

Il podcast come strumento di divulgazione scientifica

Sara Moraca – 27 Luglio 2022
CNR ISAC



Cos'è un podcast?/1

- Il termine è la combinazione tra “pod” e “cast”, due particelle della lingua inglese che fanno di nuovo riferimento alla natura tecnologica di questo mezzo. “Cast” vuol dire letteralmente “spargere, diffondere”, ed era già stato usato un secolo prima per fondare il termine “broadcast”, ovvero la trasmissione radiofonica “di massa” via etere. Il termine “pod”, che letteralmente vuol dire “baccello”, fa riferimento in realtà al supporto fisico che per un decennio ha avuto il monopolio assoluto sulla distribuzione dell’audio digitale, ovvero l’iPod di Apple



Cos'è un podcast?/2

Il "podcast" è anzitutto una tecnologia che permette l'ascolto di file audio su internet attraverso la distribuzione di aggiornamenti chiamati "feed RSS", a cui un utente si può iscrivere.

Proviamo a capire meglio come funziona questa tecnologia confrontandola alla sua sorella maggiore, la radio. Alla base della radio tradizionale c'è l'invenzione della "radio audizione circolare", che consente la diffusione di un segnale sonoro via etere, senza passare dai cavi. Perché avvenga bisogna creare una catena tra un trasduttore che trasformi il suono in segnale elettromagnetico (un microfono, ad esempio), un'emittente che invii quel segnale nell'etere, un ricevente che catturi quel segnale e un altro trasduttore (il cono di una cassa) che ritrasformi quel segnale in suono, che le nostre orecchie possano sentire. Con il "podcasting", invece, il segnale elettromagnetico viene sostituito da una elaborazione in numeri del suono. Questo insieme di numeri diventano un file audio, che viene posizionato su un server.



Qualche numero: Europa

Uno studio del 2021 di Voxnest delinea il profilo del podcaster europeo tipo: tra le categorie più ascoltate, al primo posto troviamo i podcast legati al tema Business, seguiti da Cultura, Psicologia, Storia ed Educazione. La fascia oraria più ascoltata, trasversale a tutte le categorie, è quella delle 7.00 del mattino; la categoria Business ha anche un secondo picco dopo le 16.00. Per l'ascolto di podcast in Europa si prediligono quindi gli orari legati soprattutto allo spostamento per lavoro o per la scuola, in auto o nei mezzi pubblici. Ma anche nei momenti in cui si è in palestra, o mentre si affronta l'appuntamento mattutino con il running.



Qualche numero: Italia

- ▮ Nel report “The State of the Podcast Universe” 2021 riusciamo ad avere una panoramica della situazione italiana: si vede anche qui un aumento considerevole dell’ascolto di podcast, da una media mensile di 1,8 milioni di ascolti, si arriva a quota 4,5 milioni. Cresce anche il numero di ascoltatori unici mensili, da poco meno di 650 mila a oltre un milione e mezzo.
- ▮ I temi più seguiti dagli italiani sono: business (oltre il 17% del campione), società e cultura (14,6%) e news (9,9%).



Perché il podcast oggi?

- | Il podcast richiedono uno sforzo di interazione minore rispetto agli altri contenuti. A differenza del testo scritto e dei video che richiedono al pubblico di sedersi e leggere o guardare, tutto quello che un ascoltatore di podcast deve fare è premere play e ascoltare.
- | Il podcast è il tipo di contenuto perfetto per il multi-tasking, a cui siamo abituati quotidianamente.



Perché il podcast oggi?

- | Il podcast richiedono uno sforzo di interazione minore rispetto agli altri contenuti. A differenza del testo scritto e dei video che richiedono al pubblico di sedersi e leggere o guardare, tutto quello che un ascoltatore di podcast deve fare è premere play e ascoltare.
- | Il podcast è il tipo di contenuto perfetto per il multi-tasking, a cui siamo abituati quotidianamente.



Podcast e webinar: vantaggi e svantaggi a confronto/1

Vantaggi:

È un formato già ampiamente utilizzato dagli utenti (il 51% degli americani ascolta podcast)

Può essere ascoltato anche in movimento

Può essere ascoltato in qualsiasi luogo

Può essere ascoltato mentre si fanno altre cose

Genera lead costantemente

Attira un grande numero di persone (anche quelle che non possono essere presenti in un preciso momento della giornata)

Non servono strumenti complessi per realizzarne uno

Si può fare post produzione per migliorare il contenuto



Podcast e webinar: vantaggi e svantaggi a confronto/2

- | Svantaggi:
- | Nessuna interazione in diretta tra azienda e audience
- | Mancanza di elementi visivi che facilitano la comprensione
- | Il pubblico è meno mirato rispetto a quello dei webinar
- | L'attenzione potrebbe non essere costante visto che il podcast può essere ascoltato mentre si fanno altre cose



Podcast come strumento di disseminazione:

- | Sempre più ascoltato
- | Posizionamento e consolidamento dell'istituto di ricerca tramite prodotto audio
- | Permette una narrazione immersiva
- | Ancora poco diffuso tra gli istituti di ricerca, quindi strumento innovativo



Esempi/1

Scientificast – Scientificast



Con oltre 340 puntate all'attivo, Scientificast rappresenta il primo podcast indipendente a tema scientifico in Italia. Fondato nel 2007, *Scientificast* "si propone di diffondere la cultura scientifica, rivolgendosi soprattutto a coloro che ne sono più lontani e adottando uno stile divulgativo semplice, divertente ma rigoroso."

Da marzo del 2012 Scientificast è divenuta anche Associazione Culturale per la divulgazione scientifica utilizzando blog e podcast come principali strumenti di comunicazione e avvalendosi della collaborazione di esperti provenienti dal mondo della ricerca e della scienza.



Esempi/2

Oltre la Pelle Diary: Storie in ascolto – Novartis / VOIS



Scienza significa anche medicina e salute. "Oltre la Pelle - Diary" è proprio la storia di un percorso emozionante ma anche molto difficile. Quello che migliaia di pazienti affetti da melanoma della pelle sono costretti a vivere ogni anno in Italia.



Esempi/3

Le magnifiche della scienza – Gabriella Greison / Intesa Sanpaolo



Soli o in compagnia?

- | Per un podcast di successo è bene evitare la monotonia. Pur utilizzando una scaletta standard, si possono creare, ad esempio, delle rubriche periodiche o delle puntate off topic.
- | Un aspetto che sicuramente aiuta nella visibilità di un podcast di successo è la presenza di ospiti o co-conduttori, fissi o differenti di puntata in puntata. Vengono molto apprezzati gli ospiti “esperti” del tema trattato e co-conduttori in grado di dare quella sensazione di “movimento sonoro” che riduce il rischio di monotonia nell’ascoltare altrimenti un’unica voce narrante.



Come iniziare?

- | Individuare argomenti in cui si ha un'expertise precisa, rispetto a istituzioni concorrenti
- | Scegliere il formato: intervista, chiacchierata, narrazione
- | Fare una scaletta per la “stagione” in modo che ospiti e argomenti siano variegati
- | Prestare attenzione a eventuali commenti per follow up



| Grazie per l'attenzione

