candidati alla presidenza, interpellando il responsabile della rivista per il Nord America. BMJ invece non tocca l'argomento, neanche nel podcast di novembre, a elezioni concluse, ma solo a pochi giorni dall'insediamento di Barack Obama. Il podcast del 16 gennaio presenta infatti interviste a diversi esperti sull'atteso programma di Obama in campo sanitario. Sembra che il neoletto presidente abbia in programma di mettere a mano alla riforma del sistema sanitario che era costata a Bill Clinton un primo "tradimento" del suo elettorato e una sua svolta conservatrice (Diletti et al., 2009). Quindi anche nei podcast delle riviste mediche entra un tema di interesse per un target molto ampio, ma in questo caso è solo uno dei tanti indizi che ci fanno guardare a un uso, per così dire, giornalistico del mezzo.

Questo è vero in particolare per il podcast di BMJ, che non utilizza mai un linguaggio tecnico e affronta i temi di ricerca sempre nel più ampio contesto sociale e politico.

3.2 Cosa rispondono le riviste

Come ultime considerazioni riportiamo quanto è emerso dalle risposte al questionario che alcune riviste hanno inviato. Pensiamo possano chiarire alcuni aspetti dell'analisi, anche se più che fornire risposte hanno prodotto interrogativi, che potranno forse essere soddisfatti in un eventuale seguito della ricerca.

Il riscontro avuto in generale è stato basso, con 6 questionari ricevuti (tra la fine di novembre e l'inizio di gennaio) su circa 40 inviati, ma non eccessivamente, considerando la modalità di contatto adottata. Una email inviata all'indirizzo di una redazione (più o meno specifico per il podcast), da parte di una studentessa di master senza particolari credenziali, che chiedeva di dedicare un certo tempo per fornire informazioni che potevano essere ritenute anche confidenziali (almeno per quel che riguarda la richiesta di dati sul feedback da parte degli utenti). In quest'ottica sei risposte ci sembrano soddisfacenti, anche se purtroppo solo una proviene da una rivista considerata nell'analisi di questo capitolo. Anche una email di sollecito alla riviste di cui ci interessava di più l'opinione non ha avuto esito positivo, seppur inviata direttamente ai conduttori delle trasmissioni.

Hanno risposto tre riviste mediche (Annals of Internal Medicine, JBJS, Neurology), una interdisciplinare (Radiation Research), una di biologia (Cell) e una di chimica (The Chemistry World). Abbiamo allegato i questionari in appendice, sui quali possiamo fare alcune considerazioni generali.

La produzione del podcast è gestita in maniera diversa a seconda dei casi, ma coinvolge un numero piccolo di persone (1-3) ed avviene all'interno della redazione, compresa la realizzazione tecnica. Rispetto ai dati raccolti nella rassegna possiamo notare che nessuno dei podcast ha uno sponsor ufficiale (a parte Chemistry World) e questo ci sembra giustifichi in parte la scelta di produrli in proprio. Solo in due casi è affidata all'esterno, ad una casa di produzione (JBJS) o a un professionista radiofonico (The Chemistry World), mentre la

redazione dei contenuti rimane interna. Il podcast di Radiation Research, come già detto, è organizzato in maniera peculiare, perché è prodotto da un gruppo di nove persone, tutti esperti dell'ambito disciplinare e solo una interna alla redazione, che è il direttore della rivista.

Nella seconda domanda (quali risorse dedicate al podcast) la parola "risorse" è stata intesa per lo più come risorse umane da chi ha compilato il questionario, ma è stata anche interpretata come una richiesta di chiarimento sulle forze messe in campo e la modalità operativa adottata per produrre il podcast. Dalla descrizione della scelta dei contenuti (domanda 3) ci sono invece giunte conferme sui tipi assegnati a questi podcast nella rassegna, cioè interviste con gli autori o indici audio (JBJS). Ma abbiamo anche colto alcune indicazioni sulla funzione dell'audio, come strumento per fornire un contesto o rendere la complessità dei punti di vista:

"an author from each issue of Cell is interviewed to provide additional context to their article"

(Cell PaperClips)

"The podcast episodes from experts on the various aspects in radiation sciences are conducted to get the current understanding of the subjects and their viewpoints."

(Radiation Research podcast)

Le domande sulla misura della popolarità del podcast, in termini di statistiche o di commenti ricevuti dagli utenti (4 e 5), hanno avuto in un caso risposte reticenti, legate alla preoccupazione sull'uso che poteva essere fatto dei dati. Questo ci ha fatto riflettere sulla dimensione del podcast nell'ambito di una strategia di marketing della rivista, anche se ci è sembrata una reazione spropositata rispetto alla vaghezza della richiesta. In effetti questo elemento deve essere tenuto sempre presente, soprattutto quando si considerano le ragioni che spingono le riviste ad adottare il podcast. Comunque abbiamo ricevuto indicazioni sul numero di scaricamenti per puntata che vanno da qualche migliaio fino ai 15.000 del Cell Podcast. I numeri di per sé non ci dicono molto, perché non possiamo ricondurli a una stima dell'ascolto (*download*, scaricamento, è generico e non ci dice se si riferisce a quello diretto dal sito o al numero di abbonamenti sottoscritti), né confrontarli con le statistiche sulla frequentazione del sito o con una stima del numero di lettori/abbonati alla rivista. Però forniscono un ordine di

grandezza e permettono un minimo confronto tra le riviste. Inoltre ci viene riferito che i dati sono in crescita e che i commenti degli utenti in genere sono positivi. Qualcuno fa anche notare, che c'è un bias nei risultati, perché gli scontenti non scrivono per dirlo (Annals Audio Summary), oppure che in realtà non riceve molto riscontro (Cell) a parte le recensioni che vengono fatte su iTunes. The Chemistry World sottolinea l'importanza delle trascrizioni, vista la sua dimensione internazionale, e allo stesso tempo cita il quiz proposto per incoraggiare l'interazione con gli ascoltatori, a cui partecipano circa venti utenti a puntata.

Perché quindi avere un podcast? Le risposte vanno nella direzione di giustificarla come scelta strategica di marketing, per la quale ha un senso investire in un prodotto offerto gratuitamente, viste le ricadute sulla visibilità della rivista o sul numero di lettori.

“Modernize journal; extend its reach and brand; recruit new readers.”

(Annals Audio Summary)

“Podcasts are heavy drains on resources without generating revenue. However they are an important component of editorial marketing and providing additional context for the science the journals publish.”

(Cell Podcast, Cell PaperClips)

Su questa linea la giustificazione basata sulla centralità del cliente, molto presente nella società americana.

“I think its important for clinicians to be able to get what they want when they want it and in the format they want it in. Being flexible and diverse is important to customer satisfaction and long term viability.”

