La storia al microfono: il fenomeno podcast

Cinzia Dal Maso

Centro studi per l'archeologia pubblica Archeostorie® – c.dalmaso@archeostorie.it

Non c'è dubbio: il podcast è il medium del momento. Tutti oggi in Italia ascoltano e fanno podcast. Un boom che da qualche anno registra numeri di ascolto sempre più importanti fino ai quasi 15 milioni dei primi sei mesi del 2021, come rivela l'ultimo report Nielsen per Audible (settembre 2021). Non sono numeri paragonabili a quelli dei paesi anglosassoni o di altri paesi d'Europa, ma la crescita è costante e, dato ancor più interessante, ultimamente i podcast stanno dilagando tra Millennials e Generazione Z. Grazie forse anche al successo planetario dell'attrice Millie Bobby Brown che nel film *Godzilla vs. Kong* (2021) interpreta una ragazza perennemente all'ascolto di podcast, i giovani oggi affermano di avere più fiducia nei podcast che nei media tradizionali, e di usare i podcast per tenersi informati su problemi globali e questioni sociali. Oggi insomma l'attenzione dei giovani si cattura con i podcast.

Perché dunque non usare i podcast per narrare la storia in modo diverso e innovativo? Perché non usare il fascino che esercitano per far capire quanto la storia aiuti a comprendere i problemi del mondo, e per dar vita a spazi liberi e critici di riflessione collettiva? I podcast sanno stimolare curiosità, desiderio di approfondimento, pensieri non episodici. Tra i prodotti digitali, nulla giunge davvero dove arrivano i podcast. Molti li hanno paragonati al comfort food, il cibo che consola, perché l'intimità che si crea tra podcaster e ascoltatore può diventare veramente intensa e importante. Questo perché i podcast, che sono figli della radio e sono nati per consentire di riascoltare i programmi preferiti attraverso il web, proprio come la radio ci accompagnano in tutte le nostre attività quotidiane. Sono sempre con noi, ovunque. Ma sono anche molto più potenti e incisivi della radio¹.

Hanno sviluppato una struttura e un linguaggio propri, un modo peculiare di narrare che sfrutta a pieno le potenzialità del medium componendo sapientemente voce, musiche e suoni (sul rapporto tra tecnologie e narrazione vedi Lasseter² e Dal Maso³). I podcast narrativi arrivano dritti dall'orecchio al cuore, stimolano empatia, rapiscono col potere del suono e della voce.

1 Zenti, «Che cos'è un podcast?»

2 Lasseter, «Technology and the Evolution of Storytelling».

3 Dal Maso, «Narrazione e beni culturali: un matrimonio necessario».

Fanno volare l'immaginazione in modo molto più intenso e concreto di un video o della parola scritta, al punto che podcaster e ascoltatore diventano a tutti gli effetti co-creatori del racconto⁴. Ecco perché tra loro si crea intimità.

Ma non solo. I podcaster possono osare molto più degli speaker radiofonici, parlando di tutto senza freni e usando la propria voce naturale, non impostata. Il podcaster, insomma, è autentico, sincero, senza filtri: è "uno di noi". Di lui ci possiamo fidare. Un podcast genera fiducia⁵.

Infine, come tutte le forme di narrazione e molto più di altre, i podcast creano comunità. Anche se l'audio si ascolta in cuffie e prevalentemente soli, tuttavia genera prossimità: ascolto e immagino di essere proprio lì, nel luogo di cui parla il podcast, lo vedo di fronte a me. Così nasce una comunità di persone che immaginano tutte di essere nello stesso luogo, legata dall'"intimità collettiva" generata dai podcast. Proprio come una volta quando si raccontavano storie attorno al fuoco, anche se in forma di "oralità secondaria", cioè mediata dalla tecnologia, per usare la fortunata formula di Walter J. Ong⁶. Grazie alla tecnologia i podcast sfruttano al massimo la capacità della voce di rispondere al più profondo bisogno umano, che è quello di essere connessi tra noi. Inoltre, una comunità veramente unita è anche pronta ad agire assieme, a fare tutti le stesse cose, se le ritengono giuste e doverose. E invitarla all'azione con i podcast, non è una missione impossibile. Ci è riuscita, per esempio, la trasmissione Caterpillar di Radio 2 con il CaterRaduno, grande festa di più giorni che si replica dal lontano 1998, e il cui ricavato va a finanziare progetti dell'associazione Libera di don Luigi Ciotti. Ci è riuscita però soprattutto con M'illumino di meno: dal 2005 sono sempre più le persone e le istituzioni in Italia e in Europa che una giornata l'anno, tutte insieme, su invito di Caterpillar, spengono le luci per dimostrare che il risparmio energetico è possibile. "Se fai un appello alla radio, succede sempre qualcosa. (...) é l'anima profonda della radio" scrive Massimo Cirri, uno dei conduttori di Caterpillar, nel suo libro *Sette tesi sulla magia della radio*⁷. "Succede sempre qualcosa": realizzando podcast che trasmettano idee belle e potenti, anche la comunicazione della storia ha la potenzialità di costruire una comunità vera, legata da interessi comuni, e di spronarla alla riflessione e all'azione.

4 Viola, «L'era della cultura interattiva».

5 Boracchi, *Branded Podcast. Dal racconto alla promozione, come "dare voce" ad aziende e istituzioni culturali*.

6 Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the World*.

