

UNR

FCPOLIT

PRODUCTIVIDAD



DISCIPLINA



VIDA EXTRA
PODCAST

EXITO



Vida Extra Podcast

Tesina de Grado / Comunicación Social

Rosario, Marzo 2026

Autores: Ignacio Kuschnir & Federico Rovere

Director: Martín Parodi

Agradecimientos:

A Martin Parodi por su predisposición y por guiarnos en todo este proceso.

A nuestras familias y amigos por su apoyo incondicional.

A Julieta Gomez, Ximena Vera y Lautaro Gonzalez por haberle dado vida a las voces de las microficciones; aportando su creatividad y respetando los personajes

Al Labso y Dz Estudio por las herramientas y aportes técnicos y creativos.

Por último, a nuestra apreciada Facultad de Ciencia Política y RRII.

Resumen del proyecto

En los últimos meses, vimos y escuchamos a muchos de nuestros amigos proponerse a realizar cambios en sus vidas. Sebastián, por ejemplo, se propuso diversas tareas con el objetivo de bajar de peso: Dietas, ejercicios, actividades, meditaciones. O Miranda quién, desbordada por los requerimientos de su carrera, su emprendimiento y sus hobbies, buscó distintas formas de organizarse y alcanzar un equilibrio. Y como ellos, varios otros más.

Lo curioso de esto que nos llamó la atención no fueron los deseos o las motivaciones detrás de esas decisiones, sino las herramientas que todos ellos terminaron usando: *Apps de Productividad*. O como nos gusta llamarlas a nosotros: “apps para hacer cosas”.

Cuando investigamos sobre este mundillo, nos dimos cuenta que estas aplicaciones proponen maneras muy creativas de convertir la vida cotidiana en una narrativa lúdica, traducir las tareas diarias a recompensas y pensar en el progreso personal como un juego. Desde aplicaciones que ofrecen una experiencia *zen*, que transforma las horas de estudio en un aporte a la lucha ecológica y la reforestación, a otras que presionan al usuario a hacer sus deberes con la promesa de cobrarles dinero a sus tarjetas de crédito si no las realizan. La variedad de narrativas ingeniosas y espacios cotidianos de aplicación de estas tecnologías es enorme.

Este proyecto busca invitar a su público a pensar en las mismas dudas que nosotros: ¿Por qué estas cosas funcionan?, así como de ofrecerles un mapa inicial sobre cómo introducirse a estas nuevas tecnologías. Un podcast que combina ficción y narración con el fin de brindar una caja de herramientas útiles a todo aquel que busque gestionar cambios en su vida.

Palabras Clave: Vida cotidiana, rutina, gamificación, productividad, podcast, Lenguaje sonoro.

Índice:

Introducción:.....	5
Objetivos.....	7
Investigación de antecedentes:.....	8
Marco Teórico.....	10
Producción del Proyecto:.....	16
Público Objetivo.....	16
Estrategia de Difusión.....	17
Desarrollo Artístico y Creativo.....	18
Nuevos Hábitos.....	18
Apps de Productividad.....	18
Motivación.....	18
Duración de los Episodios.....	18
Inclusión de Microficciones.....	19
Planificación de voces.....	20
Narradores.....	20
Realización del Proyecto.....	23
Episodio Piloto.....	23
17 de junio - sesión 0	23
24 de junio - Sesión con la actriz de voz Julieta Gómez.....	24
30 de junio - Primer episodio, toma 2.....	24
11 de Agosto - postproducción.....	25
Cierre del Episodio Piloto.....	25
Proyecto Final.....	26
Redacción de guiones.....	26
28 de octubre - Narración del primer y segundo episodio.....	26
16 de diciembre - Grabación tercer episodio.....	27
23 de enero - grabación con actores.....	27
Proceso de Montaje y Edición.....	30
Identidad Visual del Proyecto.....	32
Bibliografía:.....	33
ANEXOS.....	36
Guión del primer episodio “Nuevos Hábitos”	36
Guión del segundo episodio “Apps de Productividad”	41
Guión del primer episodio “Motivación”	45
Microficciones: Guión Teatral.....	51

Introducción

Como estudiantes de la carrera de comunicación social siempre tuvimos un fuerte interés por lo sonoro, ambos dirigimos programas de radio durante varios años y nos vimos profundamente atravesados por las producciones sonoras a lo largo de nuestro aprendizaje universitario. Teníamos en claro que queríamos que nuestro último trabajo para la carrera sea una producción sonora por lo que nos anotamos como última materia a la electiva de “podcast”. Esa fue la parte sencilla, nuestro deseo, faltaba definir qué es lo que queríamos contar. Después de varias ideas, de idas y vueltas, decidimos que nuestro tema esté relacionado con aquello que había unificado y afianzado nuestra amistad durante tantos años: los videojuegos.

Durante la pandemia de COVID-19, marcada por un confinamiento obligatorio que se extendió por más de un año y que volvió la vida cotidiana más lenta y monótona, hubo algo que nos permitió mantenernos conectados y escapar, aunque fuera por un momento, de la situación: encender la computadora, reunirnos en una llamada por Discord y jugar algún videojuego mientras conversábamos. Este modo de socialización mediada por entornos virtuales de juego constituye un fenómeno que, cada vez con mayor fuerza, atraviesa nuestras sociedades contemporáneas.

La vida cotidiana puede entenderse como un entramado de dinámicas, objetivos y recompensas que, en muchos sentidos, guarda similitudes con la estructura de un juego. En los últimos años, el concepto de gamificación o ludificación ha adquirido relevancia no solo en el ámbito del entretenimiento, sino también en espacios vinculados a la educación, la productividad, la organización personal y la sociabilización. Bajo esta perspectiva, los elementos propios de los juegos, como los desafíos, las metas alcanzables y la retroalimentación inmediata, han demostrado ser herramientas eficaces para generar motivación, sostener rutinas y mejorar el rendimiento individual y colectivo.

La presente tesina propone explorar estas conexiones a través de un podcast, un formato comunicacional contemporáneo que combina la inmediatez de la oralidad con la accesibilidad de las plataformas digitales. El objetivo es analizar cómo los principios de la gamificación se integran en la vida cotidiana y de qué manera impactan en la forma en que nos organizamos, nos comunicamos con nosotros mismos y con los demás, y damos sentido a nuestras prácticas cotidianas.

Desde la perspectiva del campo de la Comunicación, este proyecto se enmarca en el interés por comprender los fenómenos culturales y sociales que emergen de la interacción entre las tecnologías, los discursos y las prácticas de la vida moderna. La gamificación no solo se presenta como un recurso pedagógico o de gestión, sino también como un dispositivo comunicacional que organiza narrativas, construye símbolos de progreso y establece modos de relación entre los individuos y sus entornos. De este modo, estudiar la ludificación de la productividad y la rutina permite abordar un campo en el que se intersectan comunicación, cultura digital y experiencia subjetiva.

Así, el podcast se plantea como un espacio de divulgación y reflexión donde se examina cómo el lenguaje del juego atraviesa nuestras formas de vivir, trabajar y proyectarnos, invitando a pensar la vida no solo como un desafío a superar, sino también como una experiencia lúdica en constante construcción.

Objetivos

Objetivo General:

Analizar y explorar las posibilidades creativas de la narrativa sonora para abordar un fenómeno actual y complejo de manera entretenida sin perder profundidad conceptual ni rigurosidad académica.

Objetivos específicos:

- Realizar un registro sonoro que pueda colaborar con los oyentes como una herramienta práctica para la organización de sus hábitos y rutinas.
- Poner en discusión el concepto de productividad en el contexto actual.
- Analizar el funcionamiento y el alcance de aplicaciones basadas en gamificación como estrategias para incentivar la organización personal.
- Aprender sobre la gamificación como herramienta actual utilizada para aprender y mantener nuevos hábitos.
- Experimentar con elementos de la narrativa ficcional para aportar profundidad creativa a los conceptos abordados y favorecer la empatía con los oyentes.

Investigación de antecedentes

Parte esencial al momento de crear una tesina, un podcast o un ensayo es el punto de partida. Uno suele inspirarse o puede proyectar ideas nuevas a partir de ciertos antecedentes que sirven como mapa al momento de plasmarla en un proyecto.

En nuestro caso una de las primeras lecturas que realizamos fue la tesina de Perafan Juan Ignacio y Elian Eccheli titulada “Back Up: Un podcast para tener a mano a la hora de hacer podcast” (2022) la cual apunta a cómo es el proceso de crear un podcast. Lo interesante es que es una tesina de grado desarrollada en la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) al igual que la nuestra. Es una producción sonora compuesta por tres episodios de podcast y lo esencial de este antecedente es que adopta la forma de un meta podcast, es decir, un podcast que reflexiona sobre el propio proceso de realización de podcasts.

Back Up tiene como objetivo principal ofrecer una caja de herramientas práctica y conceptual para quienes deseen iniciarse en la producción sonora, con la intención de ser un material de apoyo para la cátedra de Producción Radiofónica. En su desarrollo, los autores combinaron la revisión bibliográfica con la reflexión sobre su propia práctica como productores y su experiencia dentro del ámbito académico, construyendo así un contenido educativo, informativo y entretenido.

El siguiente antecedente que fue una gran guía en este proceso también fue acuñado en nuestra facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Se titula Un Podcast Sobre el Dibujo y fue escrita por Benditti Lara (2023). El encuentro con este material fue una recomendación de nuestro director luego de nuestro primer encuentro donde le comentamos cuál era nuestra idea para la presente tesina.

Lo valioso que tiene este material, tanto en materia auditiva como en materia narrativa, es cómo se desarrolla el ensayo escrito; este nos dio varias ideas de como organizar todo eso que nosotros teníamos en la mente y queríamos contar, permitiéndonos ver una buena estructuración de como llevar nuestra creación auditiva a una bitácora que sirva como herramienta teórica y conceptual.

Esta tesina en su búsqueda de unir el pensamiento conceptual con la experimentación sonora, utiliza el podcast como medio para conectar y

articular la relación entre arte, comunicación y experiencia sensorial. Al igual que nuestro proyecto, este trabajo emplea el ensayo como recurso expresivo lo cual le permite una aproximación libre y reflexiva a los temas abordados. En nuestro caso, la reflexión se orienta hacia los conceptos de gamificación, ludificación y productividad, los cuales se articulan desde una mirada situada entre lo comunicacional, lo lúdico y lo empírico con diferentes tópicos y temáticas de interés.