(JBJS podcast)

Ma l'intento per qualcuno è anche guadagnare l'interesse dei più giovani e magari nutrire gli strumenti partecipativi del sito.

“We want to make more use of our website, reach listeners other than our readers and appeal to a younger audience. We also want to encourage traffic to our website and blog.”

(Chemistry World podcast)

“Appeals to younger physicians.”

(Neurology)

In questo senso la percezione che hanno le riviste del podcast concorda con l'immagine diffusa dai media (podcast = iPod = giovane) ma anche con la realtà dei campus universitari e dell'uso didattico dei podcast, particolarmente importante in ambito medico (pag. 7 e 32).

A proposito degli strumenti partecipativi che a volte accompagnano i podcast, possiamo citare uno studio che si è focalizzato proprio su questa relazione partecipazione-ascolto dell'audio. La ricerca, che riguardava alcuni podcast prodotti da giornali, piccoli editori o radio, ha analizzato i forum o blog connessi al podcast e intervistato alcuni ascoltatori (Birch, 2008). E ha trovato che i podcast possono in effetti stimolare “*podologues*”, cioè spazi dove gli ascoltatori si scambiano conoscenze e opinioni.

La risposta fuori dal coro non a caso arriva dall'unico ricercatore, che ha risposto per il podcast di Radiation Research e che vede nello strumento un grande potenzialità comunicativa. Un modo per chiarire i contenuti di un articolo, oltre che dare visibilità alla rivista e rivolgersi ai giovani membri della Radiation Research Society.

“The podcast highlights articles published in the Radiation Research journal, increases the visibility of the journal, and increases the activity of young Radiation Research Society members. In fact, podcast interaction provides complete understanding of the subject/research paper, which otherwise not possible.”

(The Radiation Research Podcast)

Gli altri questionari sono stati compilati dai responsabili del podcast, caporedattori o da un direttore del marketing. La logica commerciale è quella che più apertamente appare da queste poche risposte, come giustificazione all'adozione di un podcast. Ma c'è dell'altro? E perché non arricchire il podcast e passare a un servizio a pagamento? Quanto questa scelta ha a che vedere con la trasformazione delle riviste scientifiche con il loro approdo sul web?

Conclusioni

Il podcasting è un fenomeno così recente che se ne può raccontare la storia in poche pagine, ma per i tempi del web e della tecnologia è già una vecchia conoscenza. Gli studi sui media seguono invece ritmi più posati e riflessivi e sembra che ancora non si siano soffermati su questa novità. Possiamo proprio dire che questa indagine sia una delle prime, almeno nella specifico ambito dei podcast delle riviste scientifiche. È un primo sguardo, un'istantanea su una realtà dinamica e popolata. Forse, come spesso accade nelle foto di gruppo, ci sarà sfuggito qualcuno. Ma nel complesso crediamo di aver colto un'atmosfera.

Le riviste scientifiche vedono nel podcast uno strumento per raggiungere pubblici più ampi o diversi? In generale possiamo dire di sì. Perché, quando c'è, è collocato anche su un software/sito dove milioni di utenti ascoltano e comprano musica, e perché è collegato in vario modo alle reti sociali. Ma anche perché i podcast che le riviste producono toccano ambiti interessanti per pubblici ampi: temi scientifici legati alla società, all'attualità e alle policy della ricerca e innovazione. Pensiamo che sia verificata la nostra ipotesi perché le più note riviste scientifiche producono podcast e li usano in maniera coerente rispetto al resto della loro produzione editoriale. Lo usano per essere visibili e alimentare la loro posizione di opinion leader. Lo hanno adottato appena nato, quando era ancor meno chiaro che strumento fosse, ma prometteva grandi successi. Tra le prime vi sono state le riviste mediche, che sembrano aver accolto con più consapevolezza questo strumento, così come sono consapevoli di essere una fonte di informazione preziosa per i media. E un'altra ragione per cui sosteniamo la nostra tesi è che le riviste che ci hanno risposto l'hanno confermata.

Al di là dei risultati, dell'aver verificato la nostra ipotesi, quello che ci interessa davvero è che abbiamo sperimentato metodi e fatto ricorso a quanto letto negli ultimi anni. E ci è sembrato, alla fine, di cogliere il senso generale delle osservazioni fatte. Cioè che il podcasting è uno dei tanti segnali di una trasformazione delle riviste, che non riguarda soltanto le riviste, ma il modo di produrre e diffondere la conoscenza scientifica. L'idea di una scienza accademica, di un suo mondo privilegiato e puro, che non si contamina con il mercato e l'ignoranza della società, è definitivamente rimossa. E pensiamo che le riviste siano diventate post-accademiche come lo è diventata la scienza.

Molte volte abbiamo colto degli elementi di criticità che sono legati al mezzo specifico, il podcast, ma in generale al web. Ad esempio come studiarlo. La strada che abbiamo scelto è

stata quella di entrare nella sua logica, di utilizzare cioè l'oggetto della ricerca, il web, come strumento per realizzarla. Qui abbiamo incontrato non poche difficoltà, ma la prima e più grande è stata proprio "la ricerca". Cioè: quale strategia adottare per raggiungere ciò che ci interessa? E la domanda si può anche ribaltare: chi produce contenuti nel web come può farsi raggiungere? Gli esperti di comunicazione se la pongono per prima, ma il web, e questa è la sua forza, è aperto a tutti, esperti e non. Così forse bisogna davvero affidarsi alla rete sociale del web, all'intelligenza collettiva, per potersi orientare.

Bibliografia

AAAS, News - AAAS joins call for presidential debate on science and innovation issues, 24/01/2008, http://www.aaas.org/news/releases/2008/0124science_debate.shtml

Austria J. L., Developing evaluation criteria for podcasts, *Libri*, 2007, 57, 179-207, <http://www.librijournal.org/2007-4toc.html>

Berry R., Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio, *Convergence*, 12(2), 143-162.

Birch H., Podologues: conversations created by science podcasts, 2008, Master's Thesis, University of the West of England, 1-58.

Bonini T., La radio nella rete – Storia, estetica, usi sociali, Costa&Nolan, 2006, 187 p.

Brabazon T., Mobile Learning: the iPodification of Universities, *Nebula*, 2007, 4.1, 19-30.

Boulos M. N. K., Maramba I., Wheeler S., Wikis, blogs and podcasts: a new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice and education, *BMC Medical Education*, 2006, 6, 41, <http://www.biomedcentral.com/1472-6920/6/41>

Campbell G., There is something in the air: podcasting in education, *EDUCAUSE Review*, 2005, 40(6), 32-47

Carbone P., The children with special health care needs podcast series, *Developmental Medicine & Child Neurology*, 50(s4), 82.

