



PODCAST, HISTORIAS AL OÍDO QUE LLEGAN AL CORAZÓN

CARLOS LAZZARINI

Asesor y Consultor en Comunicación Política. Autor de *La conversación política* y del podcast @ope_podcast (@calilazzarini)

En tiempos de coronavirus el audio vuelve a ser protagonista. Aunque en verdad, ya venía en pleno crecimiento. Una revalorización de la escucha, de las historias contadas en tono íntimo, directo al oído. Una situación casi paradójica en circunstancias en las que el vértigo del zapping y la sucesión de imágenes fragmentadas y múltiples parecen ganar la pulseada por la mínima atención que se logra de las audiencias dispersas y ganadas por la inmediatez.

La búsqueda de la microsegmentación de audiencias para el envío de mensajes personalizados que tanto desvela a la política, por un lado, y el creciente consumo individual de información, por otro, explican en buena

medida el éxito de la incorporación de los podcast en las estrategias de comunicación en tiempos de campaña, en las tareas de gobierno, e incluso en el periodismo y comunicación de marca en el mundo corporativo. Mientras los estudios revelan la escasa atención en la lectura de artículos o información por medios tradicionales, (el promedio ronda los seis segundos) el retorno a la escucha activa, atenta y verdaderamente interesada, abre una oportunidad, tal vez única, para el relato, para contar aquellas historias que atrapan. Noticias, drama, ficción, y también la recuperación de algunos géneros que habían quedado en el olvido, como el radioteatro y tantos otros.

Inspiradores de series, de programas de televisión o de artículos, los podcast empiezan a convertirse en verdaderos inspiradores de relatos transmedia. Un formato ideal para historias que empiezan en otras plataformas y terminan en podcast. Y al revés. Los hay sobre temáticas muy diversas. Veamos dos ejemplos distintos y contundentes:

The Daily, el podcast de noticias diarias que *The New York Times* pone en línea de lunes a viernes a las 6 AM después de toda una jornada de producción y que es escuchado por más de dos millones de personas cada día. Historias perfectamente guionadas y mejor contadas. Claro que hay varias clave, y cada vez se busca una mayor complejidad y sofisticación. El presentador, sin duda, es uno de los protagonistas relevantes.

Modern Love, también del *The New York Times*. Historias de amor recopiladas desde hace veinte años de las columnas destacadas en el diario versión impresa. Relatos de los propios protagonistas enviadas a la redacción, seleccionadas y debidamente editadas. El notable éxito llegó también en formato podcast con la intervención de actores destacados, la participación de los propios protagonistas, una producción que recrea un clima y ambiente sumamente acorde, comentarios públicos, y todos los condimentos para una historia de relevante suceso.

Podríamos referir otros muchos podcast de extraordinario impacto. Y de géneros tan diversos como los dos especialmente escogidos para este artículo. En definitiva, una buena historia que conjugue las emociones, situaciones de empatía, atracción, bien escrita y mejor contada. En tono íntimo, inmersa en el clima apropiado. Directo al oído, a los auriculares de quien escucha sumergido en su mundo y en la historia a la vez. Una escucha individual o compartida. Con el tiempo fueron surgiendo grupos

especialmente creados para compartir los podcast en línea. De capacitación, de interés específico, de reflexión. Quienes hacemos Opé (un podcast de comunicación política y opinión pública distribuido en wetoker.com) nos enteramos gratamente de que hay grupos que se reúnen para compartir la escucha de los episodios temáticos que se abordan en cada temporada. La versatilidad de la palabra hablada en formato podcast parece infinita. Clases, trabajo, información, entretenimiento, capacitación, relatos históricos, ficción, educación, científicos y tantos otros.

Además de revalorizar la escucha, de lograr la atención de una audiencia que puede ser individual y masiva a la vez, los podcast inspiran una gran conversación. Por un lado, la posibilidad de escucharlos en forma individual, con el sonido envolvente e íntimo que generan los auriculares. Hacerlo a través de cualquier dispositivo, en el momento y situación que resulte más apropiada, genera la sensación de ser los únicos que estamos atravesando por esa experiencia. Una historia contada especialmente para quien la está escuchando en ese preciso y único momento. Sin embargo, son varios, en algunos casos millones, los que pueden llegar a compartir esa misma historia. Entonces, se convierte en una acción personal y masiva a la vez. Situación a la que la política empieza a estar cada vez más atenta.

Pero tal vez más interesante aún sea la capacidad de generar conversación. Los podcast viajan a través de diferentes plataformas. Y el impacto que generan las historias en cada persona que las escucha, motiva, dispara y alimenta conversaciones que luego circulan como hilos entrelazados, hilvanados, que amalgaman comunidad. En algunos casos redes inmersas en torno a intereses comunes. En esa dimensión, los audios están desplazando a la imagen. El reinado y supremacía de la foto y el video parecen ceder ante la palabra hablada cuando ésta adquiere formato de podcast. No son fragmentos radiales. No son extractos de programas. La atención, la conmoción, el impacto, la reacción y movilización, son verdaderamente sorprendentes. Tan tradicional como innovadora. Es una de las tantas paradojas de estos tiempos complejos. La escucha activa, paciente, prolongada, atenta, parece ganarle a la inmediatez, a lo instantáneo y efímero, a lo fugaz. O al menos, encontrar un espacio y tiempo para convivir con lo efímero. Parece revertir la tendencia a la desatención evidenciada en la sucesión de clicks, de escroleo automático y constante, a la sucesión indiscriminada de likes o de retweets, y hasta en la pulsión al uso y abuso del control remoto. La exposición a múltiples pantallas, plataformas y

dispositivos que provocan una dispersión de la atención y una adhesión automática a contenidos viralizados en un sistemas de redes más concentradas que distribuidas, tal como en un inicio se imaginaba que podrían comportarse. De la pulsión automática e irreflexiva de los “me gusta” y el RT, a la escucha activa. De las cámaras de eco, a las comunidades en torno a motivaciones genuinas. La interacción consciente. La conversación real.

Llamativamente, en este contexto de disputa por la atención y el tiempo de las audiencias, los podcast están dando la nota con un comportamiento diferente. Un aire fresco en procesos comunicativos ultra saturados que invita a reflexionar si verdaderamente no hay espacio para los contenidos extensos, para contar historias, para contar con la complicidad de las audiencias, de provocar impacto, emoción, conversación y movilización. Para inspirar.

Sin duda esta bocanada de oxígeno, de aire fresco, que se abre paso aún en medio de la pandemia, que parece potenciarse incluso en un contexto de virus global, está siendo cada vez más considerada, entre otros sectores y actividades, por la comunicación política. Se pueden contar ya varias experiencias en ese sentido. De candidatos, gobiernos, líderes, instituciones y causas. Y es de esperar que vayan adquiriendo mayor protagonismo. Imposible desaprovechar la oportunidad de llegar directo al oído, y lo más importante, al corazón. Y de generar conversación. De motivar.

Una escucha tan íntima e individual, como compartida y sensorial.