7 Cirri, *Sette tesi sulla magia della radio*.

I podcast che si presentano in questo panel sono tra i podcast di storia più longevi e di successo in Italia. Nati tutti nel 2018 – l'anno che ha segnato il cambio di passo nell'ascolto dei podcast italiani – a pochi mesi di distanza l'uno dall'altro, sono tutti ancora in piena attività. E hanno dato vita a comunità di ascoltatori affezionati con i quali gli autori dialogano costantemente attraverso i siti web e i canali social collegati ai podcast: ragionano assieme e apertamente di storia, approfondiscono gli argomenti delle singole puntate, discutono anche animatamente su temi d'attualità a cui tutti i podcast si riferiscono costantemente. Il rapporto tra passato e presente, e l'idea che lo studio della storia debba aiutarci a vivere meglio il presente, è il naturale filo conduttore di tutti loro.

Bistory. Storie dalla storia narra biografie di personaggi del passato in cui alla fine tutti noi, ciascuno a modo proprio, ci possiamo riconoscere. È un vero e proprio "podcast narrativo" fatto di un mix sapiente e calibrato di parole, musiche e suoni dove l'ambientazione sonora è essa stessa racconto, e chi ascolta è totalmente immerso in un mondo 'altro' da cui le parole scaturiscono quasi per mera consequenzialità.

Quella di *Bistory* è dunque una narrazione raffinata e complessa con la quale i suoi autori, Andrea W. Castellanza e Sebastian Paolo Righi, sono riusciti magistralmente a "fare tendenza" parlando di storia.

Per contro il podcast di Marco Cappelli, *Storia d'Italia*, è uno one man show: con la sua voce profonda e la grande capacità affabulatoria, Cappelli si lascia seguire piacevolmente nel suo lungo e dettagliatissimo racconto delle vicende della storia del nostro paese da Costantino in poi. Anche grazie a un marketing preciso e capillare, è colui che più di altri ha saputo dar vita a una comunità di appassionati attiva e coesa, alcuni dei quali lo sostengono anche finanziariamente. E ha saputo creare una tale intimità con le persone da poterle persino confortare. Così gli ha scritto un ascoltatore: "Combatto la depressione da tempo. Sono in una fase della mia vita in cui vedo tutto nero. Ma ascoltare le vite di Giuliano l'Apostata, di Ammiano Marcellino, di Teodosio e degli altri, mi ha aiutato tantissimo. Ora riesco a gestire gli attacchi di panico, li tengo sotto controllo. Grazie".

Si può certamente fare di più in termini di coinvolgimento delle persone, costruzione di comunità, analisi collettiva dei fatti storici, e questo dovrà sicuramente essere l'impegno dei podcaster di storia per il futuro. Tuttavia sia *Bistory* che *Storia d'Italia* hanno sicuramente saputo indicare la via.

Un intento leggermente diverso ha portato alla realizzazione di *Archeoparole*, podcast ideato da Chiara Boracchi per Archeostorie® Magazine (www.archeostorie.it). Spiega le “parole difficili” dell’archeologia, quelle che tutti noi troviamo scritte nelle didascalie dei musei senza capire cosa significano e, di conseguenza, senza capire gli oggetti che descrivono. Usando un linguaggio altamente colloquiale e argomenti anche molto personali, *Archeoparole* mostra come quelle parole astruse descrivano in realtà oggetti che usiamo anche noi ogni giorno. Fa dunque capire che l’archeologia non è lontana ma è parte della nostra vita quotidiana, e affronta problemi simili a quelli di tutti noi. Invita poi a riflettere sugli oggetti del nostro quotidiano che forse, in futuro, si potrebbero trovare nelle vetrine di un museo accanto a oggetti simili più antichi. La ceramica accanto alla plastica: quale immagine di noi stiamo lasciando ai posteri? La miccia per un esame di coscienza non episodico e globale, è pienamente innescata.

BIBLIOGRAFIA

Boracchi, Chiara, a c. di. *Branded Podcast. Dal racconto alla promozione, come “dare voce” ad aziende e istituzioni culturali*. Dario Flaccovio Editore, 2020.

Cirri, Massimo. *Sette tesi sulla magia della radio*. Bompiani, 2017.

Dal Maso, Cinzia. «Narrazione e beni culturali: un matrimonio necessario». In *Heritage 5.0*, a cura di Federica Bertini e Valentino Catricalà. Dei Merangoli, in corso di stampa.

Lasseter, John. «Technology and the Evolution of Storytelling». Medium, 25 giugno 2015. <https://medium.com/art-science/technology-and-the-evolution-of-storytelling-d641d4a27116>.

Ong, Walter J. *Orality and Literacy: The Technologizing of the World*. Methuen, 1982.

Viola, Fabio. «L’era della cultura interattiva». AgCult Letture Lente, 5 febbraio 2020. <https://agcult.it/a/14637/2020-02-05/processi-partecipativi-l-era-della-cultura-interattiva>.

Zenti, Jonathan. «Che cos’è un podcast?» Il Tascabile, 29 novembre 2017. <https://www.iltascabile.com/linguaggi/cose-un-podcast/>.

Il “caso” Bistory. Storie dalla storia

Andrea W. Castellanza¹, Sebastian Paolo Righi²

¹ NWFactory.media, awcastellanza@nwfactory.media

² NWFactory.media, prighi@nwfactory.media

Bistory è un podcast che si propone di raccontare, in episodi di circa 25 minuti, la biografia di personaggi storici spesso poco incontrati nei testi storici più diffusi, in primis quelli scolastici. Il titolo *Bistory* vuole essere un gioco di parole che presenta il “lato B” della storia, quello meno popolare, conservando anche un’assonanza con la parola “bisturi”, dati alcuni tratti stilistici del prodotto, tipici del genere crime. Si tratta di un podcast con una sola voce narrante che cerca di unire fedeltà del racconto storico, capacità affabulatoria e atmosfere sonore capaci di creare nell’ascoltatore la sensazione, tipica del podcast, di una immersione totale nella storia, considerata in questo caso sia con la “s” minuscola che con quella maiuscola.