Otro antecedente es el podcast Nuevebits de Adrián Suárez, el cual es una producción sonora que apunta a los videojuegos y está enfocado a las narrativas, *lore* (historia) y diseño de los mismos. Cuenta con cientos de capítulos de los cuales algunos duran 10 minutos y otros más de 2 horas, incursionando en videojuegos de todo tipo como acción y aventura, entre otros.

Dentro de sus capítulos tiene diversos análisis sobre la jugabilidad de los juegos, sus historias, sus gráficos, “*easter eggs*” (mensajes ocultos, guiños o referencias que se esconden dentro de los juegos). Con un tono de tipo informativo pero con un lenguaje coloquial y distendido.

Marco Teórico

En este apartado comenzaremos otorgando significado a los conceptos que constituyen el núcleo de nuestro proyecto. Primero abordaremos la definición de podcast y su recorrido histórico, desde su aparición hasta su auge en los últimos años. Luego desarrollaremos el formato ensayo, el cual adoptamos para desarrollar el presente trabajo. Finalmente, analizaremos el concepto clave para nuestra producción sonora, la gamificación, fundamental para comprender el enfoque que proponemos y matriz articulador del proyecto.

Año tras año el formato podcast está ganando cada vez más popularidad y protagonismo en la escena de las comunicaciones ya que este es un formato accesible tanto para los creadores como para sus oyentes. Permite la posibilidad de abordar cualquier temática que sea de interés para quienes los producen y a su vez es un medio muy accesible para los públicos debido a que es asincrónico y se encuentra disponible en múltiples plataformas.

En los últimos años, la producción, circulación y consumo de podcast ha crecido exponencialmente, hasta convertirse en uno de los formatos de mayor expansión en el ámbito mediático contemporáneo. Por tratarse de una pieza sonora que privilegia duraciones acotadas, la atemporalidad y el acceso asincrónico de contenidos originales reproducibles en línea o en desconexión, su implementación didáctica en contextos escolares o su funcionalidad para comunicar procesos de investigación resulta muy beneficiosa. (Arias, 2024, p. 1).

Es un concepto clave y que ha dado espacio a una multiplicidad de definiciones por lo cual podemos citar diferentes autores que amplían la importancia de su alcance y describen sus características principales.

Un contenido en un archivo de audio digital al que las usuarias y los usuarios pueden acceder desde diferentes canales de distribución, como Spotify, Google Podcasts, iVoox, iTunes o Apple Podcasts, entre otros, y escucharlo cuando y donde quieran, a través de cualquier dispositivo (computadora, notebook, teléfono celular, altavoces inteligentes, tablet, etc.) e incluso en el auto, a través de una conexión del celular al estéreo. (Delménico et al., 2020, p. 2).

Sobre cómo se origina el concepto de podcast y cómo se compone en inglés la estructura de la palabra, Daniela Gonzalez explica en su artículo:

La palabra podcast surgió del periodista Ben Hammersley, cuando en 2004 escribió un artículo en The Guardian y comentó la posibilidad de escuchar radio en diferido y en reproductores portátiles. "Pod" hace referencia a portable y "cast" viene de broadcast, que es la emisión de radio. (González, 2008).

En sus inicios la realización del podcast tenía cierta barrera de acceso ya que era complejo la realización del mismo por deber contar con cierto nivel avanzado de edición (anteriormente los programas de edición de audio eran bastante complejos) y además se necesitaban ciertos recursos materiales caros en su época. Ahora el podcast ha evolucionado y, gracias a los avances tecnológicos y la simplificación de las herramientas digitales de edición, se ha vuelto más accesible su realización.

Hoy en día cualquier persona con una computadora o celular que tenga un micrófono e internet puede generar un podcast; por lo cual en términos de exigencias materiales son básicas, la gran mayoría de la población posee un teléfono móvil y conexión a internet, a esto obviamente habría que agregarle el interés por alguna temática que se quiera desarrollar y cierto nivel básico de edición de audio.

Aunque en sus inicios la creación de podcast tenían ciertas limitaciones de índole materiales y de producción, los principales obstáculos a los que se enfrentó fue la barrera tecnológica y de distribución que presentaban los usuarios, la cual era muy diferente a la que hoy conocemos.

Como señalan los autores Pedrero Esteban, L. M., Espada, A., Pérez Escoda, A., y Martín Nieto, R. (2025) "Para llegar a los niveles de negocio actuales, el podcast tuvo que atravesar varias etapas, principalmente tres" una primera que va desde el 2004 al 2012 que es donde empieza su experimentación y donde para poder acceder a ellos no existían plataformas especializadas por lo cual se descargaban en archivos MP3 a través de computadoras principalmente.

La segunda etapa que es la que nos interesa particularmente, que parte desde el 2014 donde el podcast se consolida y pasa su fase inicial de experimentación y hay un crecimiento de las audiencias; al respecto sobre su expansión en esta etapa los autores señalan: "se debió al aumento de calidad de los podcasts disponibles, el uso generalizado de smartphones y a la popularidad creciente del micromecenazgo y las redes sociales basadas en el audio"

La tercera etapa según los autores iniciaría en 2018 marcado por una creciente industrialización del podcast desdoblándose en una doble

dirección; por un lado una gran inyección de capital por parte de diversas empresas y por otro lado por las inversiones y avances en plataformas digitales de audio como es el caso de Spotify.

Para concluir con este apartado de las barreras de acceso que tuvo el podcast en sus inicios podemos decir que en los primeros años se presentaban desafíos vinculados a la producción con equipos costosos, programas de edición complejos y barreras técnicas por parte de la producción de los mismos; y las principales limitaciones para su expansión se encontraban en la distribución y el acceso del público. En sus inicios no existían plataformas especializadas y el proceso de escucha requería habilidades digitales que la mayoría de los usuarios no poseía.

Por lo cual la masificación del smartphone, mejoras tecnológicas significativas en conectividad y la aparición de aplicaciones dedicadas a la escucha de audio multiplataforma permitió que el podcast se vuelva finalmente en un formato accesible para la población en general lo cual explica su crecimiento exponencial en los últimos años.

El “Informe sobre Podcasts 2025” elaborado por la agencia de medios OSA brinda los siguientes datos: en Argentina, el consumo de podcasts creció un 123% en los últimos cinco años, consolidándose como un formato en plena expansión. Actualmente, uno de cada cinco habitantes de las principales ciudades (lo que equivale a más de 4,2 millones de personas) escucha podcasts con fines de información o entretenimiento. La audiencia presenta un perfil mayoritariamente femenino (58%) y joven, con una fuerte presencia en el rango etario de 18 a 35 años. Entre los motivos de escucha, el 76% de los usuarios afirma recurrir al podcast para aprender algo nuevo, destacándose las temáticas de estilo de vida, música y comedia como las más populares. El smartphone se posiciona como el dispositivo preferido por el 84% de los oyentes, lo cual refleja la centralidad de la movilidad y la accesibilidad en este tipo de consumo cultural. Además, el formato ha dado lugar al fenómeno de los “*podfluencers*”, comunicadores que generan altos niveles de confianza en las audiencias, incluso más que los influencers tradicionales. (OSA, 2025).

Para finalizar con la conceptualización del podcast no podemos dejar de mencionar su estrecha relación y vinculación con la radio, uno de los medios de comunicación insignia del siglo XX. Al respecto de su surgimiento, el podcast nace como una especie de “radio” readaptada a las nuevas tecnologías del presente siglo, demostrando cómo el contenido va

transformándose para amoldarse a las exigencias de los públicos pero marcadamente con ventajas respecto del tradicional medio.

En su forma nace como una evolución del lenguaje radiofónico, con todo lo que ello tiene de potencial creativo y comunicativo, pero sin los límites a los que está expuesto este mensaje en su modelo radiofónico tradicional por ondas: el acceso al medio, el tiempo, los horarios, las políticas de la empresa, la cadena de mando vertical, los índices de la audiencia, etc. (Tenorio, 2009, P. 6)

La elección del formato adquiere un rol central, ya que determina no solo la manera en que se presentará el contenido, sino también la forma en que este será interpretado por el público. En el caso de este proyecto, el formato ensayo se presenta como la estructura óptima para desarrollar una reflexión que busca ser profunda en torno a los temas a abordar. El ensayo, entendido como una forma de escritura que combina análisis, interpretación y subjetividad, permite explorar ideas desde una perspectiva crítica y personal, sin la rigidez de los textos científicos tradicionales. Su valor radica en la posibilidad de articular la teoría y la práctica. En este sentido, incorporar el ensayo como formato de producción sonora implica trasladar esa libertad reflexiva al terreno auditivo, promoviendo un intercambio más dinámico y cercano con la audiencia.

La Real Academia Española (2001) lo define como: “escrito en prosa en el cual un autor desarrolla sus ideas sobre un tema determinado con carácter y estilo personales”. Por otro lado Gutiérrez Pozo (2019) argumenta, “El ensayo como género es abierto y libre. Aunque es una identidad sin límites” y agrega, “El ensayo se define también por su carácter de mediación entre el arte y la ciencia, lo particular y lo universal.” (P. 128). La elección de este formato nos parece el correspondiente para explicar nuestras experiencias y toma de decisiones a lo largo del proceso creativo del podcast; parafraseando a Gutiérrez Pozo entendemos nuestra producción como una pieza de arte virtual y sonora que se entrelaza con la ciencia mediante la creación del ensayo que posibilita hacer de nuestra experiencia una herramienta teórica.