CARL, Towards an integrated knowledge ecosystem: a canadian research strategy, 2005, http://www.carl-abrc.ca/projects/kdstudy/public_html/results.html

Castelfranchi Y., Pitrelli N., Come si comunica la scienza?, Editori Laterza, 2007, 131 p.

Castells M., Galassia internet, Feltrinelli, 2006, 262 p.

Choi A. A., Tamblyn R., Stringer D., Electronic resources for surgical anatomy, *ANZ Journal of Surgery*, 2008, 12, 1082-1091.

Deal A., A Teaching with Technology White Paper – Podcasting, Office of Technology for Education & Eberly Center for Teaching Excellence at Carnegie Mellon University, 2007, 15 p., <http://www.cmu.edu/teaching/technology/research/index.html#whitepapers>

Delfanti A., Conoscenza Open, *Jekyll*, 2007, <http://jekyll.sissa.it/index.php?document=600>

Diletti M, Mazzonis M, Toaldo M., Come cambia l'America. Politica e società ai tempi di Obama. Edizioni dell'Asino, 2009.

Fantoni S., P. Greco, B. Montolli, N. Pitrelli., Osservatorio permanente sulla comunicazione scientifica attraverso i media - Analisi a cura del gruppo di ricerca del Master in Comunicazione della Scienza SISSA, *JCOM*, 2002, 3, 16 p.

Giustini D., How web 2.0 is changing medicine, *BMJ*, 2006, 333, 1283-1284, <http://www.bmj.com/cgi/content/full/333/7582/1283#REF9>

Granieri G., La società digitale, Editori Laterza, 2006, 198 p.

Hammersley B., Audible revolution, *The Guardian*, 12/2/2004, <http://www.guardian.co.uk/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

Maag M., Podcasting and MP3 players: emerging education technologies. *Computing, Informatics, Nursing*, 2006, 24, 9-13.

Maistrello S., La parte abitata della rete, Tecniche Nuove, 2007, 173 p.

Minerva D., Sturloni G., Di cosa parliamo quando parliamo di medicina, Codice Edizioni, 2007, 132 p.

Oxford University Press, 2005, http://www.oup.com/us/brochure/NOAD_podcast

Picardi I., Regina S., La scienza in podcast, *JCOM*, 2008, 7(2), 1-4.

Pilarski P., Johnstone A., Cathleen P., Osheroff N., From music to macromolecules: using rich media/podcast lecture recordings to enhance the preclinical educational experience, *Medical Teacher*, 2008, 30(6), 630-632(3).

Santoro E. Using podcasts for the cardiologist's education and update, *Recenti Progressi in Medicina*, 2008a, 99, 163-170.

Santoro E., Il web 2.0 può migliorare le riviste?, *Va' Pensiero*, 2008b, 349,
http://www.pensiero.it/attualita/articolo.asp?ID_articolo=675&ID_sezione=31

Shantikumar S., From lecture theatre to portable media: students' perceptions of an enhanced podcast for revision, *Medical Teacher*, 2008, 20, 1-4.

Schmundt H., For Science journal, web is "Second Nature", *Spiegel International*, 18/5/2007.

Sterne J., J. Morris, M. B. Baker, A. M. Freire, The politics of podcasting, *Fibreculture*, 2008, 13, http://journal.fibreculture.org/issue13/issue13_sterne.html

Tenopir C., Online Databases - Online Scholarly Journals: How Many?, *Library Journal*, 2/1/2004, <http://www.libraryjournal.com/article/CA374956.html>.

Trelease R. B., Diffusion of innovations: Smartphones and wireless anatomy learning resources, *Anatomical Sciences Education*, 2008, 1(6), 233-239.

Venturi A., Come si fa un podcast, *Tecniche Nuove*, 2006, 182 p.

Whitehead D. E. J., Bray D., Harries M., Not just music but medicine. Podcasting surgical procedures in otolaryngology, *Clinical Otolaryngology*, 2007, 32, 3-6.

Young J. A., Dissemination of scientific information by means of podcast, *Investigative Ophthalmology & Visual Science*, 2006, 47, E-Abstract 4402.

Ziman J., *La vera scienza – Natura e modelli operativi della prassi scientifica*, Edizioni Dedalo, 2002, 490 p.

Zivkovic B., The future of scientific paper, *JCOM*, 2008, 7(2), 1-3.

Appendice



60-second Earth

<http://www.sciam.com/podcast/podcasts.cfm?type=60-second-earth>

con David Biello (redattore della rivista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 60 secondi circa

data inizio 2-10-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

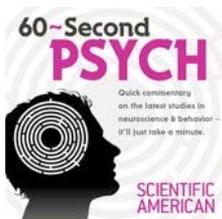
nome Scientific American

periodicità mensile

tipologia popolare

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente news di ricerca



60-second Psych

<http://www.sciam.com/podcast/podcasts.cfm?type=60-second-psych>

con Christie Nicholson (giornalista) o altri redattori della rivista

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 60 secondi circa

data inizio 23-08-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Scientific American

periodicità mensile

tipologia popolare

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente news di ricerca



60-seconds of science

<http://www.sciam.com/podcast/>

con Vari conduttori

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità quotidiano

durata media 60 secondi

data inizio 5-09-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Scientific American

periodicità mensile

tipologia popolare

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente news di ricerca



ACS Chemical Biology Podcasts

<http://community.acs.org/ChemBiol/Podcasts/2008/tabid/1110/Default.aspx>

con Eric Martens (caporedattore) e un altro componente della redazione

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 20 minuti

data inizio 1-04-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini sì

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome ACS Chemical Biology

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare chimica biologia

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



ACS Nano

<http://pubs.acs.org/page/ancac3/audio/index.html>

con Penelope A. Lewis (caporedattore) e un altro componente della redazione

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 20 minuti

data inizio 1-09-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome ACS Nano

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



American Journal of Psychiatry Audio

<http://ajp.psychiatryonline.org/misc/audio.dtl>

con redattori della rivista

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 30 minuti

data inizio 1-04-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

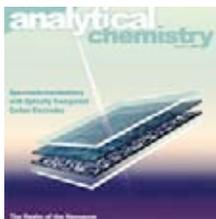
nome American Journal of Psychiatry

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente commento ad articoli della rivista



Analytical Chemistry Podcast

<http://pubs.acs.org/journal/ancham>

con Rajendrani Mukhopadhyay (redattore della rivista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media <10 minuti

data inizio 1-08-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto no *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Analytical Chemistry

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare chimica

componente prevalente commento ad articoli della rivista



Annals Audio summary

<http://www.annals.org/podcast/index.shtml>

con Michael Berkwits (redattore della rivista, medico)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità quindicinale

durata media 10-40 minuti

data inizio 3-07-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì, a volte

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Annals of Internal Medicine

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente commento ad articoli della rivista