Pubblicato inizialmente per passione, senza alcun scopo di lucro, dai suoi due autori Andrea W. Castellanza - che è voce e creatore dei testi - e Sebastian Paolo Righi - ideatore delle atmosfere sonore del podcast e di quelle grafiche dell’immagine coordinata dello stesso - *Bistory* è diventato un vero e proprio fenomeno tra gli appassionati con circa 1 milione di download, con circa 40 puntate online al settembre 2021.

Bistory è un prodotto evidentemente dedicato a non professionisti della storia, a giovani studenti, ad appassionati del passato, ma anche ad ascoltatori curiosi di fatti e personaggi poco conosciuti al di là della cornice storica. La sua finalità è raccontare, attraverso la biografia dei personaggi e gli episodi che hanno vissuto nella storia moderna e contemporanea, le mentalità, il modo di pensare e di vivere, le convinzioni di epoche passate. In maniera del tutto naturale, senza forzature e addirittura talvolta senza espliciti riferimenti, *Bistory* mette in connessione questi elementi con il tempo presente e con problematiche attuali, spesso al centro di dibattito politico, sociale e culturale. Per fare solo due esempi, tra le puntate più ascoltate, citiamo quella su Leopoldo II, incentrata sulle sue smanie coloniali, buona occasione per parlare di memoria condivisa, revisionismi e di abbattimento di monumenti pubblici, e quella sull’incredibile vita di Edward Jenner che ha introdotto la vaccinazione antivaiolosa a cavallo tra il XVIII e XIX secolo, foriera di evidenti parallelismi con la contemporaneità.

Comprendere e rivivere un periodo passato riflettendo sul presente, e senza annoiarsi, è il vero fine di *Bistory* che, a questo scopo, utilizza una tecnica narrativa molto particolare: il narratore che, come già accennato, è una voce singola e dal registro confidenziale, racconta all'inizio della puntata i momenti finali della vita del protagonista, spesso legati ad avvenimenti drammatici e violenti. In questa maniera l'ascoltatore è da subito coinvolto nella narrazione, che poi riavvolge il bandolo dell'esistenza del protagonista sin dalla sua nascita, raccontandone la carriera, gli amori, le decisioni e il lascito alla posterità.

Questa strategia drammaturgica consente al podcast di avere una struttura narrativa che coglie subito l'attenzione dell'ascoltatore ed evita abbandoni di ascolto dovuti a lunghe introduzioni esplicative, nemiche di quello che in termini tecnici chiamiamo podcast engagement.

Il racconto si avvale di alcune tecniche tipiche del racconto storico non scientifico, senza per questo derogare alla precisa validità delle fonti e a un accurato metodo critico di ricerca. Anche alcune licenze narrative degli autori sono sempre corroborate da verosimiglianza storica (nel descrivere gli abiti, i paesaggi, alcuni episodi di contorno, alcuni suoni e rumori), mentre i fatti biografici raccontati sono verificati con attenzione attraverso un approfondito incrocio delle fonti primarie e secondarie. Non si tratta di un lavoro accademico, non è richiesta una bibliografia in calce e la funzione drammaturgica e narrativa hanno un'importanza determinante per creare efficacia nel racconto, ma la fedeltà storica è solidamente ricercata. *Bistory* vuole essere a tutti gli effetti un prodotto di Public History, ideato per creare interesse nella Storia con un livello di approfondimento accurato, compatibilmente con la durata degli episodi, e aperto allo sviluppo ipermediale dei suoi contenuti, seguiti online e sui social network senza soluzione di continuità.

Lo consideriamo anche uno strumento naturale di Storia digitale, non tanto come diceva Roy Rosenzweig, uno dei suoi fondatori, poiché online "ognuno può diventare uno storico", ma sicuramente poiché la sua genesi è intrinsecamente digitale: molte delle ricerche sui personaggi e gli eventi raccontati, così disparati e vissuti in luoghi molto lontani l'uno dall'altro nello spazio e nel tempo, sono effettuate grazie agli odierni sistemi di condivisione delle risorse storiche: archivi on line, testi digitali, documentazioni di mostre e ricerche, articoli scientifici open source o meno e cataloghi OPAC.

Ma *Bistory* è digitale anche perché deve all'online tutto il suo successo: è scaricabile, portatile, ascoltabile con qualsiasi device e ovunque, con attenzione a un grande risultato tecnico-sonoro.

Dall'idea iniziale di *Bistory*, abbiamo poi sviluppato molteplici idee di podcast storici cosiddetti branded, dedicati cioè ad aziende e istituzioni interessate a collaborare con una vera e propria factory podcast focalizzata su contenuti culturali e non solo commerciali: sono nati così podcast di storia delle assicurazioni, di storia della urbanizzazione e migrazione, di narrazione legata all'archeologia museale.

Questi temi, però, non si sarebbero potuti sviluppare se non si fosse approfondita la ricerca sulla dimensione sonora di *Bistory* che, nonostante tutto, rimane un podcast, e cioè un racconto sonoro racchiuso in un file digitale. Il sonoro completa in modo parallelo e convergente la narrazione testuale e vocale di ogni puntata, accompagnando l'ascoltatore sempre più in profondità, e rendendo possibile l'immersione completa nel racconto storico.