Entendiendo como centro clave del formato ensayo la libertad creativa y reflexiva, al respecto los autores Vicente Cervera, Belén Hernández y Dolores Adsuar (2005) argumentan, “El género del ensayo es el caso distintivo de representación de la posición del hombre moderno en el mundo y del ejercicio de su actitud reflexiva y crítica, de la individualidad y la libertad” (p. 20). Posteriormente los autores, posicionándose desde el paradigma de la complejidad, argumentan:

El ensayo es la forma de la descomposición de la unidad y de la reunificación hipotética de las partes. Dar forma al movimiento, imaginar la dinámica de la vida, reunir según precisas y provisionales estructuras aquello que está dividido, y distinguirlo de todo lo que se presenta como supuesta unidad, esta es la intención del ensayo. (Cervera et al., 2005, P. 35)

Por último, y para concluir con este apartado, abordaremos el concepto de gamificación. El término resulta esencial para comprender la lógica que atraviesa nuestro proyecto, ya que nos permite pensar cómo las dinámicas propias de los videojuegos se trasladan a otros ámbitos de la vida cotidiana. En el contexto de un podcast sobre productividad, esta noción adquiere una relevancia particular, pues funciona como el marco conceptual que articula la reflexión sobre la manera en que las estrategias lúdicas influyen en la organización personal, la motivación y la construcción de rutinas. Comprender la gamificación y su estrecha relación con la socialización implica reconocer el poder que tiene el juego como forma de organización, de aprendizaje, de comunicación y de relación social. En este sentido, explorar sus brechas y puntos de encuentro no solo aporta profundidad teórica, sino que también permite ubicar al oyente dentro del universo simbólico desde el cual se propone este trabajo.

Cuando hablamos de gamificación hacemos alusión a los juegos cuando son llevados a ámbitos que no son, en principio, lúdicos. Al respecto García Pañella (2023) desarrolla: “La Gamificación es una técnica que consiste en usar elementos típicos del juego, como la puntuación, la competencia con otros usuarios, entre otros, y aplicarlo a otros contextos para aumentar la participación y la lealtad de los usuarios.” y sobre sus beneficios argumenta: “nos permite motivar, generar concentración, fidelizar y generar otros valores positivos del juego”.

Para profundizar en su conceptualización podemos citar la definición que nos da Paz Calbacho:

La gamificación es definida como el uso de estrategias, modelos, dinámicas, mecánicas y elementos propios de los juegos en contextos ajenos al juego, y se utiliza para motivar la acción, promover el aprendizaje y resolver problemas, siendo una de las estrategias de enseñanza y aprendizaje más innovadora de los últimos años. (Paz Calbacho, 2022, P. 5).

Entendemos el concepto de gamificación como un eje central en nuestra tesina de producción, debido a que a partir de él se establece el nexo articulador entre todos los capítulos del podcast. Este enfoque nos permite explorar cómo, a través de los videojuegos y de los elementos que los componen (como la motivación, las recompensas o la conexión social), se desarrolla la estructura y la especificidad de cada episodio. En este sentido, la gamificación no solo funciona como una temática recurrente, sino también como una herramienta conceptual que orienta la manera en que pensamos y construimos la narrativa del proyecto.

Producción del proyecto

Al momento de realizar un podcast, son numerosas las decisiones que deben tomarse, tanto desde una perspectiva narrativa y creativa como técnica y comunicacional. Cada una de ellas debe responder a una coherencia interna que permita construir un producto sonoro sólido, atractivo y con identidad propia. Asimismo, resulta importante considerar al público objetivo, ya que desde la primera hasta la última decisión (desde la elección del tema, el tono y el lenguaje, hasta la selección de recursos sonoros), todo el proceso se orienta hacia quienes finalmente serán los oyentes y consumidores del producto final.

El proceso de creación de un podcast implica reflexionar sobre distintos aspectos que van desde la conceptualización del proyecto y la definición de los objetivos comunicacionales, hasta la selección de la estructura narrativa, el estilo sonoro y las herramientas de producción. Por lo cual, la manera más clara y efectiva de exponer las decisiones tomadas es mediante una división en apartados que permita abordar las distintas etapas del proceso de desarrollo, permitiendo comprender cómo cada elección no fue tomada al azar sino con conciencia y reflexión previa, y a partir de ello, como cada una contribuyó a la construcción integral del producto final.

Público objetivo

El público objetivo es un apartado muy importante al momento de la construcción del podcast, ya que permite delimitar una audiencia a la cual apunta el contenido que es producido y esto permite de cierta forma segmentar los gustos, necesidades y preferencias; y formular en base a todo esto una estrategia enfocada a este público. Esto habilita a que el contenido sea más pertinente, interesante y efectivo para quien se delimita previamente que sea escuchado.

El público objetivo de este podcast está conformado por adolescentes y adultos jóvenes de entre 15 y 30 años, principalmente interesados en los videojuegos, la cultura digital y la vida social. Se trata de una audiencia que creció de cerca y en contacto con los avances tecnológicos de este siglo; y que incorpora el lenguaje de los videojuegos como parte de su cotidianidad, tanto en el ocio como en la interacción social.

Este grupo etario se caracteriza por un consumo multiplataforma cada vez mayor y una preferencia por los contenidos sonoros bajo demanda (a la carta), como el podcast, que les permite acceder a la información y el

entretenimiento de manera personalizada y flexible. Además, es un público que valora las propuestas reflexivas y narrativas en torno a los videojuegos, no solo como forma de entretenimiento, sino también como una práctica cultural que influye en su manera de organizar, comprender y representar la realidad, además de ser una forma de interacción cada vez más creciente.

Particularmente, este proyecto se dirige hacia oyentes con interés en la organización personal y la productividad desde una perspectiva lúdica, es decir, en cómo los principios de la gamificación o ludificación pueden aplicarse a la vida cotidiana para mejorar la motivación, la gestión del tiempo y la construcción de objetivos. En este sentido, el podcast busca establecer un diálogo con quienes no solo juegan, sino que también piensan y aplican las lógicas del juego como una herramienta para estructurar sus rutinas y potenciar su desarrollo personal.

Estrategia de difusión

El podcast “Vida Extra” está pensado para ser distribuido principalmente por Spotify. Actualmente la plataforma es la más reconocida y usada para la difusión de materiales auditivos. Esta plataforma cuenta con más de 700 millones de usuarios activos mensualmente. (Spotify, 2025).

Por nuestro público objetivo, el cual hemos desarrollado anteriormente, entendemos que es la plataforma por excelencia para llegar de forma óptima, debido a que es actualmente la más escuchada y utilizada.

Como segundo medio en el cual queremos distribuir nuestro producto es en YouTube. Es una de las redes insignias para la reproducción audiovisual y que ha ganado cada vez más terreno en el ámbito de los podcast; haciendo más accesible su escucha agregando herramientas como la reproducción con la pantalla apagada; una herramienta principalmente planeada para permitir escuchar solo elementos auditivos.

Entendemos que ambas plataformas son las que más usuarios activos poseen actualmente por lo cual encontramos que son las más óptimas para llegar a nuestro público objetivo debido a que se encontrarán de una forma más accesible con nuestro podcast utilizando los medios que usan en su cotidianidad.

Desarrollo artístico y creativo

1. Nuevos Hábitos

En este primer episodio queríamos hablar de la importancia de las rutinas para organizar nuestras vidas, para ponernos objetivos y hacer que sean más accesibles cumplirlos a través de la administración de tiempos y tareas.

Era importante empezar por las rutinas como primer capítulo para dar introducción a lo que apuntábamos con los diferentes episodios que era hablar sobre como organizar estas rutinas se podía hacer más sencillo, entretenido y motivador a través de estas apps de productividad y cómo la gamificación colaboraba con diferentes metodologías lúdicas a realizarlo.

2. Apps de Productividad

A través de la introducción de lo importante que es la rutina para organizarnos y ponernos metas claras pudimos introducirnos a las apps de productividad; Estas diversas apps nos permiten lograr esa organización desde una perspectiva y metodología lúdica. En este capítulo desarrollamos entonces algunas de las más conocidas, hicimos una pequeña división en diferentes segmentos en base a sus utilidades y propósitos e incentivamos a probarlas.

Esto nos daría paso para hablar sobre la motivación que produce la Gamificación, siendo hoy en día una de las metodologías más utilizadas en diferentes rubros como educación o ventas pero nosotros lo enfocamos al área de la organización personal.

3. Motivación

Para finalizar con los episodios nos encontramos con el apartado donde hablamos de la motivación y cómo estas diferentes apps ingeniosas a través de la gamificación son una muy útil herramienta para lograr impulsarnos a realizar tareas del día a día dándonos ese pequeño empuje que a veces nos falta o ayudándonos a organizarnos mejor desde una metodología lúdica. Siempre aclarando que esto no va a hacer que nuestras tareas cotidianas pasen a ser divertidas, sino que logran darnos un pequeño incentivo para realizarlas a través de la ludificación.

Duración de los episodios

Una de las primeras decisiones que tomamos fue la duración media que queríamos que tengan los capítulos del podcast. Buscamos que nuestra

producción sea dinámica y ligera para nuestros oyentes como uno de nuestros objetivos principales. Esto nos llevó a pensar en duraciones cortas (no más de lo que dura un viaje en colectivo del trabajo a la casa) pero sin ser un contenido tan esporádico que se borre fácilmente de la mente de nuestros oyentes, como un reel de instagram o un short de youtube, que actualmente tienen una duración promedio de 45 segundos y una duración máxima de 3 minutos. Más bien buscamos una duración que nos permita asentar mejor un aprendizaje o al menos para incitar a una reflexión. Por lo cual el tiempo medio que nos pareció más óptimo es el de entre 8 a 12 minutos.

Inclusión de Microficciones

Para lograr el producto dinámico y ligero que nos proponíamos, tuvimos en claro desde el principio que queríamos incluir pequeñas cápsulas de ficción en el relato (o “microficciones”, como les llamamos durante todo el proceso de producción), ya que estos darían por un lado, alivio auditivo a los oyentes, y por otro lado, permitiría profundizar en las temáticas mediante la empatía.

Las duraciones y cantidad de veces por episodio de las microficciones también fueron motivo de reflexión para identificar lo más óptimo para el podcast: ¿2 microficciones? ¿Una al principio y otra al final? ¿1 sola, en medio del episodio? ¿Una duración media de minuto y medio?