ASBMB AudioPhiles

<http://www.asbmb.org/audio.aspx>

con Sarah Crosby

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile (per ogni rivista)

durata media 2-10 minuti

data inizio 18-01-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini sì

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto no

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome ASBMB journals (varie riviste)

periodicità mensile (JLR, MCP) e settimanale (JBC)

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina biologia

componente prevalente commento ad articoli della rivista



Author in the room (TM) Teleconferences

<http://jama.ama-assn.org/authorintheroom/authorindex.dtl>

con medici/autori di articoli della rivista

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 50-60 minuti

data inizio 1-03-2005

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome JAMA

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Biobytes

<http://jem.rupress.org/biobytes/>

con Ruth Williams (ricercatrice)

sponsor The Rockefeller University Press

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 15-20 minuti

data inizio 15/10/2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

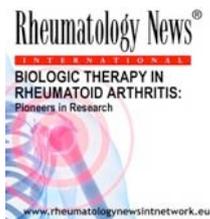
nome JEM - Journal of Experimental Medicine

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina biologia

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Biologic Therapy in Rheumatoid Arthritis: Pioneers in Research

<http://www.rheumatologynewsintnetwork.eu/>

con Dr Linda Austen, Dr Jonahatan Edwards

sponsor sì

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 15 minuti

data inizio 30-05-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini sì

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) --- *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Rheumatology News International

periodicità bimestrale

tipologia professionale

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



BMJ

<http://podcasts.bmj.com/bmj/>

con vari redattori di BMJ

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità irregolare

durata media 5-10 minuti

data inizio 10-10-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì, a volte

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

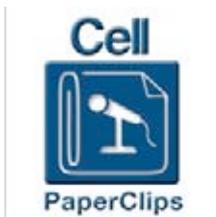
nome BMJ (British Medical Journal)

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente ricerca legata all'attualità



Cell PaperClips

<http://www.cell.com/cellpaperclips>

con Redattori della rivista

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità quindicinale

durata media 5-10 minuti

data inizio 7-03-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 0 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Cell

periodicità quindicinale

tipologia accademica

ambito disciplinare biologia

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Cell Podcasts

<http://www.cell.com/cellpress/podcast>

con Keith Wollman (editore della rivista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità trimestrale

durata media 30-40 minuti

data inizio 1-12-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo no

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 0

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome Cell

periodicità quindicinale

tipologia accademica

ambito disciplinare biologia

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Chemistry in its elements

<http://www.rsc.org/chemistryworld/podcast/element.asp>

con Chris Smith e un ricercatore o componente della redazione della rivista

sponsor Royal Society of Chemistry

PROGRAMMAZIONE

periodicità irregolare

durata media 5 minuti

data inizio 1-03-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome Chemistry World

periodicità mensile

tipologia professionale

ambito disciplinare chimica

componente prevalente didattica



Chemistry World Podcast

<http://www.rsc.org/chemistryworld/podcast/CWpodcast.asp>

con Chris Smith (ricercatore) e componenti della redazione della rivista

sponsor Royal Society of Chemistry

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 20-30 minuti

data inizio 1-10-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto sì

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome Chemistry World

periodicità mensile

tipologia professionale

ambito disciplinare chimica

componente prevalente news di ricerca



Chempod

<http://www.nature.com/chemistry/podcast.html>

con Gareth Mitchell (speaker radiofonico)

sponsor sì

PROGRAMMAZIONE

periodicità bimestrale

durata media 30 minuti

data inizio 1-03-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome sei riviste del Nature Publishing Group

periodicità

tipologia accademica

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



EID Podcast

<http://www.cdc.gov/NCIDOD/eid/podcast/index.htm>

con Medico

sponsor Center for Disease Control and Prevention

PROGRAMMAZIONE

periodicità irregolare

durata media 4-15 minuti

data inizio 13-09-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini sì

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto no

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto no

email dedicata sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Emerging Infectious Disease

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Heredity Podcast

<http://www.nature.com/hdy/podcast/index.html>

con Steve Le Comber, Elli Leadbeater

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 20-40 minuti

data inizio 1-04-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo no

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Heredity

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare biologia

componente prevalente interviste a ricercatori/autori

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità irregolare

durata media 10-30 minuti

data inizio 21-05-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate no

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome JACS - Journal of the American Chemical Society

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare chimica

componente prevalente



JAMA Audio Commentary

<http://jama.ama-assn.org/misc/audiocommentary.dtl>

con Catherine D. DeAngelis (caporedattrice, medico)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 10 minuti

data inizio 1-03-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome JAMA

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente indice audio



JBJS podcasts and vodcasts

http://www2.ejbs.org/misc/podcast_current.dtl

con

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 20-30 minuti

data inizio 1-05-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo no

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì

email dedicata sì

RIVISTA EMITTENTE

nome JBJS - The Journal of Bone and Joint Surgery

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente indice audio



JNCI Podcast

http://www.oxfordjournals.org/our_journals/jnci/podcast.html

con

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità quindicinale

durata media 10-15 minuti

data inizio 19-09-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo no

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome JNCI - Journal of the National Cancer Institute

periodicità quindicinale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



JNPT Podcast

<http://www.jnptextra.org/ppod.cfm>

con Judith Deutsch (redattrice della rivista) e un altro componente della redazione

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità trimestrale

durata media circa 20 minuti

data inizio 1-03-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo no

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto no *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Journal of Neurological Physical Therapy

periodicità trimestrale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente indice audio



Journal of Proteome Research Podcasts

<http://pubs.acs.org/journal/jprobs>

con redattori della rivista

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità irregolare

durata media < 5 minuti

data inizio 1/01/2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto no

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome Journal of Proteome Research

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare biologia

componente prevalente commento ad articoli della rivista



Nature podcast

<http://www.nature.com/nature/podcast/>

con Adam Rutherford, Kerri Smith (giornalisti)

sponsor sì

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 25-30 minuti

data inizio 6-10-2005

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Nature

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



NEJM interviews

<http://content.nejm.org/misc/podcast.dtl>

con Rachel Gotbaum (giornalista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità irregolare

durata media <10 minuti

data inizio 8-02-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo no

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto no

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate no

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

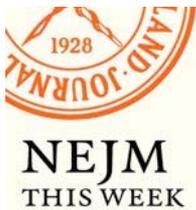
nome The New England Journal of Medicine

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



NEJM this week - Audio summary

<http://content.nejm.org/misc/podcast.dtl>

con Lisa Johnson (medico) o Michael Bearer (medico) o altri medici

sponsor sì

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 20-25 minuti

data inizio 3-11-2005

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto no

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate no

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome The New England Journal of Medicine