La creazione di un'adeguata atmosfera sonora passa attraverso un'attenta operazione di cura di suoni, temi musicali e soundscape, selezionati tra archivi professionali di musiche royalty free e CC (creative commons) o composti all'occorrenza. Anche nel caso della colonna sonora è fondamentale dividere i contributi in diegetici ed extradiegetici: il giusto mix, infatti, aiuterà il coinvolgimento emotivo del fruitore.

Per la narrazione storica il suono diegetico è di fondamentale importanza perché fornisce all'ascoltatore suoni e soundscape verosimili e pertinenti al periodo storico raccontato. Alcuni effetti sonori diventano addirittura protagonisti del fatto storico raccontato come nel caso della terza puntata della prima stagione dedicata a Magda Goebbels. Per tutta la durata dell'episodio, ogniqualvolta il racconto ci porta negli angusti spazi del Führerbunker, la colonna sonora è accompagnata da un coerente ronzio dell'impianto di ventilazione. Nel tragico epilogo, lo sparo che annuncia a Magda il suicidio di Hitler e di Eva Braun riproduce il tipico suono emesso da una Walther PPK 7.65, il modello di pistola usato dal Führer, visibile in alcune delle ultime fotografie e documentato dai testimoni.

Simili ear candy sono presenti in quasi tutti gli episodi, specialmente in quelli ambientati in anni più recenti, dalle ultime parole di Ceaușescu al suono dell'elicottero SA 365 Dauphin con cui il dittatore tentò la fuga, dall'Habemus Papam con cui Pericle Felici annunciò l'elezione di Giovanni Paolo I, alla registrazione audio dell'esplosione in cui perse la vita Benazir Bhutto.

Spesso anacronistica, ma mai casuale, la dimensione sonora extradiegetica di *Bistory* accompagna il racconto con una colonna di stampo cinematografico, sottolineando momenti di tensione, attimi di gloria, grandiose scoperte ed epiche battaglie. Una cura particolare è stata dedicata alla composizione o alla selezione di temi musicali credibili ed evocativi, con la funzione di guidare di passo in passo l'ascoltatore all'interno della narrazione, suggerendo stati d'animo e attingendo all'immaginario collettivo.

Temi musicali ispirati al grande cinema d'avventura accompagnano, per esempio, le puntate dedicate a pirati ed esploratori quali i capitani Kidd e Cook, mentre un costante vento di tempesta avvolge la tragica melodia che racconta le ultime ore di vita di Robert Falcon Scott.

Il sound designer, il narratore, lo storico e il compositore convivono nella creazione di uno spazio sonoro in cui ambientare il racconto e che, grazie alle nuove tecnologie di spazializzazione del suono, offre all'ascoltatore dotato di cuffie o di dispositivi personali un'esperienza unica e intimamente personale. Tramite le nuove tecnologie di audio a 8K si restituisce infatti la tridimensionalità del suono in modo sorprendentemente preciso e coinvolgente.

Attenzione alla ricerca storica e alla selezione dei personaggi, racconto vocale appagante, soundscape e ear candy coerenti e colonna sonora coinvolgente soddisfano le esigenze sia di una audience raffinata e culturalmente interessata sia di ascoltatori semplicemente curiosi, magari appassionati di crime o di storie sconosciute e insolite. Un pubblico che, nelle intenzioni degli autori, viene a tal punto appassionato dal format da attendere con trepidazione l'uscita dell'episodio successivo, in un positivo corto circuito tra intrattenimento e diffusione del sapere.

BIBLIOGRAFIA

Boracchi, Chiara, a c. di. *Branded podcast. Dal racconto alla promozione come «dare voce» ad aziende e istituzioni culturali*. Dario Flaccovio Editore, 2020.

Guidali, Fabio. «Le mieux est l'ennemi du bien». Roy Rosenzweig e il dibattito americano sulla public history agli albori del World Wide Web». *ACME - Annali della Facoltà di Studi Umanistici dell'Università degli Studi di Milano* 2 (2018): 179–98.

Kee, Kevin. *Teaching and Learning History with Technology*. University of Michigan Press, 2014.

McCracken, Ellen. *The Serial Podcast and Storytelling in the Digital Age*. Taylor & Francis, 2017.

Il romanzo della storia: perché un podcast sulla storia d'Italia?

Marco Cappelli

Storia d'Italia podcast, info@italiastoria.com

1. INTRODUZIONE

Gli esseri umani hanno sempre creato le loro storie perché fossero ascoltate: la prima opera “letteraria” è stata quasi certamente una storia narrata attorno ad un fuoco. Non è un caso che le due opere alla base dell'intero canone occidentale – l'Iliade e l'Odissea – nascono come opere orali, e da ascoltare.

D'altronde tutte le civiltà pre-letterate, per definizione, non avevano una letteratura scritta, e anche in seguito la letteratura orale è rimasta importante al di fuori della spesso ristrettissima cerchia dei letterati. Il folclore, le canzoni popolari, la narrazione di leggende e perfino le barzellette, sono tutti esempi della perdurante importanza della letteratura orale nel corso della storia.

La radio, nel XX secolo, ha donato una nuova, immensa piattaforma al racconto orale, e nell'ultimo secolo è stata utilizzata spesso con grande efficacia per narrare storie: basti pensare al celebre sceneggiato radiofonico *War of the Worlds* di Orson Welles (CBS, 1938).