En medio de todas las dudas y pensando que sería lo mejor para el proyecto, volvimos a los objetivos que teníamos con los episodios y el podcast en general: entretener, generar reflexiones y que sea dinámico. La decisión final que sentimos más acorde con la visión del proyecto fue incluir 3 microficciones por capítulo de una duración media de entre 30 segundos y 1 minuto y medio (la duración promedio de un *reel* de instagram/*short* de YouTube) y que se implementarían intercaladamente al final de cada bloque narrativo. Esto nos ayudaría a conectar con los oyentes dándoles espacios de distensión durante el episodio con microficciones que no solo buscan llamar la atención proponiendo un contraste en la narrativa sonora sino que también refuercen lo que se está contando en el episodio y a su vez genere conexión con el oyente.

Siguiendo con la creación de las microficciones pensamos si queríamos que todas estén conectadas y que en su conjunto cuenten una historia, donde el personaje tuviera un desarrollo con un conflicto y posteriormente una resolución del mismo. La decisión fue la de que las microficciones tenga una coherencia narrativa, donde se puede contemplar a un

personaje principal que se le presenta cierto conflicto y posteriormente lo resuelve vinculado con los temas principales del podcast pero consideramos en que no sea un trama compleja con un conflicto complejo, doloroso y difícil de atravesar sino más bien un personaje común, como cualquier oyente del podcast, que tiene un conflicto con el cual cualquiera puede identificarse y entender el proceder y pensar del personaje. Esto está totalmente diferenciado de una visión de un personaje tipo “superhéroe” al cual se le presenta una gran adversidad que de él depende y su accionar para salvar a la humanidad del caos y la destrucción.

Planificación de voces

Por último se tomó la decisión del personaje que llevaría adelante la microficción. Para contrastar con las dos voces masculinas que llevan el programa adelante (esto también será argumentado más adelante), consideramos que la mejor opción sería un personaje femenino. Esto nos permitiría principalmente un buen contraste con la narrativa del episodio, que se pase de dos voces masculinas con las características propias que tienen (tono más grave y profundo) a una voz femenina (tono más agudo y dulce) sería auditivamente un buen indicativo de que pasamos de la narrativa a la microficción, esto obviamente en conjunto con otras herramientas auditivas que lo refuercen.

Narradores

Otra decisión importante que se debía tomar era la conducción de los episodios y el estilo e impronta que tendrían los narradores de los mismos.

Al haber realizado varios programas de radio y habernos especializado durante la carrera en las comunicaciones orales, nos veíamos capacitados en herramientas propias para la conducción de los episodios. Los cuales requieren de instrumentos propios de la disciplina paralingüística. La misma es definida por Poyatos (1994) como:

Las cualidades no verbales de la voz y sus modificadores, y las emisiones independientes cuasiléxicas, producidas o condicionadas en las zonas comprendidas desde los labios y nariz hasta la faringe, en zona de pulmón y esófago hasta los músculos abdominales, así como los silencios momentáneos, que utilizamos conscientemente o inconscientemente para apoyar o contradecir los signos verbales, kinésicos, proxémicos, químicos, dérmicos y térmicos, simultáneamente o alternando con ellos, tanto en la interacción como en la no interacción” (Poyatos, 1994, p. 28).

La voz posee ciertas cualidades y es una forma de transmisión de la comunicación, con sutiles cambios en la disposición de la voz se pueden cambiar drásticamente el sentido de un mismo mensaje oral. Dichas cualidades que posee la voz son: el timbre, la resonancia, la intensidad o volumen, el tempo, el tono o registro, la duración silábica, el ritmo, los énfasis, las pausas.

Durante nuestro recorrido académico nos fuimos especializando, aprendiendo y practicando sobre cada una de estas cualidades que posee la voz para de esta forma lograr que los mensajes que transmitimos desde la oralidad lleguen al oyente de la forma más óptima.

Para desarrollar este punto nos gustaría acoplarnos a la teoría aristotélica de los “aires del orador” el cual está dentro de su teoría de la retórica antigua y describe los tres pilares de la persuasión que son el Ethos (credibilidad del orador), el Pathos (apelación a las emociones del público) y el Logos (uso de la lógica y la argumentación).

Aristoteles dirá que existen pruebas por persuasión que son ajenas del arte de la retórica mientras otras son propias; las primeras se escapan a la voluntad y cualidades del orador mientras que las segundas “pueden prepararse por método y por nosotros mismos” y es aquí donde nos gustaría detenernos, ya que dentro de las pruebas que son propias se desglosan tres, Livov las desarrolla como:

“unas residen en la construcción discursiva del carácter del que habla (êthos; referente al emisor), otras, en predisponer emocionalmente a los oyentes (páthos, referente al receptor) y, las últimas, en el discurso que demuestra o que, al menos, parece demostrar (lógos; referente al mensaje)” (Livov, 2012, P. 246).

Entonces encontramos al ethos como el carácter del orador, sus rasgos típicos, como se presenta frente a su público y como este lo ve a él; Aristóteles también hizo una distinción de tres aires que el orador puede escoger para desarrollarse frente a su audiencia y Ronald Barthes los describe como:

“1) *Fronesis*: es la cualidad de quién delibera bien, que pesa bien el pro y el contra; es una sabiduría objetiva, un buen sentido expuesto; 2) *areté*: es la exposición de una franqueza que no teme a sus consecuencias y se expresa mediante frases directas, selladas de una lealtad teatral; 3) *eunomia*: se trata de no chocar, de no provocar, de

ser simpático (y quizás hasta simpaticon) de entrar en una complicidad complaciente con el auditorio”. (Barthes, 1982, P. 63).

Aunque en la realidad práctica no suelen presentarse estos aires de forma “pura” sino más bien como una mezcla de ellos, siempre hay uno el cual destaca y/o predomina por sobre los demás. En nuestro caso sería el aire de eunomia y no fue dado al azar, fue una elección consciente con un fin premeditado. ¿por qué? debido a que queríamos realizar un podcast con el objetivo de ayudar a las personas, de generar reflexiones en ellos; entendimos que la forma óptima de llegar a eso no era mediante un orador parco y directo o frío y distante; era mediante un orador cálido, que sea simpático y se gane la complicidad del público mediante un tono de voz juvenil, con expresiones modernas, enunciando casos o ejemplos que se ganen su confianza.

En un principio se pensó la idea de un conductor que esté más apuntado a los aires del fronesis, pensando en un orador más directo y técnico a la hora de construir su carácter y expresarse, pero se descartó rápidamente al no encontrarle una conexión natural con la forma mediante la cual queríamos llegar a nuestra audiencia.

Se eligieron estos roles para los conductores con los propósitos de hacer una dinámica interactiva entretenida entre los conductores que diera al público sensación de espontaneidad, teniendo por un lado un rol que se puede acercar más a su persona, un conductor que no entiende mucho del tema o sabe poco y le gustaría saber más; y por otro lado un conductor carismático que de las respuestas a las preguntas y de la información comunicacional propia de cada episodio.

Realización del proyecto

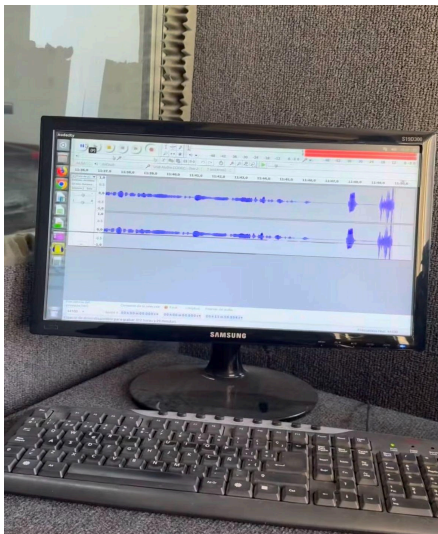
Episodio Piloto

Antes de que *Vida Extra Podcast* fuese nuestra tesina de grado, inició como un TP para la materia Taller de Producción Integral de Podcast de nuestra carrera. Al iniciar la materia, estábamos muy entusiasmados por hacer una producción sonora y sabíamos que nos gustaría hacer una tesina de producción. Sin embargo, nos faltaba una cosa: una idea clara. Fue gracias a la guía de los docentes Martín Parodi y Ariel Giannuzzi que pudimos transformar el remolino de ideas que teníamos en un plan estructurado. Primero íbamos a hacer un podcast orientado a la temática de videojuegos, pero cuanto más lo hablábamos más nos dábamos cuenta de que el tema que nos despertaba la chispa eran los “juegos para hacer cosas”, hablar de gamificación y de productividad. Así surgió la idea de *Vida Extra* y ahora tocaba la realización.

Desde esta instancia teníamos claro que buscábamos un producto mixto, que combine el formato de un podcast leído con una parte ficcional. Tanto en el episodio piloto como en el proyecto final estuvieron presentes estos dos apartados, aunque fueron abordados operativamente por separado.

A lo largo de esta bitácora, se verá que nos referimos a la sección podcast leído como el “apartado narrativo” y a la sección con actrices como el “apartado ficcional” de los episodios.

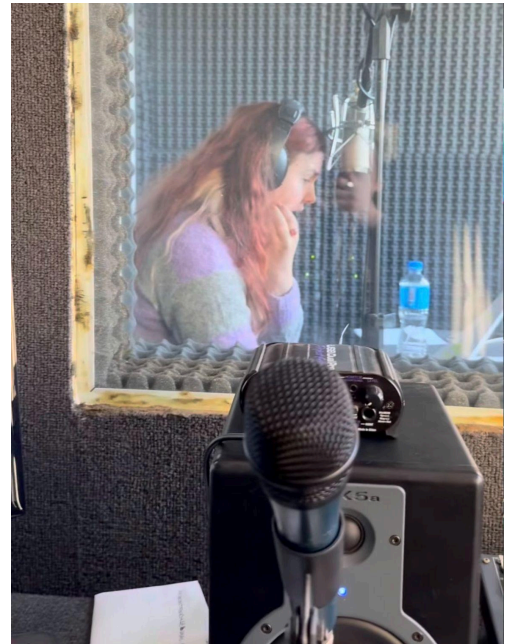
17 de junio - Sesión 0



En esta fecha se dió nuestro primer intento de grabación en el LABSO, para la cual habíamos planeado un formato conversacional espontáneo, cercano a las experiencias radiofónicas que ambos conocíamos. A lo largo de la sesión, nos dimos cuenta de que no era así cómo queríamos que fuese nuestro producto. Había mucho que decir y una hoja de ruta, pero la espontaneidad del diálogo hacía que los tiempos se disparen y las ideas se dispersen. Allí mismo decidimos volcar nuestras ideas e investigaciones sobre el tema en un guión escrito, para conseguir la mayor claridad y síntesis posible.