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente indice audio



Neurology (R) Podcast

<http://www.aan.com/rss/?event=feed&channel=1>

con John H. Noseworthy (caporedattore)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 15-50 minuti

data inizio 4-09-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line no

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Neurology

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Neuropod

<http://www.nature.com/neurosci/neuropod/index.html>

con Kerri Smith (giornalista)

sponsor Dana Foundation

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 25-30 minuti

data inizio 1/10/2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome 3 riviste del Nature Publishing Group

periodicità

tipologia accademica

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Neurosurgical Focus Readers' Forum

<http://nsforum.org/>

con Nathalie Charles (speaker) e medici

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 15-20 minuti

data inizio 1-03-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 2 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Neurosurgical Focus

periodicità mensile (online, free access)

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Proteomics Podcast

<http://www.wiley-vch.de/goproteomics/index.php?page=podcast>

con Jules Westbrook (ricercatore), Emma McGregor (redattrice della rivista)

sponsor sì

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 30 minuti

data inizio 1-11-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 gratuità sì presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì email dedicata sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Proteomics

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito biologia
disciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



PRS Podcast

<http://www.prsjournal.com>

con

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 5 minuti

data inizio 1-09-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto no

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Plastic and Reconstructive Surgery

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente indice audio



PTJ Podcast

<http://www.ptjournal.org/misc/podcasts.dtl>

con redattori della rivista

sponsor American Physical Therapy Association

PROGRAMMAZIONE

periodicità varia per i diversi contributi

durata media non standard

data inizio 1-09-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Physical Therapy

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente commento ad articoli della rivista



Science podcast

<http://www.sciencemag.org/about/podcast.dtl>

con Robert Frederick (giornalista)

sponsor The American Association for the Advancement of Science

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 35 minuti

data inizio 23-12-2005

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini sì

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto no

email dedicata sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Science Magazine

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Science Sessions

<http://www.pnas.org/site/misc/podcasts.shtml>

con

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità irregolare

durata media 5 minuti

data inizio

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini sì

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store no

podcasting no

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto no

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome PNAS- Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Science Signalling Podcast

<http://stke.sciencemag.org/>

con Redattori della rivista

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 10 minuti

data inizio 22-02-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì, con indicazioni sul target, link suggeriti

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Science Signalling

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare biologia

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Science talk

<http://www.sciam.com/podcast/>

con Steve Mirsky (giornalista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 30 minuti

data inizio 8-02-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio sì

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Scientific American

periodicità mensile

tipologia popolare

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



Technology Review AudioDizer Podcast

<http://www.technologyreview.com/audio/>

con conduttori sintetici

sponsor sì

PROGRAMMAZIONE

periodicità 2-3 a settimana

durata media 5-10 minuti

data inizio 1/04/2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo no

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) --- *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line no

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate no

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome Technology Review

periodicità bimestrale

tipologia professionale

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente news di ricerca



The Lancet

<http://www.thelancet.com/audio>

con Richard Lane (giornalista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 10-20 minuti

data inizio 18-02-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome The Lancet

periodicità settimanale

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



The Lancet Infectious Diseases

<http://www.thelancet.com/audio>

con Richard Lane (giornalista), John McConnell (redattore della rivista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 10 minuti

data inizio 1-04-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1

gratuità sì

presenza in iTunes store sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì

email dedicata no

RIVISTA EMITTENTE

nome The Lancet Infectious Diseases

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



The Lancet Neurology

<http://www.thelancet.com/audio>

con Richard Lane (giornalista), Helen Frankish (redattrice della rivista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 5-10 minuti

data inizio 1-07-2006

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome The Lancet Neurology

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



The Lancet Oncology

<http://www.thelancet.com/audio>

con Richard Lane (giornalista) e redattori della rivista

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 15 minuti

data inizio 1-03-2008

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti no

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto sì *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome The Lancet Oncology

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente interviste a ricercatori/autori



The Lancet Student

<http://www.thelancetstudent.com/category/audio>

con Studenti di medicina (a volte la redattrice di Lancet Rhona MacDonald)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità settimanale

durata media 5-10 minuti

data inizio 7/12/2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini no

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) 1 *gratuità* sì *presenza in iTunes store* sì

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto no *email dedicata* no

RIVISTA EMITTENTE

nome blog (thelancetstudent) correlato a The Lancet

periodicità

tipologia accademica

ambito disciplinare medicina

componente prevalente eventi e articoli d'interesse per la comunità di riferimento



The Radiation Research Podcast

<http://www.radres.org/podcast/>

con Ricercatori (8), Sara Rockwell (direttrice della rivista)

sponsor no

PROGRAMMAZIONE

periodicità mensile

durata media 14-30 minuti

data inizio 31-03-2007

PRESENTAZIONE SUL WEB

immagini sì

testo sì

commenti sì

MODALITÀ DI FRUIZIONE E ACCESSO

accessibilità dalla homepage (n° di click) --- *gratuità* sì *presenza in iTunes store* no

podcasting sì

download diretto sì

ascolto on line sì

trascrizioni dell'audio no

archivio puntate sì

faq o aiuto no

email dedicata sì

RIVISTA EMITTENTE

nome Radiation Research

periodicità mensile

tipologia accademica

ambito disciplinare interdisciplinare

componente prevalente interviste a ricercatori/autori

FORMAT

<i>durata puntata</i>	33 minuti
<i>struttura</i>	messaggio dello sponsor, sommario, interviste, anticipazioni puntata successiva, messaggio dello sponsor.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1, 5, 6
<i>numero di voci</i>	15
<i>intervistatori</i>	due giornalisti (conduttori), due giornalisti (inviati)
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	ricercatore (1, 4, 5, 6); blogger (2), due redattori della rivista (3), funzionario non governativo (3), giornalista (4)
<i>linguaggio</i>	con tecnicismi, in parte spiegati
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, sommario, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	veloce, alternanza di pochi minuti

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- genotipizzazione di popolazione, distribuzione geografica. 2- centri di calcolo, Ice Cube, LHC. 3- cambiamenti climatici, energia. 4- conferenza blogger. 5- buchi neri. 6- invertebrati.	<i>ambiti</i>	1-ricerca, società. 2-tecnologia, big science, attualità. 3-policy, politica, attualità. 4- scienza, eventi, media. 5- ricerca. 6- ricerca.
------------------	---	---------------	--

FORMAT

<i>durata puntata</i>	26 minuti
<i>struttura</i>	messaggio dello sponsor, sommario, interviste, anticipazioni puntata successiva, messaggio dello sponsor.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1, 2, 4
<i>numero di voci</i>	11
<i>intervistatori</i>	due giornalisti (conduttori), due giornalisti (inviati)
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	ricercatore (1, 2, 3, 4, 5), redattore della rivista (3)
<i>linguaggio</i>	con tecnicismi, in parte spiegati
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, sommario, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	veloce, alternanza di pochi minuti