La Radio si è anche prestata alla narrazione della storia, e qui non posso non citare quello che è stato forse il programma radiofonico che più mi ha influenzato nella mia attività di podcaster: *Alle 8 della sera*, andato in onda su Rai Radio 2 dal 1999 al 2009, uno dei programmi di divulgazione storica più seguiti in Italia.

Paradossalmente, la sua cancellazione – nel 2009 – è stato anche l'araldo di una trasformazione: l'avvento del podcast. Perché da allora le nuove puntate del programma furono rilasciate in formato podcast. Per parlarne però, dobbiamo fare un passo indietro, e attraversare l'oceano.

2. THE HISTORY OF ROME

Non è chiaro quale fu il primo podcast di storia. Forse l'onore va a *12 Byzantine Rulers* che iniziò la serie il 27 giugno del 2005. Questo podcast su un argomento così "esoterico" come la storia bizantina, è stato citato come fonte di ispirazione da Mike Duncan che è riconosciuto come il più importante e influente podcaster di storia.

Il podcast di Mike Duncan si intitolava semplicemente *The History of Rome*, venne lanciato nel luglio del 2007, attraendo immediatamente un gran numero di ascoltatori, stregati dalla narrazione di Mike. Il podcast ripercorre l'intera storia romana in ordine cronologico da Romolo a Romolo Augustolo. Andò regolarmente in onda fino al 2012: a quella data, erano già nati centinaia di nuovi podcast di storia, spesso direttamente ispirati all'opera di Mike.

Alcuni esempi sono *The History of England* di David Crowther, *The History of Byzantium* di Robin Pierson, *The History of Japan* di Isaac Meyer, *History of Philosophy without any gaps* di Peter Adams e molti altri, tutti lanciati tra il 2007 e il 2013. Negli ultimi dieci anni sono nati molti altri generi di podcast storico, dal podcast di storia militare (*Hardcore History* di Dan Carlin su tutti) al podcast dialogato a due (come l'italiano *Bar Storia*), dal podcast tematico (*Revolutions*, *Fall of Civilizations*, *When diplomacy fails* etc...) al podcast che dà i "voti" ai vari regnanti della storia (*Rex Factor*, *Totalius Rankium*, *Pontifacts*).

In Italia la storia del podcasting storico è in realtà ancora più antica di *The History of Rome*. Il primo prodotto nostrano è stato infatti *Historycast*, realizzato da una squadra di storici e informatici guidati da Enrica Salvatori, professoressa associata di Storia Medievale all'Università di Pisa: è andato in onda dal 2006 al 2016 per un totale di 39 episodi. Nonostante questo precoce inizio, non c'è stato in Italia un boom di podcast di storia paragonabile a quanto avveniva oltreoceano. Un anno di svolta per il podcasting storico italiano è stato però il 2018, l'anno in cui sono nati i tre podcast presentati in questo panel: a giugno *Bistory*, a ottobre il mio podcast *Storia d'Italia* e a novembre *Archeoparole*.

3. LA NASCITA DI STORIA D'ITALIA

Nella vita il qui presente Marco Cappelli non è uno storico: credo che sia la prima cosa che dico nel podcast. Ho studiato Economia aziendale presso l'Università Bocconi, mi sono laureato nel 2004 e da allora ho avuto una carriera nel marketing di diverse aziende multinazionali.

Una domanda legittima è perché un marketing manager scriva di storia e la comunichi per mezzo di un podcast. La risposta è semplice: la storia è da sempre la mia passione, e mi ha portato a divorare anche i trattati storici più ostici. Quando non posso leggere di storia amo ascoltarla: mentre guido, mentre cammino, mentre lavo i piatti.

Ascolto da sempre podcast in lingua inglese, e quando mi sono affacciato al panorama dei podcast italiani, mi sono accorto che nessuno trattava la storia del nostro paese, soprattutto nel formato “cronologico” e di alto rigore intellettuale che avevo imparato ad apprezzare ascoltando podcast storici in inglese come *The History of Rome* o *The History of Byzantium*. Mi sono chiesto allora: perché non io?

Produrre un podcast è abbastanza facile: occorrono un computer, un buon microfono e un’idea originale. Il primo lo avevo già, il secondo lo potevo comprare, sulla terza non avevo dubbi: un titolo semplice, Storia d’Italia. Poi il formato: episodi di 40 minuti che narrano cronologicamente la storia della penisola a partire dal tardo impero, in quanto punto di svolta tra antichità romana e medioevo italiano.

Ho iniziato nell’ottobre del 2018 e oggi *Storia d’Italia* è uno dei podcast più ascoltati nel nostro paese, con oltre un milione di download e, a questa data (settembre 2021), 97 episodi prodotti. Il podcast ha ricevuto più volte l’attenzione di media, riviste specializzate, canali YouTube e altri podcast. Nel 2020 ha vinto il premio come “*best non-English podcast*” ai Discover Pods Awards, uno dei premi più prestigiosi del mondo del podcasting. *Storia d’Italia* è stato il primo podcast italiano a vincere un premio internazionale.

4. PRODURRE STORIA D’ITALIA

Una puntata di Storia d’Italia nasce con un’ampia lettura delle fonti, sia antiche che moderne: ho calcolato che ogni puntata richiede almeno una dozzina di ore di lettura e raccolta delle fonti. Di solito inizio a leggere le fonti del periodo in questione con un anticipo di circa sei mesi sulla produzione del podcast, per permettermi di comparare le varie tesi storiografiche. Circa un mese prima dell’uscita del podcast inizio a scrivere il testo, in modo da avere tempo di rivederlo in caso di nuove idee o “illuminazioni” che vengono dalla stesura dei podcast successivi.

