

**Siobhán McHugh**

***The Power of Podcasting. Telling True Stories Through Sound.***

Sydney, University of New South Wales Press, 2022, 312 pp.

ISBN (paperback): 9781742237022.

## **RESEÑA**

**DOI:** <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.chi>

Si los 2000 fueron la década de las series y 2010 la de las redes sociales, ahora vivimos en la edad de oro de los *podcasts*. En los últimos años se han multiplicado las productoras y las plataformas de escucha de *podcasts* e incluso Hollywood ha empezado a fijarse en ellos para adaptar sus historias a largometrajes. Muchos famosos también han comenzado sus propios programas y las radios le ponen la etiqueta de *podcast* a sus contenidos para recuperar una audiencia que hace no mucho tiempo fue solo suya. Los *podcasts* se han convertido así, en muy poco tiempo, en el medio de moda en el mundo del ocio. Pero los *podcasts* son *podcasts*. No son radio, ni son un YouTube más ni tampoco son un medio de distribución, aunque compartan algunas de sus peculiaridades con todos ellos. Por eso, en medio de un ecosistema mediático que no ha cesado de hincharse, es preciso leer y escuchar a aquellos cuya reflexión no es flor de un día para entender bien qué son y qué no son los *podcasts*.

Siobhán McHugh, la autora de este libro, es una investigadora de referencia en el ámbito del *podcasting*. Entre 2008 y 2021 ha sido profesora asociada de Periodismo en la Universidad de Wollongong (Australia) y desde el año pasado enseña en la Universidad de Sydney. Sus intereses de investigación partieron en un primer momento de la historia oral y se han ido ensanchando hasta englobar este nuevo formato, en el que estudia, sobre todo, el poder afectivo del audio para construir emociones con la audiencia. Este interés por los *podcasts* se ha visto incrementado desde que en 2013 fundase *RadioDoc Review*, una revista académica especializada en la crítica de documentales sonoros y *podcast*. Además, en estos años de labor docente no ha dejado de formar parte de proyectos periodísticos de distinto tipo y seis de los trabajos en los que ha participado como asesora de producción han ganado medallas de oro en el Festival de Audio de Nueva York.

Esta trayectoria ha permitido a McHugh escribir un libro que destaca por la conjunción de reflexión acerca de las características de este nuevo medio y el análisis de



casos destacados contando desde dentro el proceso de producción. La obra se divide, pues, en diez capítulos que podríamos redistribuir en cuatro bloques. Los cuatro primeros capítulos (*Podcasting: Why, who, what; Appreciating audio storytelling: The backstory; Radio, podcasting and intimacy; y The aerobic art of interviewing*) están dedicados a analizar qué es el *podcast* y cuáles son sus características propias. Nada más empezar, en el primer capítulo, McHugh propone un gráfico con el que muestra lo que ella denomina «los pilares del *podcasting*». Según su esquema, el poder de la voz reside en la unión de tres elementos: el conocimiento, el entretenimiento y la empatía que construye el anfitrión del programa. Estos tres elementos -que llevan directamente a pensar en el *logos*, *pathos* y *ethos* de la retórica clásica-, McHugh los interrelaciona también para destacar otras características de los *podcasts*. Así, la unión del conocimiento y el entretenimiento daría lugar a lo que conocemos como historias; la conjunción de conocimiento y empatía construiría la autenticidad y la intimidad sería el punto en común entre el entretenimiento y la empatía. Estos tres nuevos elementos -historias, autenticidad e intimidad- son los pilares que definen al *podcast* como medio.