24 de junio - Sesión con la actriz de voz Julieta Gómez

Ese día realizamos la grabación de las *microficciones* con nuestra actriz protagonista, también en el LABSO. La parte ficcional de nuestro proyecto sí contaba con un guión técnico concreto. Por lo que la sesión se desarrolló “de acuerdo al plan”, logrando grabar las 6 escenas correspondientes a los primeros 2 episodios que planeábamos en ese momento. Asimismo, la buena predisposición, flexibilidad y compromiso de la actriz resultaron fundamentales para que el proceso se desarrollara de manera fluida y satisfactoria, permitiendo concretar los objetivos propuestos.



30 de junio - Primer episodio, toma 2

Volvimos a encontrarnos en el LABSO para grabar la narrativa del primer episodio, esta vez con un guión escrito. Este se asemejaba a la idea de lo conversacional, pues daba al episodio la estructura de un diálogo entre 2 personajes: Ignacio asumiendo un rol asociado a la figura del sabelotodo que desplegaba un saber experto; mientras Federico adoptaba un rol inquisitivo, haciendo las preguntas clave para desarrollar los tópicos y orientar la conversación.

Esta sesión no fue ajena a los aprendizajes. Habíamos adoptado una modalidad de grabación en la que el registro se realizó con numerosos cortes, corrigiendo los errores y grabando los fragmentos repetidamente. Esta metodología afectó negativamente la fluidez del relato que queríamos lograr y complejizó el posterior trabajo de edición.

A partir de esta experiencia, comenzamos a emplear una estrategia distinta para el registro de voces. La cual terminaríamos usando en la realización del proyecto final. Esta alternativa consistía en realizar 2 tomas de los episodios. En la primera y buscando una apariencia más natural, se grababa el episodio de principio a fin en una tirada, sin corregir errores ni repetir fragmentos (a menos que el narrador se trabe). Y luego, para la segunda toma, se aplicaban las correcciones en búsqueda de la mayor precisión posible. Esto permitía que luego, en la instancia de montaje, se seleccionara una de las tomas como base (generalmente la primera) y se

recurra a la otra para reemplazar los fragmentos de menor fluidez o que tengan errores. Con esta metodología logramos un proceso de grabación más dinámico, una narración más natural y un trabajo de montaje más simple.

Este día logramos una sesión de grabación muy exitosa, gracias a todos los ajustes y revisiones de contenido que mencionamos antes. De esta sesión surgen las 2 tomas que fueron utilizadas en el episodio piloto.

A partir de aquí, definimos roles diferenciados dentro del equipo de producción. Por un lado, Federico asumió el rol de creativo, encargado del diseño de los guiones y del montaje de los episodios. Por el otro, Ignacio se abocó a liderar la conducción de los episodios y la elaboración de la presente bitácora, así como colaborar en las distintas etapas de creación y postproducción del podcast. Esta división de roles resultó fundamental para una óptima organización en este proceso.

11 de Agosto - postproducción

Esta fue la fecha de finalización del episodio piloto. La semana y media transcurrida desde la última sesión de grabación fue dedicada a la búsqueda de material sonoro y al montaje del episodio. El resultado fue muy satisfactorio y fue presentado como nuestro trabajo final para la materia electiva de Producción Integral de Podcast

Cierre del episodio piloto

Aunque este episodio piloto no forma parte del proyecto final, significó una instancia fundamental para cristalizar las ideas que teníamos y adquirir las experiencias necesarias para planificar exitosamente la producción de nuestro proyecto final.

Proyecto final

Redacción de guiones

El diseño de los guiones fue realizado en paralelo a los procesos de grabación y montaje. Cuando finalizamos la escritura de un episodio, realizamos la sesión de grabación correspondiente y luego su montaje, antes de redactar el siguiente.

Cabe mencionar que, en nuestro proyecto final, hicimos grandes cambios respecto de lo realizado en el episodio piloto.

Por un lado, repensamos el formato de los apartados narrativos que trabajamos durante la instancia piloto, modificando el estilo discursivo y la estética sonora. Se discontinuó la estructura de diálogo entre dos personajes y se optó por un formato tipo monólogo, con el personaje sabelotodo interpretado por Ignacio. Además, en general, buscamos la mayor simplificación y dinamismo posible en el discurso.

Por el otro, se modificó completamente el arco narrativo del apartado ficcional, para lograr una conexión más fluida con lo desarrollado en el apartado narrativo y se incorporaron nuevos personajes.

Desde un principio ya teníamos planeado el arco narrativo que queríamos abordar en las microficciones, por lo que este proceso fue realizado en paralelo a la redacción del apartado narrativo de los episodios. Sin embargo, realizamos una única sesión de grabación final para todas las escenas, para mejor operatividad con las actrices.

Respecto a los guiones ficcionales, **primero armamos un guión técnico** de cada escena, con un formato práctico que nos permitía visualizar mejor los elementos sonoros que iban a ubicarse en las diferentes pistas de audio. Luego, para la instancia de grabación, **adaptamos estos guiones a un formato de comedia musical**, el formato con el que las actrices estaban familiarizadas.

28 de octubre - Narración del primer y segundo episodio

Volvimos a encontrarnos en el LABSO ya no para la grabación de un TP sino para la realización de nuestro proyecto final.

La dinámica de trabajo consolidada durante el episodio piloto rindió sus frutos en esta oportunidad. En la cual logramos grabar 2 tomas de los apartados narrativos tanto del primer episodio como del segundo, en una

única sesión de una hora y media. Evidenciando una optimización de los tiempos y el pulido de nuestra metodología de grabación.

Sin embargo, un aspecto que no tuvimos en cuenta fue el desgaste de la voz tras una sesión larga de grabación. Al hacer todo el primer episodio antes de iniciar el segundo, este último quedó con un registro de voz con marcas de cansancio. Esto nos llevó a la regrabación de este episodio más adelante. Algo que fue aprovechado más adelante para plantear cambios en el guión en búsqueda de lograr un episodio con una narrativa sumamente dinámica.

16 de diciembre - Grabación tercer episodio

En este encuentro, de casi una hora, realizamos las 2 tiradas del apartado narrativo del tercer episodio. Sabíamos que la próxima grabación con las actrices sería la más desafiante, por lo que aprovechamos el *break* de las fiestas para pulir bien los guiones, buscar un estudio alternativo y diseñar un plan de grabación que nos permita realizar todas las tomas necesarias en una única sesión de 2 horas.

23 de enero - grabación con actores



Esta sesión fue notoriamente distinta a todas las demás. Fue realizada en un estudio distinto al que veníamos trabajando, se sumaba la tarea de la dirección y coordinación de actrices, además de contar con el rodaje más largo de todos.

En esta oportunidad, debíamos aprovechar al máximo el tiempo en el estudio para grabar: La introducción y cierre, o créditos, de todos los episodios, las 9 escenas de ficción guionadas con múltiples tomas de cada una, más la regrabación del apartado narrativo del segundo episodio. Por todo ello, surgió la necesidad de elaborar un plan de rodaje que nos ayude a estructurar los tiempos y dejar de lado toda improvisación que pudiese costarnos tiempo.

Así fue que nos encontramos en esa fecha ante los micrófonos de DZ Estudios, dónde contamos con la proficiencia sonora de Daniel Zelicovich cómo técnico de grabación.

El reparto se hizo de la siguiente manera: Julieta Gómez repitió su papel protagónico como Alfon, Ximena Vera estuvo en el papel de Cintia y Lautaro Gonzales en el de Facu. También aparecen 2 personajes más en las ficciones, el jefe de Alfon y su profesor, los cuales hicimos nosotros mismos Ignacio y Federico, respectivamente. Debido a que estos contaban con escasas líneas de diálogo, lo que no justificaba la convocatoria de más actores.



El encuentro fue a las **17:00 hs.** La preparación del estudio y la llegada de las actrices fue a las **17:15 hs.** Empezamos inmediatamente después de eso con un ejercicio de actuación, una entrada en calor, común en el ámbito teatral. Esta consigna consistía en improvisar una escena breve dónde sus 3

personajes se encuentren en una parada de colectivo esperando un transporte que nunca llega. El objetivo era lograr un primer acercamiento al papel a interpretar y a sus compañeros de actuación, ya que no se conocían.

17:20 hs. iniciamos la grabación de las escenas, las cuales fueron registradas en el mismo orden con el cual figuran en el guión. Se realizaron 3 tomas de cada escena, salvo por la escena 5 y 8 que consistían en diálogos extensos, y en las cuales fueron necesarias 4 tomas de cada una, para lograr la emocionalidad dramática buscada.



Las direcciones que les dimos fueron principalmente respecto a las emociones y motivaciones que encaraban los personajes. Dentro de las 29 tomas mencionadas se incluyen algunas realizadas necesariamente debido a filtraciones de sonido de otras salas de grabación.

18:40 hs. realizamos la grabación de la introducción y créditos de todos los episodios con la voz de Ignacio y luego la regrabación del apartado

narrativo del segundo episodio en una única toma. Terminando la sesión a las **18:55 hs.** Habiendo durado en total 1 hora y 40 minutos.

Proceso de montaje y edición

En este apartado queremos dejar en claro que nos adherimos a la concepción de Valeria Miyar la cual pone en evidencia las similitudes y diferencias entre el montaje y la edición; dándole la entidad más técnica al apartado de edición y una entidad más creativa al concepto de montaje:

Podemos pensar en el proceso de Edición como complementario del de Montaje: el proceso físico de copy-paste ya no es necesario, pero sí el proceso creativo que lo precedía. Entonces podemos dejarle al Montaje ese lugar creativo: la serie de decisiones estéticas que intentan responder a la pregunta “¿cuál es la mejor forma de contar esta historia?”, y a la Edición, la responsabilidad de la ejecución técnica de esas decisiones. (Miyar, n.d.).