A due settimane dall’uscita della puntata, rivedo almeno due volte il testo, poi passo a registrare la puntata, di solito il lunedì precedente all’uscita del podcast. Durante la settimana passo dalle cinque alle dieci ore a editare il file audio, in modo da affinare il prodotto, aggiungendo musiche di sottofondo che siano il più possibile evocative degli eventi. Riccardo Santato, un musicista amatoriale, produce le musiche originali del podcast.

Non sono uno storico di professione, ma cerco sempre di essere scientificamente rigoroso, bilanciato e professionale. Come tecnica di comunicazione, inserisco spesso riferimenti alla cultura pop: così, per esempio, gli Unni sono equiparati ai *Borg* di Star Trek. Questi riferimenti servono a stemperare argomenti spesso molto ostici, come per esempio la trattazione della controversia sulle nature di Cristo, un argomento di teologia.

5. ESTENDERE IL PODCAST: DALL'AUDIO AI SOCIAL, FINO ALLA CARTA STAMPATA

Ho affiancato al podcast un sito-blog, www.italiastoria.com, dove pubblico testi, mappe, fonti e istruzioni su come sostenermi: a oggi un piccolo esercito di 200 persone sostiene ogni mese il podcast con una regolare donazione sul sito [Patreon.com](https://www.patreon.com). Ogni giorno posto una pillola relativa al periodo che sto coprendo nel podcast, inserendo opere d'arte, scavi archeologici, notizie, profili di personaggi importanti, mappe e molto altro ancora. Questa opera di divulgazione sui social mi ha portato ad avere a oggi circa 60mila follower. Dal 2020 ho anche dato inizio a regolari dirette su YouTube, con ospiti del mondo della divulgazione storica.

Infine, nel maggio del 2021 è uscito il mio primo libro, *Per un pugno di barbari*, edito da Solferino. In un certo senso, si tratta del prequel del podcast, perché narra in modo rigoroso e approfondito, ma con tono divulgativo, la storia della crisi del III secolo, da Marco Aurelio a Diocleziano, proprio alle soglie dell'inizio del podcast (che si apre con la battaglia di Ponte Milvio).

6. CHIUDERE IL CERCHIO

La scrittura del libro è stata per me quasi la conclusione di un cerchio: confesso di aver guardato più volte la celebre e temuta pagina bianca. Altre volte avevo iniziato a scrivere la mia prima opera, salvo poi abbandonare scoraggiato di fronte all'immensità del compito. Il podcast, costringendomi a scrivere un racconto breve di storia ogni due settimane, mi ha trasformato in uno scrittore senza che me ne accorgessi.

Forse è questo il mio messaggio più importante: come le storie trasmesse oralmente sono alla base della letteratura mondiale, di ogni tempo e luogo, così podcast e divulgazione storica classica sono due sostegni che possono rafforzarsi a vicenda nel raggiungimento dell'obiettivo comune: rendere la storia veramente pubblica.

BIBLIOGRAFIA

Adams, Peter. «History of Philosophy without any gaps», s.d. <https://historyofphilosophy.net/>.

Cappelli, Marco. «Storia d'Italia», s.d. <https://italiastoria.com/>.

Carlin, Dan. «Hardcore History», s.d. <https://www.dancarlin.com/hardcore-history-series/>.

Crowther, David. «The History of England», s.d. <https://thehistoryofengland.co.uk/>.

Duke, Graham, e Ali Hood. «Rex Factor», s.d. <https://refactor.wordpress.com/about/>.

Duncan, Mike. «The History of Rome», s.d. <https://thehistoryofrome.typepad.com/>.

Pierson, Robin. «The History of Byzantium», s.d. <https://thehistoryofbyzantium.com/>.

L'archeologia che parla a tutti. I podcast di Archeostorie®

Chiara Boracchi

Centro studi per l'archeologia pubblica Archeostorie® – chiara.boracchi@archeostorie.it

1. INTRODUZIONE

L'idea del primo podcast di Archeostorie®, ovvero *Archeoparole*¹, è nata a Fiesole in un pomeriggio di primavera del 2018. Mi aggiravo per l'area archeologica nel bel mezzo di una gara sportiva, e mentre i moltissimi parenti e amici degli atleti si accalcavano tra i resti del teatro e delle terme o sedevano ai tavolini del bar del sito, io sono stata l'unica visitatrice del piccolo museo: un edificio che risale ai primi del Novecento, con bei reperti accompagnati da didascalie stringatissime scritte in una lingua che potremmo definire "archeologhese". Un luogo non tanto diverso dai numerosi musei di provincia disseminati per la penisola, insomma.

Mi sono domandata: "Ma perché, se l'area archeologica è piena, il museo è così inesorabilmente vuoto?". E la risposta che mi sono data è che, forse, il disinteresse del pubblico dipende dal fatto che gli oggetti antichi in esposizione... non parlano.

Chi si occupa di allestire mostre e gestire collezioni è spesso convinto del contrario, in nome di una visione elitaria della cultura ancora durissima a morire². Eppure è così: termini come *kylix*, *oscillum*, *skyphos*, bifacciale e moltissime altri, scritti sulle didascalie, sono spesso comprensibili solo ed esclusivamente agli addetti ai lavori, archeologi e storici dell'arte. Per quella grande fetta di pubblico che non ha conoscenza del linguaggio specifico dell'archeologia, si tratta invece di parole ormai prive di senso, che hanno smesso da molto tempo di raccontare le proprie storie.

Non si tiene conto, insomma, che le persone che visitano i musei hanno tutte diversi background che molto spesso non contemplano lo studio delle tipologie dei vasi greci o l'evoluzione degli stili della statuaria.