Si bien es cierto que podría decirse estos elementos también están presentes en la radio, McHugh señala con acierto que eso se debe a que el audio siempre ha sido el más íntimo de los medios, puesto que en la voz nosotros podemos sentir y no solo saber lo que se está diciendo. Gracias al tono, al timbre y al acento, el oyente puede hacerse con una información que no se encuentra de la misma forma en un texto escrito. Esta peculiaridad afectiva del sonido se ve incrementada en el *podcast* por dos razones. La primera de ellas tiene que ver con lo que se ha denominado en la literatura académica como hiperescucha, es decir, que el oyente de *podcast*, al contrario que el de la radio, suele escuchar de forma privada y, a menudo, a través de auriculares el contenido sonoro. Esto provoca que esa voz esté hablando directamente dentro de los oídos, sin una distancia física como sucede en la radio, lo que altera las condiciones de escucha. La segunda razón es que los *podcasters*, al producir su contenido, saben que quienes les escuchan han decidido hacerlo de forma premeditada, es decir, llegando a su contenido de forma deliberada y no sintonizando una emisora. Esto quiero decir que los oyentes han decidido depositar en ellos una confianza que permite a los *podcasters* mostrarse más auténticos en su discurso.

En la segunda parte del libro, correspondiente a los capítulos 5 y 6 (*Milestones in the podsphere: From 'Serial' to 'The Daily'; y Podcasting as literary journalism*), McHugh hace un breve recorrido por los hitos que han marcado la breve historia de los *podcasts* en lengua inglesa. Con respecto a otros escritos similares, la autora destaca en todo momento el papel de los narradores de los *podcasts* en esta consolidación del formato. Igual que no se puede estudiar el periodismo literario sin referencia a sus autores, McHugh sostiene que no se pueden explicar bien los éxitos de *Serial*, *The Daily* o *S-Town* sin hablar de Sarah Koenig, Michael Barbaro y Brian Reed.

El tercer bloque del libro corresponde a los capítulos 7 y 8 (*Creating a hit narrative podcast, part 1: Finding the story; y Creating a hit narrative podcast, part 2: Under the Hood of 'The Last Voyage of the Pong Su'*), en los que la autora comparte el proceso de producción de tres *podcasts* australianos en los que ella ha participado y que pueden considerarse como ejemplos de buen periodismo, puesto que todos ellos han ganado una medalla de oro en los New York Festival Radio Awards: *Phoebe's Fall* (2016), *Wrong Skin* (2018) y *The Last Voyage of the Pong Su* (2019). Estos capítulos son especialmente relevantes porque, en ellos, el lector puede ir viendo las distintas fases de producción, estudiar por qué se eligen unas formas de contar y no otras y escuchar algunos de los episodios con parte del guion de los episodios delante.

Por último, los dos últimos capítulos del libro (*Inclusion, diversity and equality: Pushing the boundaries of podcasting; y Podcasting: What next?*) están dedicados a las comunidades que se han generado en torno a los *podcasts*. Según la autora, la conexión que se genera entre los oyentes y *podcasters* ha permitido que los oyentes que se han sentido marginados por los medios de comunicación tradicionales se sientan ahora parte de una comunidad global aunque la escucha de cada uno de los oyentes sea, al menos en un primer momento, individual. En este sentido, pone como ejemplo a las comunidades que se han generado en torno al *pódcast* en China o las comunidades de color, de mujeres o LGTBI+.

En definitiva, McHugh ha escrito un libro sobre *podcast* que, por su propia forma de narrar, podría ser un *podcast*, puesto que lo escribe desde esos tres pilares que menciona al principio de su obra. Por un lado, ella misma forma parte de la historia que está contando. Por otro, utiliza un lenguaje muy oral para mostrarse cercana y construir una intimidad con el lector. Y, al mismo tiempo, cuenta desde la autoridad profesional

que le da el haber formado parte del equipo de producción de esos *podcasts* premiados. Además, la elección de escribir este libro mezclando reflexión con casos concretos es un recordatorio continuo de que, por mucho que se analice el medio, no hay reglas de oro para el éxito de un *podcast* y cada uno de ellos debe buscar la forma de conectar con sus audiencias en sus circunstancias concretas. Como decía Aristóteles, la virtud que prima en el ethos es la prudencia. Así pues, cada caso es único, y debe construir sus pilares con estrategias distintas.

**Manuel Álvaro de La-Chica Duarte**

*Universidad de Navarra*

mdelachica@unav.es

<https://orcid.org/0000-0002-9302-5869>