

Comment

La scienza in podcast

Ilenia Picardi, Simona Regina

Chi navigava già nei primi anni Novanta probabilmente ricorderà le prime pagine web: statiche, minimali, lunghe, composte quasi esclusivamente di testo e, soprattutto, mute, proprio come il primo cinema. Internet di allora era radicalmente diverso da quello che conosciamo oggi: luogo di incontro e convergenza tra media differenti, palcoscenico mediatico su cui interagiscono attori diversi, che in modo diverso stanno mettendo in atto una sorta di rivoluzione nel mondo della comunicazione, trasformando il ruolo dei media tradizionali e innescando nuovi processi informativi. La rete ha creato nuovi spazi pubblici di informazione, di diffusione delle notizie, di dialogo e partecipazione: non solo riesce ad abbattere i limiti spazio-temporali della comunicazione tradizionale, ma anche ad accogliere nuovi format comunicativi e a stravolgere il tradizionale circuito della produzione e distribuzione di informazione. Oggi la rete è sempre più popolata da internauti attivi che gestiscono blog, scambiano file, mettono video on line, fanno podcast: il pubblico insomma esce dalla platea per salire in palcoscenico.

E anche la comunicazione della scienza non è estranea ai mutamenti innescati dal nuovo modo di usare e popolare la rete. Rappresentativo di questo processo di trasformazione è il podcast scientifico.

Nell'articolo presentiamo una breve review sulla diffusione e sugli usi del podcast nella comunicazione della scienza, risultato di un'inchiesta svolta nell'ambito del corso *Scienza in podcast*¹ per gli studenti del secondo anno del Master in comunicazione della scienza della SISSA di Trieste. Nell'ambito di questa ricerca sono state realizzate interviste agli autori di alcuni podcast scientifici, italiani e stranieri, e a esperti di comunicazione. Tutte le interviste sono pubblicate sul sito del podcast del Master *Dr Jekyll & Mr Pod*.²

Nel dicembre 2005 il dizionario New Oxford definisce “podcasting” parola dell'anno, ossia la registrazione digitale di una trasmissione radiofonica o simili, resa disponibile su internet con lo scopo di permetterne il download su riproduttori audio personali. Il podcast in sostanza consente agli utenti di recuperare contenuti multimediali (audio o video, anche se noi in questo ambito quando parliamo di podcast facciamo riferimento a file sonori) collegandosi automaticamente ai siti di interesse per scaricare gli aggiornamenti con il proprio pc e trasferirli su lettori mp3, cellulari, palmari ecc. Basta sottoscrivere un abbonamento gratuito e così non si deve più navigare di sito in sito per trovare l'informazione di proprio interesse: con il podcast, cioè, si dispone di una sorta di telecomando virtuale che consente a chiunque di disegnare il proprio palinsesto personale.

Il fenomeno podcast ha successo planetario quando il successo commerciale di un nuovo strumento tecnologico, l'iPod, che nel 2005 vende 16 milioni di copie, mette in cortocircuito due mondi che fino ad allora hanno vissuto senza punti di contatto, quello dei blog e quello della radio. Da quel momento, e con grande velocità, il podcasting si afferma come una nuova forma di distribuzione di contenuti che ha saputo rivoluzionare da una parte l'accesso all'informazione, dall'altra la sua stessa produzione.

Ma in cosa consiste la novità del podcast? Sono molte le caratteristiche che ne segnano il successo. Innanzitutto la semplicità di utilizzo. Per fruire di un servizio di podcasting audio basta semplicemente installare un software, *aggregatore*, (alcune versioni gratuite sono disponibili in rete: iTunes e Juice sono solo degli esempi tra i più comuni) che monitora i siti di nostro interesse e ci segnala la pubblicazione di nuovi file multimediali. Se ne trova di nuovi, li scarica sul nostro computer.

Il podcast permette inoltre un ascolto *on demand*: l'accesso all'informazione diviene “asincrono”, svincolato cioè dall'orario di messa in onda dell'informazione sonora, che quindi diviene portatile, da ascoltare quando vuoi, con chi vuoi, come vuoi, per esempio con un qualsiasi lettore mp3.

Ma il podcast è anche uno strumento nuovo di produzione di contenuti sonori. Economico e semplice da realizzare, dà a chiunque la possibilità di diventare autori, editori, produttori di informazione. Il podcast si è proposto così come uno strumento a disposizione di tutti, fornendo a un'ampia comunità che si incontra nella rete una nuova modalità di dialogo, per condividere informazioni, idee e opinioni su ciò che accade nella società.