1 Archeostorie, «Archeoparole».

2 Volpe, *Archeologia Pubblica*, Volpe, «Presentazione. Custodire il passato per raccontarlo agli uomini di oggi».

E così, poiché in molti casi non si spiega la funzione degli oggetti e non se ne racconta la storia, si condanna la maggior parte dei visitatori a non capire fino in fondo quello che sta osservando. Alimentando di fatto una distanza che è sempre più difficile colmare.

Così ho iniziato a domandarmi cosa potessi fare io. Come potessi accorciare il divario tra cittadini e museo generato dal linguaggio, e dare a tutti la possibilità di apprezzare non solo la bellezza ma anche il senso degli oggetti esposti. Non potendo agire sull'allestimento di ogni singolo museo della penisola, ho deciso di prestare la mia voce ai manufatti per raccontare la storia dietro ai tecnicismi, e ho deciso di farlo realizzando un podcast.

2. PODCAST E ARCHEOLOGIA

Le motivazioni che mi hanno portata alla scelta di questo medium sono state diverse. La prima è personale: sono abituata a parlare davanti a un microfono dal 2008, da quando ho iniziato a lavorare come giornalista a LifeGate Radio. Dal 2015, poi, collaboro con Archeostorie®, gruppo di professionisti della comunicazione che inventano strategie sempre nuove per narrare i beni culturali in maniera rigorosa e insieme accattivante e innovativa. Tra i lavori che ho realizzato per il think tank Archeostorie® ci sono, per esempio, l'audioguida del Museo dell'Ara Pacis a Roma o quella relativa alle metope del santuario di Hera alla foce del Sele, a Paestum, dove la narrazione è affidata a personaggi veri e propri che illustrano le opere e raccontano miti³. I podcast, naturale evoluzione di quelle esperienze, mi hanno permesso di unire passioni e competenze, alla ricerca di un nuovo linguaggio per l'archeologia.

La seconda motivazione dipende dalle potenzialità stesse dello strumento: i podcast sono il modo migliore per raggiungere il cuore delle persone attraverso le loro orecchie. Il racconto audio, privo di immagini, stimola l'immaginazione dell'ascoltatore creando con lui un legame personale e intimo, coinvolgendolo completamente. Questo "fluido ascolto profondo" permette di trasmettere valori, idee e storie in maniera davvero efficace: l'ideale per fare affezionare le persone a un museo o agli oggetti che custodisce, anche più di una serie di articoli scritti ad hoc, di un video o di un libro. Si tratta quindi di un medium che a buon diritto può entrare a far parte della strategia di comunicazione di un museo o di un'istituzione culturale, andando ad affiancare gli altri media digitali, oggi a tutti gli effetti parte della "cassetta degli attrezzi" dell'archeologo⁴.

3 Boracchi e Dal Maso, «Magna Grecia al femminile. Una lettura non convenzionale delle metope del santuario di Hera alla foce del Sele (Paestum)».

4 Boracchi, *Branded Podcast. Dal racconto alla promozione, come "dare voce" ad aziende e istituzioni culturali*, D'Eredità e Falcone, *Archeosocial*.

Inoltre, favorisce il coinvolgimento diretto del pubblico – in particolare quando è declinato in format di interviste e talk – costituendo un buon esempio di “approccio partecipativo alla comunicazione”, come ben sanno i ricercatori esperti di archeologia pubblica⁵.

Terza motivazione è il fatto che i podcast di divulgazione della storia e dell’archeologia sono già sperimentati da circa un decennio, in primis in area anglosassone, anche se non mancano esempi nostrani.

Il primo che ha tentato di mappare il settore dell’archeologia con un sondaggio lanciato su Twitter nel 2019 è stato Tristan Boyle, autore del podcast *Anarchaeologist*⁶. L’archeologo scozzese è anche co-fondatore insieme a Chris Webster, autore di *CRM Archaeology podcast*, dell’Archaeology Podcast Network, una piattaforma che raccoglie alcuni dei principali show indipendenti a tema storico-archeologico prodotti tra Regno Unito e Stati Uniti a partire dal 2014⁷.

Non mancano però le istituzioni che hanno incluso questo medium nella propria strategia di comunicazione, come il British Museum che dal 2016 pubblica *The British Museum Membercast*⁸ condotto dalla comica Iszi Laerence. E anche alcune università: un esempio è l’Istituto di archeologia dell’University College di Londra che esplora il lavoro dell’archeologo “di cantiere” con il podcast *Digs Deeper*⁹.

In Italia, tra gli esperimenti più “datati” c’è quello dei ricercatori dell’Università degli Studi di Siena che nel 2013 hanno dato vita a *Let’s dig again*, un format di interviste in stile radiofonico ai professionisti dell’archeologia (ora trasformate in un progetto video), ma anche *Dalla terra alla storia*, un podcast di Radio3 condotto dal 2017 da Andrea Augenti, docente di Archeologia cristiana e medievale dell’Università di Bologna¹⁰. Nello stesso periodo di gestazione di *Archeoparole*, poi, sono nati due dei podcast storici oggi maggiormente seguiti: *Bistory* di Andrea W. Castellanza e Sebastian Paolo Righi (giugno 2018), e *Storia d’Italia* di Marco Cappelli (ottobre 2018).

5 Bonacchi, «Digital media in public archaeology».

6 Boyle, Tristan J. «Vox Archaeo: Podcasting the Past». In *Public Archaeology: Arts of Engagement*, a cura di Williams Howard, Caroline Pudney, e Afnan Ezzeldin. Oxford: Archaeopress, 2019.