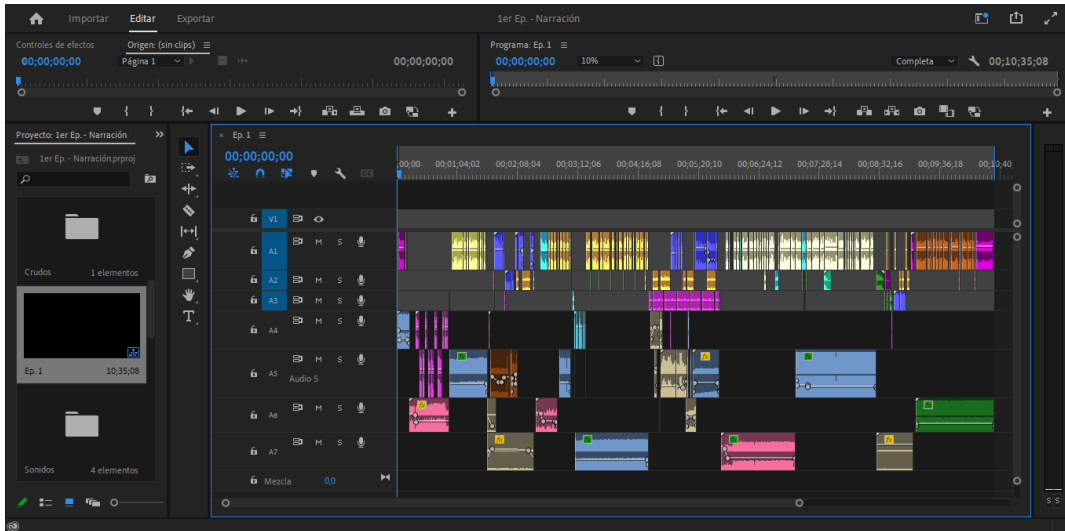
La edición de los episodios se realizó con el programa Adobe Premiere Pro, versión 2022. Este proceso fue realizado metódicamente en 4 etapas:

1. Escucha de las grabaciones y eliminación de fragmentos sobrantes.
2. Selección de tomas, partiendo de la primera toma como base.
3. Ajuste de las tomas: eliminación de pausas y errores.
4. Aplicación de efectos y elementos sonoros.

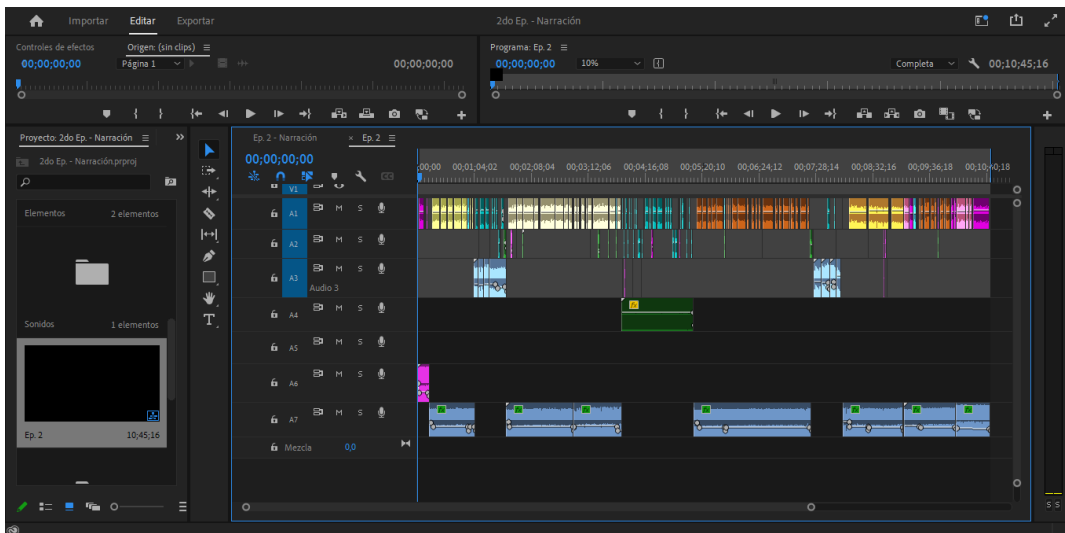
Este procedimiento se hizo primero con narración y luego con la ficción por separado. Después se combinaron los bloques.

A lo largo de los episodios, aplicamos a nuestras voces varios efectos provenientes del paquete básico de Premiere (ecualización, reverberación, masterización, cambio de tono, etc.). Por otro lado, aplicamos diversos efectos de sonido, como el “*sonido de hacer café*”, que obtuvimos principalmente de YouTube. De ese mismo lugar, tomamos música *sin copyright*, para la base musical del apartado narrativo.

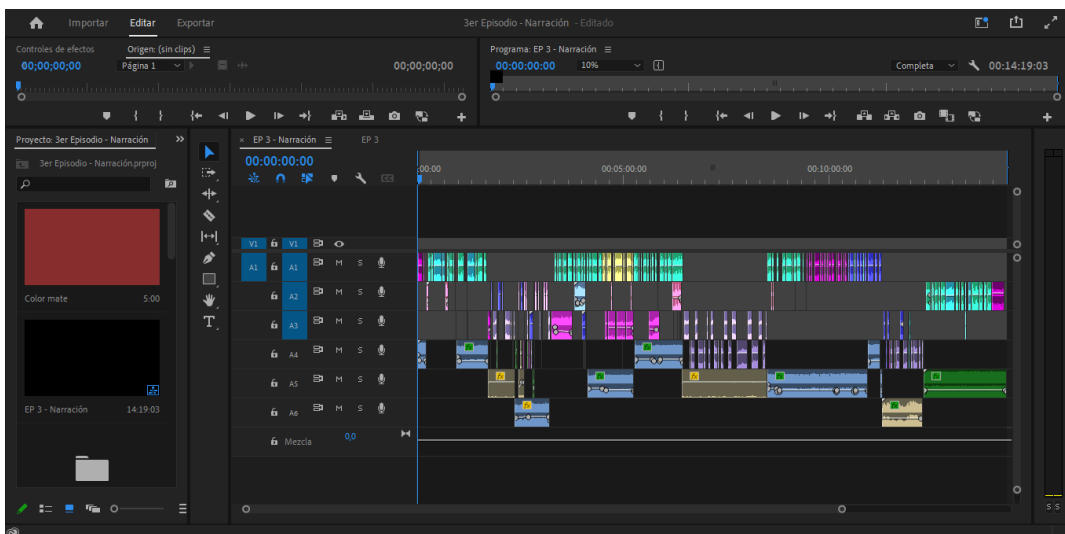
En los episodios 1 y 3 también se puede escuchar una voz femenina artificial (la Voz AI de los guiones), la cual fue producida con la IA generativa de Elevenlabs.



(Pista de montaje del Episodio 1 - Nuevos Hábitos)



(Pista de montaje del Episodio 2 - Apps Productivas)



(Pista de montaje del Episodio 3 - Motivación)

Identidad visual del proyecto

Desde el comienzo, planeamos subir el podcast completo a Spotify. Para ello diseñamos imágenes a modo de *miniatura* para acompañar la publicación de los episodios y el podcast. Las imágenes fueron vectorizadas con Adobe Illustrator V. 2022. A continuación la descripción del podcast y sus episodios junto a la miniatura con la que se publicarán en la plataforma.



Vida Extra

¿Cansado de abandonar rutinas sacadas de internet o de esperar a que la motivación llegue a salvar el día? En este podcast desentrañamos los secretos del “Alto Rendimiento” y hablamos sobre cómo subir tu organización al siguiente nivel.

<https://open.spotify.com/show/5Jt3RCW9rCohKitbgS3EnN?si=6fb4b8cd5e014432>



Nuevos Hábitos

Exploramos las teorías de la productividad en búsqueda del secreto del éxito de los gurúes de TikTok.

https://open.spotify.com/episode/7jBXSAR8IV3eCWFyNb4WDY?si=nA_sK91ZTryN0jsFOHW18A



Apps Productivas

En la Playstore vamos a encontrar cientos de aplicaciones que prometen organizar nuestro día. Si sirven para hacernos gastar dinero ¿Sirven también para hacernos más productivos?

<https://open.spotify.com/episode/7xQI35PSShsaxQ5lfdAjlw?si=ghlqBxd7Sc6bcac2-RF5GQ>



Motivación

¿Qué es la motivación? ¿Cómo se consigue? La bioquímica cerebral y las teorías de la gamificación nos proponen una respuesta.

<https://open.spotify.com/episode/4oOlubwiUpjB8xz2mmttIR?si=0oYBzF07Qy6Q98fz9VbnYw>

Bibliografía:

- Arias, A. (2024). *El podcast como herramienta de divulgación científica*. Universidad Nacional del Sur.
https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/8031?utm_source
- Barthes, R. (1982). *Investigaciones Retoricas 1. La Antigua Retorica*.
- Cervera, V., Hernández, B., & Adsuar, D. (2005). *El Ensayo Como Genero Literario*. Universidad de Murcia.
- Delménico, M., Parlato, B., Beneitez, M., Clavellino, M., Di Marzio, M., & Gratti, A. L. (2020). *El Podcast y el Desafío de Pensar lo Radiofonico*.
Question.
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6335>
- García Pañella, O. (2023, noviembre). *Gamification: qué es la Gamificación y cómo funciona*. Gamification: qué es la Gamificación y cómo funciona. <https://www.iebschool.com/hub/gamification-innovacion/>
- González, D. (2008, julio). El boom de los podcasts, la radio hecha por los usuarios en la web. *La Tercera*.
- Gutiérrez Pozo, A. (2019). Aproximación a la definición del ensayo como género filosófico: reflexión crítico-literaria sobre el mundo vital mediadora entre arte y ciencia y con voluntad de verdad. (Filosofía Unisinos).
- Livov, G. (2012). *La palabra y la ciudad*.