Ma in quali forme si sta diffondendo il podcast quando parliamo di scienza? E quali sono le potenzialità?

I risultati dell'indagine condotta mostrano come questo strumento si è affermato ormai trasversalmente in contesti diversi e in molteplici isole della comunicazione, coinvolgendo attori differenti e tanti e diversi pubblici. Nel corso degli ultimi anni, infatti, hanno iniziato a fornire servizi di informazione e comunicazione in podcast i media tradizionali, come trasmissioni radiofoniche, quotidiani, settimanali e riviste scientifiche. Per esempio *Scientific American*, fondata nel 1845, con una lunga tradizione dunque nella comunicazione della scienza, a partire dal 2006 è entrata nel mondo del podcasting, offrendo "Science talk", un programma settimanale, flessibile nel formato, che ha superato ormai il centesimo episodio. «Abbiamo deciso di sperimentare il podcast, perché era ben chiaro che non si trattava più di un fenomeno solo amatoriale ma rappresentava un'arena importante della comunicazione» racconta Steve Mirsky, autore non solo del primo podcast della rivista, ma anche del podcast quotidiano "60 seconds science". «Con il podcast quotidiano la scienza ti accompagna mentre bevi il caffè del mattino, perché trattata in modo brillante in soli 60 secondi. Complessivamente con i nostri podcast registriamo 4 milioni di download al mese».

Anche festival della scienza, science centre e istituti di ricerca hanno cominciato a comunicare attraverso il podcast, considerandolo uno strumento di promozione delle loro attività. E non mancano casi di ricercatori e giovani scienziati che nel podcast trovano un canale per far circolare liberamente le proprie riflessioni e alimentare il dibattito pubblico della scienza.

Qual è allora il panorama dei podcast scientifici?

Una delle forme più diffuse, e in un certo senso tra le più semplici, è intimamente legata alla produzione radiofonica. Trasmissioni radiofoniche pensate e prodotte per un ascolto fm vengono messe in rete e distribuite anche attraverso il podcasting. Lo stesso contenuto cioè può incontrare il pubblico attraverso canali differenti e in questo caso, come sostiene Peppino Ortoleva, professore di Storia dei mezzi di comunicazione all'Università di Torino, «il podcast ha le stesse caratteristiche di contenuto della radio, senza avere però il vincolo temporale e spaziale del primo medium del Novecento».

È il caso ad esempio della trasmissione *The naked scientists*,³ fondata dal giovane e intraprendente ricercatore britannico Chris Smith, trasmessa dalla BBC e divenuta presto tra i podcast scientifici più seguiti, con migliaia di utenti che ogni settimana scaricano il podcast, de *Il Disinformatico*, una trasmissione in onda sulla Rete Tre della Radio Svizzera condotta da Paolo Attivissimo,⁴ o di *Radio3Scienza*, il quotidiano scientifico di Radio 3 Rai.

In effetti, per molto tempo le radio hanno visto nel podcast, e più in generale nella rete, soprattutto uno strumento di diffusione alternativo all'etere, in grado di oltrepassare i limiti geografici e temporali della messa in onda, ma senza che ne fossero realmente esplorate le potenzialità. Solo negli ultimissimi anni, si è iniziato a capire che dall'incontro del primo e dell'ultimo medium del Novecento, tra la radio e internet, nasce in realtà un nuovo medium che assume dal primo il linguaggio e dal secondo i canali di distribuzione e in cui, per la sua stessa natura ibrida, si mescolano linguaggi diversi, consentendo nuove forme di sperimentazione sonora.