7 «Archaeology podcast network».

8 The British Museum, «The British Museum Membercast».

9 UCL Archaeology South-East, «Digs Deeper podcast».

10 Rai Play Radio, «Dalla terra alla storia», *Let’s dig again*, «Le interviste».

3. ARCHEOPAROLE E MASTERPIECE, I PODCAST DI ARCHEOSTORIE®

In questo contesto, il 28 novembre 2018 sul profilo Spreaker di Archeostorie® è stato pubblicato il trailer della prima stagione di *Archeoparole*. Come già accennato, scopo del podcast è raccontare con rigore scientifico, ma con tono accattivante e qualche aneddoto divertente, le storie e il significato dei termini specifici dell'archeologia, per far sì che sempre meno persone si sentano respinte dalle didascalie stringate dei musei.

Ho voluto così ricordare agli ascoltatori che il passato non solo ci riguarda, ma è molto più vicino a noi di quanto possiamo immaginare: persino gli oggetti esposti nelle teche dei musei non sono "lontani" dalla nostra quotidianità, ma spesso li possediamo anche noi, in versione moderna. Cos'è l'*oscillum* di marmo – l'ornamento da giardino per eccellenza delle ville romane - se non l'equivalente antico del moderno vaso di margherite appeso ai nostri gazebo? Anzi, è probabile che i due oggetti – l'*oscillum* e il vaso – si troveranno nella stessa sala di museo tra duemila anni, quando i nostri discendenti dovranno raccontare le diverse mode degli ornamenti da giardino nel corso dei secoli. Perché, in fondo, il senso di *Archeoparole* è anche questo: riflettere sulla nostra quotidianità, sugli oggetti di cui ci circondiamo e che stiamo lasciando ai posteri, sui materiali di cui sono composti e sull'immagine che stiamo lasciando della nostra epoca attraverso di essi.

Per accorciare le distanze con il pubblico, però, non basta spiegare le parole. Riflettendo sulle potenzialità del medium, noi di Archeostorie® abbiamo voluto esplorare maggiormente l'ambito delle emozioni. L'intuizione è stata della brava scrittrice Giorgia Cappelletti che in monologhi brevissimi è riuscita a catturare l'essenza di alcune delle opere più famose dell'arte antica.

Si è domandata quali sensazioni possano suscitare capolavori come l'Augusto di Prima Porta o la Tomba del Tuffatore di Paestum, andando ben al di là delle didascalie dei musei. Così, verso le fine del 2019 è partita la gestazione di un secondo progetto, *Masterpiece*, di cui io curo produzione e montaggio. Si tratta di un vero e proprio prodotto corale che ha coinvolto un po' tutti in membri del think tank, oltre a un attore e a un musicista professionista. Il risultato è una serie poetica che, pur non rinunciando a dare informazioni sulle opere, si propone di "usare" i capolavori del passato per riflettere su temi attuali in tutte le epoche come le migrazioni, il rapporto madre-figlio, gli equilibri di potere.

Abbiamo centrato i nostri obiettivi? Abbiamo davvero accorciato, almeno un pochino, le distanze? Le 19 puntate di *Archeoparole* hanno superato i 13mila ascolti e sono in crescita costante, mentre per *Masterpiece* è davvero troppo presto per tirare le somme. Siamo però convinti di aver almeno mosso un passo nella direzione giusta.

BIBLIOGRAFIA

- «Archaeology podcast network», s.d. <https://www.archaeologypodcastnetwork.com/>.
- Archeostorie. «Archeoparole», s.d. <https://www.archeostorie.it/category/i-podcast-di-archeostorie/archeoparole/>.
- Bonacchi, Chiara. «Digital media in public archaeology». In *Key Concepts in Public Archaeology*, a cura di Gabriel Moshenska, 60–72. London: UCL Press, 2017.
- Boracchi, Chiara, a c. di. *Branded Podcast. Dal racconto alla promozione, come “dare voce” ad aziende e istituzioni culturali*. Dario Flaccovio Editore, 2020.
- Boracchi, Chiara, e Cinzia Dal Maso. «Magna Grecia al femminile. Una lettura non convenzionale delle metope del santuario di Hera alla foce del Sele (Paestum)». *Roots and routes* IX, n. 30 (maggio-agosto 2019).
- Boyle, Tristan J. «Vox Archaeo: Podcasting the Past». In *Public Archaeology: Arts of Engagement*, a cura di Williams Howard, Caroline Pudney, e Afnan Ezzeldin. Oxford: Archaeopress, 2019.
- D'Eredità, Astrid, e Antonia Falcone. *Archeosocial*. Dielle Editore, 2018.
- Let's dig again. «Le interviste», s.d. <http://www.letsdigagain.it/le-interviste/>.
- Rai Play Radio. «Dalla terra alla storia». Rai Play Radio, s.d. <https://www.raisplayradio.it/programmi/dallaterraalla-storia/>.
- The British Museum. «The British Museum Membercast», s.d. <https://www.britishmuseum.org/membership/membercasts>.
- UCL Archaeology South-East. «Digs Deeper podcast», s.d. <https://soundcloud.com/uclarchaeologysouth-east>.
- Volpe, Giuliano. *Archeologia Pubblica*. Roma: Carocci, 2020.
- . «Presentazione. Custodire il passato per raccontarlo agli uomini di oggi». In *Racconti da museo. Storytelling d'autore per il museo 4.0*, a cura di Cinzia Dal Maso, 5–10. Bari: Edipuglia, 2018.