- miyar, v. (n.d.). *El Montaje Sonoro como proceso creativo*.
<https://laboratoriosonoro.unr.edu.ar/textos/45/el-montaje-sonoro-como-proceso-creativo>
- OSA. (2025, julio). *Informe de Podcast*.
chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://agenciasdemedios.com.ar/wp-content/uploads/OSA_Informe-sobre-Podcast_2025.pdf
- Paz Calbacho, V. (2022). *Gamificación como metodología de la enseñanza y el aprendizaje para el fomento de la Motivación, la Satisfacción y el Mejoramiento del Rendimiento Académico*. Universidad Católica de Córdoba.
- Pedrero Esteban, L. M, Espada, A., Pérez Escoda, A., & Martín Nieto, R. (2025, 3 8). Hacia el afianzamiento de la industria cultural del podcast en español. Análisis de la producción en España y Argentina. *Revista de Comunicación*.
- Poyatos, F. (n.d.). *La comunicación no verbal II. Paralenguaje, kinésica e interacción*. Ediciones Itsmo.
- Real Academia Española. (2001). Ensayo. *Diccionario de la Lengua Española*. <https://dle.rae.es/ensayo>
- Spotify. (2025, noviembre 4). *Spotify anuncia sus ganancias del tercer trimestre de 2025*. [newsroom.spotify.com](https://newsroom.spotify.com/2025-11-04/spotify-q3-2025-earnings/#:~:text=Spotify%20anuncia%20sus%20ganancias%20del%20tercer%20trimestre%20de%202025&text=Hoy%20anunciamos%20nuestros%20).
<https://newsroom.spotify.com/2025-11-04/spotify-q3-2025-earnings/#:~:text=Spotify%20anuncia%20sus%20ganancias%20del%20tercer%20trimestre%20de%202025&text=Hoy%20anunciamos%20nuestros%20>

resultados%20del,Operativo%20alcanz%C3%B3%20los%20582M%E2%
82%AC.

-Tenorio, I. (2009). *Podcast: Manual del Podcaster* (Marcombo ed.).

ANEXOS

Guión: Narración del 1er Episodio, “Nuevos Hábitos”

***Fragmentos de videos de youtube sobre “rutinas productivas”, con superposición entre ellas (solo unas palabras de cada uno).**

(KUNI - Narrador)

¿Querés conocer el secreto del progreso personal y profesional? Fácil. Buscalo en Internet.

Los gurús del éxito de las plataformas digitales predicán en sus videos de Tik Tok el camino del progreso y la productividad: Mucho esfuerzo y 2 sesiones de gimnasio al día. Y si, sus seguidores se cuentan por millones.

(Otro tono) No estoy tan seguro que la cantidad de seguidores en Instagram sean una métrica confiable de la experiencia de una persona. Pero ¡ey! No le saquemos el crédito a estos “gym bros” modernos. Porque en algo están en lo cierto. Para que se den los cambios, hay que arrancarlos en algún momento.

(Tono de invitación) ¿Por qué no charlamos un poquito del tema?

Microficción - 1ra Escena.

***Música japonesa instrumental.**

(FEDE - “Voz de Filósofo”)

“Pequeños cambios en nuestras tareas diarias, repetidos en el tiempo, son la clave para cumplir los objetivos a largo plazo”.

(KUNI - Narrador)

Así lo dice la filosofía **Kaizen**, que llevó a Toyota y a todo Japón al éxito internacional. Pero saquemos al “Método Kaizen” de la administración de empresas oriental y traduzcámoslo al español centennial:

“Si logramos incorporar pequeños hábitos en nuestro día a día, podremos lograr los objetivos que nos proponemos”.

Fácil decirlo, difícil hacerlo ¿No? (*cambio de tono*) ¿Cómo hacemos para construir nuevos hábitos?

***Sonido de teclado.**
(IA - Voz femenina)

“¡Excelente pregunta! Incorporar nuevos hábitos en tu vida es una gran decisión. Aquí te dejo una guía práctica de 5 pasos para construir nuevos hábitos. ¿Quieres que te ayude diseñar un plan para un hábito específico?”.

(KUNI - Narrador)

Carraspeo Chat GPT lo resume muy bien en 5 pasos: *

1. Empezar de a poco, con algo a lo que no puedas decir que no. No arranques meditando 20 minutos, empezá quedandote 1 minuto con los ojos cerrados.
2. Definir bien cuándo y dónde lo vas a hacer. No dejes este punto tan ambiguo “hoy medito un minuto”. Concretalo “Hoy medito un minuto en el sillón, después del desayuno”.
3. Conectar los hábitos nuevos con otros que ya tengas. Vinculado a lo anterior. Es más fácil acordarte de meditar si lo conectas con algo que ya estás haciendo seguido, como por ejemplo, el desayuno.
4. Recompensate a vos mismo. *Hackea* tu cerebro, llevá la cuenta de las veces que lo pudiste hacer, asignate premios para darte una vez que alcances cierta cantidad de veces y decilo en voz alta “Empecé a meditar una vez al día”.
5. Sé paciente. Estas cosas toman tiempo, al menos un mes, y tampoco te sobreexijas. Si fallas una vez, no pasa nada. Lo importante es no fallar dos veces seguidas, porque ahí empieza el abandono.

***(FEDE - Voz Susurrante):** Dice los números 1, 2, 3, 4 y 5.

Microficción - 2da Escena.

***Música francesa instrumental**

(KUNI - Narrador)

De la lengua francesa surge un concepto de gran utilidad: **“la routine”**. Su palabra madre es **“route”**, o ruta, que refiere a un camino transitado con frecuencia.

Con el tiempo, este concepto se fue vinculando al de **“habitude”**, o hábito, que refiere a actos y costumbres sostenidas con frecuencia y repetición, casi automáticamente.

Hoy en día, pensamos a la rutina como una serie de tareas que hacemos de manera cotidiana. También solemos pensar que hay que organizarla, planificarla, para hacer rendir mejor nuestro tiempo. Y en ese caso, tenemos razón.

¿Alguna vez pensaste cómo armar una rutina sin fracasar en el intento?

Primero que nada, y continuando la analogía, te diría que “para tener un camino hace falta un a dónde”. No confundamos el fin con el recorrido.

“Ne confondez pas la route avec la destination”. O eso dirían.

“Hacer ejercicio”, “estudiar más”, “ser productivo” no son metas. Son medios. El objetivo no es “estudiar más”, es subir tus notas o rendir bien un exámen. La meta no es “hacer ejercicio”, es tener estado físico o bajar de peso.

Respecto a este tema, la administración de empresas estadounidense también tiene su propia filosofía.

“There’s a SMART way to write management’s goals and objectives”.

Así decía un artículo de los 80’ dirigido a las altas gerencias de Silicon Valley.

***(FEDE - Voz Susurrante - Casi en simultáneo y tirado al fondo)**

“Specific. Measurable. Achievable. Relevant. Time-Bound”.

Los Objetivos **SMART** son una metodología para definir metas de tal manera que sea fácil evaluar los resultados y ajustar las estrategias de realización. Si tomáramos los ejemplos de antes y los “volviéramos SMART” quedarían algo así:

***Sonido de varita mágica de Disney.**

(FEDE - voz distinta)

Mi objetivo no es “estudiar más”. Mi objetivo general es aumentar el

estudio para aprobar el examen. Y mis objetivos específicos son leer 5 autores en 3 meses, ir a 3 consultas con el profesor y sacar al menos un 6 en el examen.

(KUNI - Narrador)

Si te planteas tus objetivos de esta manera, vas a poder revisar sencillamente tus resultados haciéndote 3 preguntas: ¿Alcanzaste a leer los 5 autores? ¿A cuántas consultas fuiste? ¿Cuál fue tu nota en el examen?

A esta revisión le siguen entonces las preguntas: ¿Qué no se cumplió? ¿Qué salió mejor de lo esperado? ¿Qué habría que ajustar para la próxima? ¿La cantidad de textos, la de consultas o de tiempo?.

Autoevaluarse de esta forma en los proyectos importantes es clave para identificar tus puntos débiles y fuertes y trazar las estrategias en base a ellos.

“Una buena estrategia gasta menos recursos y trae mejores resultados”.

Microficción - 3ra Escena.

(KUNI - Narrador)

Recapitulemos, ¿Quieres mejorar tu desempeño académico, encaminar un emprendimiento o bajar de peso y estar en forma? Ponetelo como objetivo ¡pero hazlo SMART, eh!, fijate bien que actividades tendrías que arrancar para ir cumpliendo esos objetivos y andá incorporándolas de a poco, con los consejitos de Chat GPT que vimos antes. Establece las recompensas que vas a ir recibiendo en el camino y, un consejo adicional, incluí también actividades de descanso. Uno se suele exigir ser productivo, pero después se olvida de exigirse descansar y relajar.

Alguna vez escuchaste la frase de que:

“Ponerle fecha a un sueño, lo convierte en una meta. Una meta dividida en pasos se convierte en un plan. Y un plan apoyado en acciones se vuelve realidad”.

Bueno, va por ahí. No necesitás ser un “superhumano” de Tik Tok ni un ícono de la productividad posmoderna, para cumplir tus metas. Sólo

arrancá con pasos chiquitos, objetivos claros y dale tiempo. Las rutinas no son obligaciones, son un proyecto.

Guión: Narración del 2do Episodio, “Apps Productivas”

(KUNI - Narrador)

Muchos jóvenes del siglo XXI padecen de una terrible enfermedad: la procrastinación, o también conocida por su nombre en criollo: “La manía de dejar todo para último momento”.

Si buscamos en internet, vamos a encontrar cientos de aplicaciones que apuntan a este tipo de pacientes. Su negocio es simple. Prometen organización y resultados a cambio de una sola cosa: constancia.

Responsabilidad hacia tu mascota virtual, sentimiento de equipo, presión social, un futuro ecológico... Esas son algunas de las tantas estrategias que usan para motivar a sus usuarios a hacer cosas.

(Tono de invitación) ¿Por qué no charlamos un poquito del tema?

Microficción - 4ta Escena.

(KUNI - Narrador)

Imaginá por un momento que tenés que ponerte a escribir un proyecto, un libro o un artículo. Despejas un momento en la agenda. Preparás el mate o el café. Pones la música apropiada. Pero, pero, pero... al momento de la verdad, terminás scroleando las novedades de Tik Tok.