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- matematica, scienze cognitive. 2- eruzioni, previsioni. 3- biomedicina, stem cells, antibiotici 4- fisiologia vegetale. 5- lhc, buco nero.	<i>ambiti</i>	1- ricerca. 2- ricerca. 3- policy, politica, attualità, etica. 4- tecnologia. 5- attualità, eventi, big science, media.
------------------	---	---------------	---

FORMAT

<i>durata puntata</i>	24 minuti
<i>struttura</i>	messaggio dello sponsor, sommario, interviste, anticipazioni puntata successiva, messaggio dello sponsor.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1, 2, 4, 5
<i>numero di voci</i>	10
<i>intervistatori</i>	due giornalisti (conduttori), due giornalisti (inviati)
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	ricercatore (1, 4, 5), giornalista (2), redattore della rivista (3), funzionario non governativo (3)
<i>linguaggio</i>	con tecnicismi, in parte spiegati
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, sommario, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	veloce, alternanza di pochi minuti

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1-effetti cambiamenti climatici, ecosistemi. 2- teoria evolucionistica. 3- innnovazione. 4- vertebrati, embriogenesi. 5- embriogenesi.	<i>ambiti</i>	1- ricerca. 2- eventi, scienza. 3- policy, politica, attualità. 4-- ricerca. 5- ricerca.
------------------	--	---------------	--

FORMAT

<i>durata puntata</i>	26 minuti
<i>struttura</i>	messaggio dello sponsor, sommario, interviste, anticipazioni puntata successiva, messaggio dello sponsor.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1, 2, 3, 4, 5
<i>numero di voci</i>	10
<i>intervistatori</i>	due giornalisti (conduttori), tre giornalisti (inviati)
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	ricercatore (1, 2, 4, 5), redattore della rivista (3)
<i>linguaggio</i>	con tecnicismi, in parte spiegati
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, sommario, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	veloce, alternanza di pochi minuti

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- vertebrati. 2- stelle. 3- elezioni presidenziali USA. 4- microorganismi, metagenomica. 5- diabete, medicina	<i>ambiti</i>	1- ricerca. 2- ricerca. 3- policy, politica, attualità. 4- ricerca. 5- ricerca.
------------------	--	---------------	---

FORMAT

<i>durata puntata</i>	34 minuti
<i>struttura</i>	sommario, promo dell'AAAS, intervista, annuncio di articolo pubblicato, intervista, news di ScienceNOW, indirizzo email, crediti.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1, 2, 3, 4
<i>numero di voci</i>	5
<i>intervistatori</i>	giornalista
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	ricercatore (1, 3), due redattori della rivista (4, 5)
<i>linguaggio</i>	con tecnicismi, in parte spiegati
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, sommario, promo, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- neuroscienze. 2- tumori, medicina. 3- fisica dei ghiacciai. 4- neuroscienze. 5- psicologia evoluzionistica, sessualità.	<i>ambiti</i>	1- ricerca. 2- ricerca. 3- ricerca. 4- ricerca, società. 5- ricerca, società.
------------------	--	---------------	---

FORMAT

<i>durata puntata</i>	42 minuti
<i>struttura</i>	sommario, promo dell'AAAS, interviste, news di ScienceNOW, indirizzo email, crediti.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1, 2, 3
<i>numero di voci</i>	6
<i>intervistatori</i>	due giornalisti (un conduttore, un inviato)
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	ricercatore (1, 2), redattore della rivista (3 e 5), dirigente di NIH (4)
<i>linguaggio</i>	con tecnicismi, in parte spiegati
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, sommario, promo, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- fisiologia umana. 2- microscopia elettronica. 3- datazione di tessuti umani. 4- banche dati genetiche. 5- neuroscienze, apprendimento matematica, invertebrati.	<i>ambiti</i>	1- ricerca. 2- tecnologia. 3- ricerca. 4- policy, società, scienza. 5- ricerca, società.
------------------	--	---------------	--

FORMAT

<i>durata puntata</i>	32 minuti
<i>struttura</i>	sommario, promo dell'AAAS, interviste, news di ScienceNOW, indirizzo email, crediti.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1, 2, 3
<i>numero di voci</i>	6
<i>intervistatori</i>	un giornalista
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	ricercatore (1, 3), tre redattori della rivista (2, 4, 5)
<i>linguaggio</i>	con tecnicismi, in parte spiegati
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, sommario, promo, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- meteoriti. 2- carriera accademica. 3- social network. 4- cambiamenti climatici, energia. 5- psicologia, neuroscienze.	<i>ambiti</i>	1- ricerca. 2- scienza, società. 3- scienza. 4- policy, politica, attualità. 5- ricerca, società.
------------------	--	---------------	---

FORMAT

durata puntata 32 minuti

struttura sommario, promo dell'AAAS, intervista, annuncio di articolo pubblicato, intervista, annuncio di articolo pubblicato, news di ScienceNOW, lettere dai lettori, indirizzo email, crediti.

riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista 1, 2, 3, 4, 5, 7

numero di voci 7

intervistatori due giornalisti (un conduttore, un inviato)

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati ricercatore (1), redattore della rivista (3, 6, 7), giornalista (5)

linguaggio con tecnicismi, in parte spiegati

musica sigla iniziale e finale, sommario, promo, effetti sonori di transizione

ritmo complessivo medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

argomenti 1- storia della terra.
2- performance scolastiche.
3- science debate 2008, elezioni presidenziali USA.
4- linguistica.
5- visualizzazione della scienza.
6- invertebrati, lhc, diabete
7- resistenza agli antibiotici, crowd-funding

ambiti 1- ricerca.
2- ricerca, società, policy.
3- policy, politica, attualità.
4- ricerca, società.
5- eventi, scienza.
6- ricerca, attualità, big science.
7- policy, società, scienza

FORMAT

<i>durata puntata</i>	28 minuti
<i>struttura</i>	introduzione, intervista, Totally bogus (quiz), promo di altri contenuti di sciam.com, soluzione del quiz.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	1
<i>numero di voci</i>	2
<i>intervistatori</i>	un giornalista
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	direttore della rivista
<i>linguaggio</i>	comprensibile a tutti
<i>musica</i>	sigla iniziale e finale, introduzione, quiz, effetti sonori di transizione
<i>ritmo complessivo</i>	lento

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- privacy, sicurezza. 2- quiz.	<i>ambiti</i>	1- società, tecnologia, etica. 2- ricerca.
------------------	------------------------------------	---------------	---

FORMAT

durata puntata 29 minuti

struttura introduzione, intervista, Totally bogus (quiz), promo di altri contenuti di sciam.com, soluzione del quiz.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista*

numero di voci 2

intervistatori un giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati giornalista (1)

linguaggio comprensibile a tutti

musica sigla iniziale e finale, introduzione, quiz, effetti sonori di transizione

ritmo lento
complessivo

CONTESTI

argomenti 1- cambiamenti climatici, energia.
2- quiz.

ambiti 1- società, politica, policy
2- ricerca.