Nel panorama italiano delle trasmissioni radiofoniche scientifiche, all'avanguardia in questo senso è senz'altro *Moebius*, l'appuntamento settimanale con la scienza di Radio 24, che utilizza la rete come strumento di amplificazione della trasmissione radiofonica: sul sito *Moebiusonline*⁵ è possibile infatti abbonarsi al podcast, quindi accedere ai file audio delle puntate trasmesse dalla radio fm, ma anche ascoltare ulteriori servizi di approfondimento pensati e realizzati esclusivamente per una distribuzione in podcast. Se la puntata trasmessa in fm deve infatti soddisfare gli interessi della totalità più ampia degli ascoltatori (quindi lunghezza non eccessiva dei servizi, approfondimento adeguato degli argomenti nel rispetto dei tempi dettati dalla scaletta, ritmo incalzante), il podcast consente di coniugare lo stesso contenuto in modo diverso. L'uso trasversale dei media (radio e podcast) apre cioè nuove strade per la diffusione della scienza e con modalità diverse di comunicazione si possono raggiungere pubblici diversi. «L'informazione a lasagna che si confeziona - come l'ha descritta Federico Pedrocchi, conduttore e direttore della redazione di *Moebius* - sconfigge la tirannia del medium tradizionale costretto a dover interpretare al massimo il proprio pubblico per avere il massimo di audience. Con il podcast il massimo di audience lo si raggiunge proprio declinando in formati diversi lo stesso contenuto».

«Con il podcast dunque - continua Pedrocchi - è possibile realizzare livelli diversi di informazione per pubblici diversi con interessi diversi. Mai come ora, del resto, è importante fare ibridazione, fare crossing, utilizzando tutte le possibili chiavi di comunicazione offerte dal digitale che coniuga le vocazioni di media differenti».

Il podcast dunque non solo libera l'informazione sonora dai vincoli della messa in onda, ma fa sì che il palinsesto si smembra completamente, e incontri nella rete nuove composizioni in sezioni tematiche in grado di soddisfare la curiosità e il desiderio di approfondimento di un pubblico anche di nicchia.

Se l'asincronia totale è la grande novità del podcast, che supera l'intrinseca rigidità dei media tradizionali, tutti i giornalisti ed esperti interpellati riconoscono al podcast anche la grande duttilità in quanto strumento in alcuni casi complementare in altri supplementare agli altri mezzi di comunicazione.

Significativo in questo senso è il caso di *Novacast*, il podcast di *Nova 24*, l'insero settimanale di scienza, innovazione e tecnologia del *Sole 24 Ore*. In questo caso la redazione ha scelto di utilizzare media diversi per creare circolarità dell'informazione e aumentare così la diffusione dei contenuti della rivista. Per questo all'edicola affiancano la rete: con la piattaforma di blog, *Nova 100*, e il podcast, *Novacast*. Quest'ultimo è uno spazio divulgativo che abbandona il linguaggio serio della carta per cedere a una presentazione "scansonata" dell'insero. Alla base, la volontà di incuriosire l'ascoltatore, potenziale lettore, ma anche raggiungere un pubblico giovane, abituato ai nuovi media e non invece all'acquisto e alla lettura di un quotidiano adulto come può essere il giornale di *Confindustria*.

Il podcast diviene così non solo strumento di marketing, ma anche uno strumento utilizzato dai giornali cartacei per fronteggiare la sfida mossa dalla comunicazione nell'era di internet: se da un lato la rete sta creando una profonda crisi nei media tradizionali che devono competere con la capillarità e l'enorme velocità di diffusione del web, dall'altro è proprio nella rete che nascono gli strumenti per tenere testa e contrastare questa dura competizione.

I podcast scientifici però non sono solo la voce nella rete di riviste o trasmissioni radiofoniche e a produrli non sono i soli giornalisti professionisti. Giovani ricercatori più o meno attenti alle trasformazioni dei processi di informazione e di comunicazione grazie a questo strumento hanno trovato uno spazio per raccontare le ricerche del loro settore. Numerosi sono gli esempi di questo tipo: *This week in Science*,⁶ *Scientificast*,⁷ ma anche il già citato *The naked scientists*, sono podcast rivolti al pubblico generico nati per iniziativa di giovani ricercatori. E non mancano anche podcast che si rivolgono agli scienziati stessi, come il podcast di *Radiation Research*,⁸ la rivista ufficiale della *Radiation Research Society*.

Con il podcast, e più in generale i social media, non è comunque facile definire chi è dentro e chi è fuori la stanza dei bottoni mediatici. Accanto agli esperti di comunicazione e agli scienziati, c'è un pubblico molto più ampio, di cui è probabilmente impossibile definire il confine, e che non è più semplice fruitore di informazioni scientifiche. Nell'ambiente del web 2.0, fatto di media che si incontrano e si intrecciano, si sta delineando infatti una comunità di persone che popola la rete, crea e condivide informazioni, conoscenze, commenti, punti di vista sul mondo e la società che cambia. Significative in questo senso sono le parole di Rob Semper, direttore del Centro per i Media e la Comunicazione dell'*Exploratorium* di San Francisco, che racconta come le nuove tecnologie della comunicazione stiano cambiando anche l'esperienza museale. È il caso dei percorsi di visita realizzati autonomamente dagli stessi visitatori e, tramite il podcast diffuso nella rete, condivisi con gli altri: «Internet sta affidando sempre un po' di più la comunicazione alle mani del visitatore».