FORMAT

durata puntata 30 minuti

struttura introduzione, interviste, Totally bogus (quiz).

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista*

numero di voci 3

intervistatori un giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati premio Nobel (1), redattore della rivista (1)

linguaggio comprensibile a tutti

musica sigla iniziale e finale, introduzione, quiz, effetti sonori di transizione

*ritmo
complessivo* lento

CONTESTI

argomenti 1- LHC.

2- quiz.

ambiti 1- ricerca, scienza, attualità, big science, media.

2- attualità.

FORMAT

durata puntata 30 minuti

struttura introduzione, interviste, Totally bogus (quiz), intervista.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista* 1 (nuova rivista su sciam.com)

numero di voci 4

intervistatori un giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati tre redattori della rivista (1, 2, 4)

linguaggio comprensibile a tutti

musica sigla iniziale e finale, introduzione, quiz, effetti sonori di transizione

*ritmo
complessivo* lento

CONTESTI

argomenti 1- energia, sostenibilità.
2- nanotecnologia.
3- quiz.
4- LHC.

ambiti 1- tecnologia, società.
2- eventi, scienza.
3- società, attualità.
4- attualità.

FORMAT

durata puntata 13 minuti

struttura saluti, intervista (collegamento da una conferenza), dove trovare gli articoli.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista* 1

numero di voci 2

intervistatori giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati redattore di Lancet (1)

linguaggio comprensibile agli esperti

musica no

ritmo lento
complessivo

CONTESTI

argomenti 1- cardiologia

ambiti 1- eventi, scienza, ricerca.

FORMAT

durata puntata 17 minuti

struttura saluti, introduzione, intervista, dove trovare gli articoli.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista* 1

numero di voci 2

intervistatori giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati medico/funziionario non governativo (1)

linguaggio con tecnicismi, in parte spiegati

musica no

ritmo lento
complessivo

CONTESTI

argomenti 1- assistenza sanitaria primaria. *ambiti* 1- policy, società.

FORMAT

durata puntata 16 minuti

struttura saluti, frammento di conferenza stampa, intervista.

*referimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista* 1, 2

numero di voci 2

intervistatori giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati ricercatore (1)

linguaggio comprensibile agli esperti

musica no

ritmo lento
complessivo

CONTESTI

argomenti 1- antibiotici in gravidanza
2- asma

ambiti 1- ricerca.
2- ricerca.

FORMAT

durata puntata 7 minuti

struttura saluti e sommario, articoli pubblicati sulla rivista, intervista.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista* 1, 2

numero di voci 2

intervistatori giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati direttore di Lancet per il Nord America (2)

linguaggio comprensibile a tutti

musica no

*ritmo
complessivo* medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

argomenti 1- argomenti vari.
2- sanità, elezioni presidenziali
USA.

ambiti 1- ricerca.
2- policy, società, politica.

FORMAT

durata puntata 7 minuti

struttura intervista.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista*

numero di voci 1

intervistatori non è inserito

qualità voce

a. chiarezza no

b. colore no

intervistati direttore di un organizzazione mondiale per i professionisti della sanità (1)

linguaggio comprensibile a tutti

musica no

ritmo lento
complessivo

CONTESTI

argomenti 1. professionisti della sanità.

ambiti 1. policy, società, politica.

FORMAT

durata puntata 7 minuti

struttura intervista

*referimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista*

numero di voci 2

intervistatori giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati alto commissario per i diritti umani UN (1)

linguaggio comprensibile a tutti

musica no

ritmo lento
complessivo

CONTESTI

argomenti 1. professionisti della sanità.

ambiti 1. policy, società, politica.

FORMAT

durata puntata 11 minuti

struttura saluti, introduzione, intervista, invito a commentare.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista* 1

numero di voci 2

intervistatori redattore di BMJ

qualità voce

a. chiarezza no

b. colore no

intervistati medico/broadcaster (1)

linguaggio comprensibile a tutti

musica no

*ritmo
complessivo* lento

CONTESTI

argomenti 1- vaccino HPV.

ambiti 1- società, policy, attualità.

FORMAT

durata puntata 10 minuti

struttura saluti, introduzione, intervista, conclusione, invito a commentare.

*riferimento ad articoli/news
pubblicati sulla rivista* 1

numero di voci 2

intervistatori giornalista

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore no

intervistati ricercatore (1)

linguaggio comprensibile a tutti

musica no

ritmo lento
complessivo

CONTESTI

argomenti 1- chemioterapia.

ambiti 1- ricerca, società.

FORMAT

durata puntata 31 minuti

struttura promo (Royal Society of Chemistry), sommario, anticipazione quiz a premi, promo, interviste, risposta al quiz e nuovo quiz, saluti, promo.

riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista

numero di voci 5

intervistatori ricercatore

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati tre redattori della rivista (1, 3, 4, 5, 6, 7), ricercatore (2)

linguaggio comprensibile a tutti

musica promo, sommario, come transizione alla seconda parte del programma

ritmo complessivo medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

argomenti 1- diagnosi cancro.
2- ecologia.
3- robotica.
4- cibo.
5- energia alternativa.
6- nanotecnologia.
7- cibo.

ambiti 1- ricerca.
2- ricerca, società.
3- tecnologia
4- tecnologia.
5- ricerca.
6- ricerca.
7- ricerca.

FORMAT

<i>durata puntata</i>	32 minuti
<i>struttura</i>	promo (Royal Society of Chemistry), sommario, anticipazione quiz a premi, promo, interviste, risposta al quiz e nuovo quiz, saluti, promo.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	
<i>numero di voci</i>	6
<i>intervistatori</i>	ricercatore
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	tre redattori della rivista (1, 2, 4, 5, 7, 8), ricercatore (3, 6)
<i>linguaggio</i>	comprensibile a tutti
<i>musica</i>	promo, sommario, come transizione alla seconda parte del programma
<i>ritmo complessivo</i>	medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- farmacologia, cancro. 2- farmacologia. 3- tossicologia. 4- gas serra. 5- invertebrati. 6- resistenza agli antibiotici. 7- diagnosi preimpianto. 8- nanotecnologia.	<i>ambiti</i>	1- ricerca. 2- ricerca. 3- ricerca. 4- ricerca. 5- ricerca. 6- ricerca. 7- ricerca. 8- ricerca.
------------------	--	---------------	--

FORMAT

durata puntata 34 minuti

struttura promo (Royal Society of Chemistry), sommario, anticipazione quiz a premi, promo, interviste, risposta al quiz e nuovo quiz, saluti, promo.

riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista

numero di voci 6

intervistatori ricercatore

qualità voce

a. chiarezza sì

b. colore sì

intervistati tre redattori della rivista (1, 2, 4, 6), premio Nobel (3), ricercatore (4, 7).

linguaggio comprensibile a tutti

musica promo, sommario, come transizione alla seconda parte del programma

ritmo complessivo medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

argomenti 1- nanotecnologia.
2- medicina.
3- biochimica.
4- origine della vita.
5- biocarburanti.
6- farmacologia.
7- LHC.

ambiti 1- ricerca.
2- ricerca.
3- attualità, ricerca.
4- ricerca, scienza.
5- ricerca.
6- ricerca.
7- ricerca, attualità

FORMAT

<i>durata puntata</i>	35 minuti
<i>struttura</i>	promo (Royal Society of Chemistry), sommario, anticipazione quiz a premi, promo, interviste, risposta al quiz e nuovo quiz, saluti, promo.
<i>riferimento ad articoli/news pubblicati sulla rivista</i>	8
<i>numero di voci</i>	6
<i>intervistatori</i>	ricercatore
<i>qualità voce</i>	
<i>a. chiarezza</i>	sì
<i>b. colore</i>	sì
<i>intervistati</i>	tre redattori della rivista (1, 2, 4, 5, 7, 8), ricercatore (3, 6)
<i>linguaggio</i>	comprensibile a tutti
<i>musica</i>	promo, sommario, come transizione alla seconda parte del programma
<i>ritmo complessivo</i>	medio, con alternanza di voci/musica

CONTESTI

<i>argomenti</i>	1- funghi, biocarburanti.	<i>ambiti</i>	1- ricerca.
	2- sequestro CO ₂ .		2- ricerca.
	3- biocarburanti.		3- ricerca.
	4- nanotecnologia.		4- ricerca.
	5- plastica.		5- ricerca.
	6- cibo.		6- ricerca.
	7- biochimica.		7- ricerca.
	8- invertebrati.		8- ricerca.

Risposte al questionario: chi realizza il podcast e qual è la sua competenza (1), la rivista assegna specifiche risorse al podcasting (2), come è programmato il contenuto di ogni puntata (3)

	1	2	3
Annals Audio Summary – Annals of Internal Medicine	One (M.D. editor)	no	Ad hoc, at discretion of M.D. editor who writes and produces the podcast.
Cell Podcast/Cell PaperClips – Cell Press/Cell	2 record/edit; 1 produces. We had no experience prior to starting the broadcast but took advice from other journals and magazines	We did not add additional people to take on these tasks so staf have to fit it into their existing jobs.	The core of the podcasts are interviews with scientists.For each podcast we plan which journal and author will be featured. The producer writes an overall script and develops shorter features. For the Cell PaperClips, an author from each issue of Cell is interviewed to provide additional context to their article.
Chemistry World podcast – Chemistry World Magazine	Two: One member of the editorial team organises the content and running order, and a professional radio producer records, presents and edits the podcast.	Yes - our features editor devotes half a day per week to finding suitable news stories for the podcast and scientists to interview. There are usually six news stories reported on the podcast and two pre-recorded interviews.	News stories are taken from the news coverage within the magazine and on the Chemistry World website. Interviewees are usually scientists who have been interviewed already for one or more of our feature articles.
JBJS podcast - The Journal of Bone & Joint Surgery, American Volume	Actual production of the podcast is done by two technical people and one artist (the voice). We hire a production company to do	Editorial staff write the introduction and put the abstracts into a single Word document. A deputy editor reads/approves the intro and	The deputy editor selects 6 articles of interest each month. We use the abstracts from those articles.

	this for us.	listens to and approves the podcast before it is published.	
Neurology Podcasts - Neurology	5-8 people: 3 scientific editors, 2-3 people being interviewed, staff co-ordinator, and audio editor	Yes, 1/2 staff person, 1/4 audio editor	Podcast editor decides on topic, suggests interviewers & interviewees, staff member facilitates
The Radiation Research Podcast – Radiation Research	The podcast production team currently has 9 members, including the Editor in Chief of the Radiation Research journal. Their expertise is in the field of radiation research.		Together the podcast team selects one article in each issue of the journal to be highlighted in a podcast episode. Additional episodes may focus on special events, such as awards won by Radiation Research Society members. The podcast episodes from experts on the various aspects in radiation sciences are conducted to get the current understanding of the subjects and their viewpoints.

Risposte al questionario: quali sono le statistiche sugli utenti (4), qual è il riscontro degli utenti (5), perché avere/non avere un podcast (6)

	4	5	6
Annals Audio Summary – Annals of Internal Medicine	Web statistics have been very difficult to interpret but show steady growth. I am willing to provide the data we have if other journals provide them, and with a better understanding of how they will be used or published.	Universally positive, but only listeners who really like what they hear provide feedback (selection bias).	Modernize journal; extend its reach and brand; recruit new readers.
Cell Podcast/Cell PaperClips – Cell Press/Cell	We average 15000 downloads for the Cell podcast and are getting 2000-3000 downloads for each Cell PaperClip	Other than the reviews on I-Tunes, we get little feedback from users.	Podcasts are heavy drains on resources without generating revenue. However they are an important component of editorial marketing and providing additional context for the science the journals publish.
Chemistry World podcast – Chemistry World Magazine	About 2000 people download each monthly podcast up to now. It's growing steadily	Generally positive. We have an international audience so transcripts are important to our listeners. We run monthly competitions to encourage our listeners to get in touch and they are relatively popular - around 20 entries per month.	We want to make more use of our website, reach listeners other than our readers and appeal to a younger audience. We also want to encourage traffic to our website and blog.
JBJS podcast - The Journal of Bone & Joint Surgery,	a little over 4,000 downloads/month	not much. Here is one response "Thanks! Fantastic idea." and the person asked about our podcast archives. Another	I think its important for clinicians to be able to get what they want when they want it and in the format they want it in. Being flexible and diverse is important to

American Volume		listener wrote "The podcasts are very much appreciated! What a great idea! Kindly keep them coming."	customer satisfaction and long term viability.
Neurology Podcasts - Neurology	~ 1200 downloads within a few days of posting	They love it and want more.	Appeals to younger physicians.
The Radiation Research Podcast – Radiation Research			The podcast highlights articles published in the Radiation Research journal, increases the visibility of the journal, and increases the activity of young Radiation Research Society members. In fact, podcast interaction provides complete understanding of the subject/research paper, which otherwise not possible.