Il web e i nuovi media come il podcast stanno cambiando completamente lo scenario della comunicazione. E non solo perché trasformano i processi informativi unidirezionali (tipici dei media tradizionali) in forme partecipative di dialogo. I social network stanno anche e soprattutto determinando forme diverse e nuove di essere cittadini e di partecipare al dibattito pubblico, anche della scienza. Ne è convinto Luca De Biase, caporedattore di *Nova 24* e attento osservatore del mondo dei social media.

E se, come dice Giuseppe Granieri, esperto di comunicazione e culture digitali, dovremo ancora aspettare alcuni anni per vedere attualizzate a pieno le potenzialità di questi strumenti, è vero però che il futuro della comunicazione è nei *media partecipativi*. Podcast, blog, wiki e, in generale, i social network, stanno aprendo nuovi spazi di confronto e conoscenza e, nello stesso tempo, alimentano una grande trasformazione del dibattito sociale e politico.

E anche il podcast, che ha in internet la sua base, si configura come una palestra di cittadinanza.

Note e riferimenti bibliografici

- 1 Il corso (<http://mcs.sissa.it/corsi/podcast.html>) è tenuto da Ilenia Picardi, Simona Regina e Federica Sgorbissa e ha un duplice scopo. Da un lato fornire spunti di riflessione teorica sul podcast, nuovo strumento di comunicazione, di distribuzione e di fruizione delle informazioni, anche scientifiche. Dall'altro è un laboratorio per gli studenti per la realizzazione di materiale audio per il podcast "Dr. Jekyll & Mr. Pod"
- 2 <http://medialb.sissa.it/mrpod>
- 3 <http://www.thenakedscientists.com/>
- 4 <http://attivissimo.blogspot.com/>
- 5 <http://www.moebiusonline.eu/>
- 6 <http://www.twis.org/>
- 7 http://www.mevio.com/shows/?mode=detail&episode_id=95494
- 8 <http://lsmr1.lbl.gov:8080/xwiki/bin/view/Radiation+Research+Society/>

Autori

Ilenia Picardi è dottore di ricerca in fisica. Giornalista free lance, attualmente lavora nel settore di comunicazione del SISSA Medialab per lo sviluppo della comunicazione sul web e alla progettazione di mostre e musei scientifici interattivi. Con Simona Regina e Federica Sgorbissa è docente del corso *La scienza in podcast* al Master in comunicazione della scienza della SISSA, e conduttrice del programma radiofonico *Che fine ha fatto Sedna*, trasmesso in fm (Radio Fragola, Popolare Network) e in podcast (<http://medialab.sissa.it/Radiosedna>). Recentemente ha sviluppato e realizzato i podcast per fiere, festival ed eventi scientifici (*Fest*, www.radiofest.eu, *InnovAcion* <http://medialab.sissa.it/innovaction>, *La Fabbrica del cambiamento*, <http://medialab.sissa.it/lafabbricadelcambiamento>). Con Pietro Greco è autrice del libro *Hiroshima, la fisica riconosce il peccato*, edito da l'Unità.
E-mail: ilenia@medialab.sissa.it.

Simona Regina è responsabile dell'Ufficio comunicazione della SISSA, dove ha conseguito il Master in Comunicazione della Scienza. Dal 2004 cura e conduce *Che fine ha fatto Sedna*, settimanale scientifico su Radio Fragola (Popolare Network), in podcast sul magazine *ScienzaEsperienza* di SISSA Medialab. Lavora alla ideazione e realizzazione di servizi di podcasting in occasione di eventi e manifestazioni: *Innovaction in podcast* (III Fiera dell'Innovazione a Udine), *La Fabbrica del cambiamento* (per il trentennale della Legge 180 a Trieste), *Radiofest* (per la prima edizione della Fiera internazionale dell'editoria scientifica). Di FEST (2007 e 2008) ha gestito inoltre l'ufficio stampa. Presso la Facoltà di Filosofia dell'Università di Trieste è docente del Laboratorio di analisi del discorso.
E-mail: regina@sissa.it.