Sonido de tecleo breve (“Enter” marcado)

En el mercado existen unas llamadas “cajas de bloqueo con temporizador”, un nombre sutil, y su función, si es que no es evidente, es mantener tu celular lejos de tu alcance para evitar que te distraigas.

Pero hay otras soluciones fuera de la tienda de *Amazon* y en un lugar mucho más accesible: *Google Play Store* o *App Store*.

Sonido de tecleo breve + clicks

“*Focus Quest*” por ejemplo es una alternativa digital a esta caja que mencionábamos. Una app dónde encarnas a un héroe en una misión importante, pero para poder avanzar en la trama y salvar al mundo

necesitas usar tu “tiempo de concentración”. El cual obtenés cuando dejás correr el temporizador de la app, sin usar el celular.

Sonido de tecleo breve

Otra opción más zen que se puede encontrar es *Forest*. Una app en la que, para motivarte a no usar el celular mientras estudias, te ofrece un jardín virtual que crece con tus horas de estudio y transforma tu concentración en un aporte a la reforestación para un futuro más verde, ya que la empresa se articula con varias ONGs vinculadas a la temática.

Sonido de tecleo breve

O, si te interesa explorar otras oportunidades más extrañas, te vas a encontrar con *Beeminder*. Una app en la que te registras con tu mail y tu tarjeta de crédito, así como suena. Y la empresa servidora de la app con mucho gusto te va a ayudar a recordar tus tareas y a no colgarte, cobrándote 2 dólares cada vez que no las cumplas.

Algún sonido característico de Pokemon

Y si seguís hurgando en la temática de temporizadores para hacer cosas, hasta te podés encontrar con *Pokemon Sleep*. Una apuesta de Nintendo para ayudarte a regular tus hábitos de sueño. Esta app te da puntos por dormir tus 8 horas diarias, y te recompensa con nuevos pokemones para sumar a tu “Dormi Dex”.

Da un poco de escalofrío pensar en un futuro dónde necesitemos de nuestros celulares para dormir la cantidad de horas que deberíamos dormir ¿No? Pues te tengo una mala noticia. Este futuro *cyberpunk* distópico ya arrancó hace más de 10 años.

Microficción - 5ta Escena.

(KUNI - Narrador)

Las apps de productividad no se limitan solo a poner temporizadores en tu celular para ayudarte a hacer cosas.

Hay desde aplicaciones que buscan ayudarte a reducir tus consumos eléctricos para ahorrar mejor, apps exclusivamente diseñadas para llevar hábitos deportivos e incluso algunas destinadas especialmente al sector salud para ayudarte a seguir tratamientos sin olvidar tomar la medicación.

Si exploramos el mercado, posiblemente encontremos una app para cada necesidad específica. Lo importante si querés iniciarte en este mundillo es reconocer cuáles son tus necesidades: evitar distracciones, administrar mejor el tiempo o llevar un buen sistema de recordatorios, por ejemplo.

Tal vez necesites algo de compañía o presión social para hacer tareas que deberías hacer más seguido. Allí aparece **Habitica** con su sistema de gremios, que te invita a luchar junto a otros usuarios contra monstruos de la pereza, los cuales son derrotados cuando todos hacen sus deberes.

(FEDE - Voz inquisitiva): *“Fran, vi que todavía no cumpliste las tareas de usar hilo dental y bañarte. Ya pasó una semanita, metele así nos llevamos la recompensa”.*

(KUNI - Narrador)

O tal vez cumplís con tus tareas porque te exigis demasiado y necesitas llevar un buen sistema de recompensas por tus esfuerzos. **Todoist** sería un buen lugar donde empezar a asignarte recompensas por las tareas que vayas haciendo.

(FEDE - Voz enérgica): *“Voy a pedirme una hamburguesa cada vez que cumpla una semana de gimnasio sin faltar”.*

(KUNI - Narrador)

O tal vez te sientas nostálgico y quieras tener un tamagotchi virtual, el cual alimentos cada vez que lees un par de páginas de tu libro pendiente. **Urso, Catsy o Focus Friend** son la app para vos.

Todas estas aplicaciones emplean estrategias muy distintas y originales para motivarte y mejorar tu hábitos y productividad. Pero ¿Acaso funcionan estas aplicaciones?

Microficción - 6ta Escena.

(KUNI - Narrador)

Aerolíneas que contabilizan tus millas de viaje para darte premios. Perfumerías con tarjeta de puntos para ahorrar más cuanto más gastes en sus productos. En los años 80' se puso de moda entre las empresas adoptar este tipo de tácticas para fidelizar sus clientes y aumentar sus ventas. En 2002, se le puso nombre a estas estrategias: *“Gamificación”*. Y en

2010, dicho concepto ganaría mucha popularidad en el sector educativo y empresarial.

Si funcionan para hacernos gastar dinero ¿Funcionarán también para hacernos producir más?

La gamificación se refiere al proceso de incorporar elementos propios de los juegos en otros contextos no lúdicos: Puntuación, niveles, competencia, decisiones, premios, etc. De ahí proviene el nombre del concepto. *Game*, de “juego” en inglés. Esto puede ir desde aplicar juegos de trivias de matemáticas en las escuelas y dar premios al que mejor se estudie las fórmulas del binomio cuadrado perfecto, a aplicar complejos sistemas estatales de comparación de puntos entre vecinos para reducir el consumo de energía eléctrica.

Estos procesos cada día toman más terreno en la vida humana y desde hace rato llegaron a nuestra gestión del tiempo y productividad. Pero antes de profundizar, hagamos una aclaración. Gamificar **no** significa hacer más entretenidas las actividades densas como estudiar o trabajar, porque el producto no necesariamente termina siendo algo entretenido. (*otro tono*) A menos que te diviertas con ver un cronómetro contar hacia abajo. Para gustos, colores.

Pero, te preguntarás, ***otro tono*** ¿No se trataba de incorporar elementos de los juegos? ¿Para qué harías eso si no es para hacer que algo sea divertido?

Bueno ¿Alguna vez te pusiste a pensar qué tienen los juegos que nos hace dar ganas de jugar más? ¿Por qué nos enganchan? Los especialistas del tema identificaron en los juegos un potencial único: la capacidad de motivarnos a hacer cosas. Pero no solamente con promesas del entretenimiento y pantallas coloridas. La instauración de competencia, premios, estatus o a veces solo con una buena narrativa heroica, son elementos poderosos que despiertan deseos profundos en la mente humana. La gamificación es entonces aprovechar estos deseos, despertarlos y orientarlos hacia algo productivo. Son una herramienta que podés emplear para “hackear” tu cerebro y hacerlo más productivo.

Porque, seamos honestos, a veces no es suficiente con que sea algo bueno y sano para querer hacerlo. Sino, todos tendríamos rutinas de 30 minutos de ejercicio físico al día. Entonces, una última pregunta ¿Qué hace falta para pasar del querer al hacer? Para resolver eso... quedate hasta el próximo episodio.

Guión: Narración del 3er Episodio, “Motivación”

(Sonido de aviso + Voz IA con tono de notificación)

A continuación daremos lectura a una cita célebre de la obra *best seller* de esta década “Mil excusas para no empezar”.

(Voz desganada)

“Tengo que encontrar el momento ideal. Es que estoy pensando la mejor manera de arrancar, porque si lo hago lo tengo que hacer bien. Ya lo voy a empezar cuando organice mejor las ideas, es que tengo tantas cosas que no sé por dónde ir primero. Necesito estar inspirada. Ahora estoy quemada”.

(Sonido de aplausos + bullicio)

Voz IA con tono de notificación)

¡Gracias! Con ese fragmento damos fin a la lectura. También recomendamos leer otras obras cumbres como “Guía de la procrastinación sin culpas” o “Si estás avanzando, solo que a un ritmo diferente”.

(Sonido de lanzar caña de pescar)

(KUNI - Narrador)

La motivación parece ser un pez difícil de atrapar. Cuando está, te comés el mundo. Pero cuando falta, es como que no sale nada. No hay magia.

Pero ¿Qué es la motivación? ¿Cómo se “pesca”?

(Sonido de apertura de libro y hojeada)

(FEDE - Voz en español de España)

“*Ejem* El diccionario de la Real Academia Española define a la motivación como la acción y efecto de motivar. Motivación significa dar causa o motivo para algo ¿Te ha servido la explicación?”.

(KUNI - Narrador)

Si, esas definiciones son reales. Y si no te sirvieron, no te preocupes. La RAE no es la única a la que se le complica dar una respuesta clara a esta pregunta, para la cual hace falta explorar algunos otros conceptos.

(Tono de invitación) ¿Charlamos un ratito del tema?

Microficción - 7ma Escena:

(Sonidos superpuestos de videojuegos arcade)

(KUNI - Narrador)

¿Por qué podemos pasar horas enteras jugando un videojuego, mientras nos cuesta sentarnos media hora a estudiar?

Uno podría decir que porque una cosa es entretenida y la otra no. Pero ahí entraríamos en una pregunta difícil ¿Por qué podemos hacer cosas entretenidas por muchas horas y nos cuesta hacer cosas aburridas por poco tiempo?

Seguro hay varias respuestas. Pero la que nos interesa en esta oportunidad tiene que ver con un mecanismo bioquímico de nuestro cerebro.

(Acompañamiento con Sonido de cinta de montaje + “Beep”)

Imaginemos por un momento que nuestro cerebro es una computadora, **(tono susurrado)** *sí una analogía muy original.* Y que esta computadora se encarga de incentivar buenas conductas para nuestra supervivencia..

¿Hacer ejercicio? Bien, ¿Aprender a tejer? Meh, no tanto. ¿Comer? Definitivamente sí.

Entonces se libera un químico mágico, la dopamina, un neurotransmisor que produce placer y satisfacción. Ese placer químico es el incentivo que nos da el cerebro para que queramos cumplir esas actividades ahora y repetirlas después.

Este mecanismo se llama “el sistema de recompensa” y aunque nos ha ayudado mucho a sobrevivir como especie, tiene una gran debilidad: Le gusta mucho, demasiado, incentivar conductas con recompensas a corto plazo.

Ilustremos esto con la siguiente situación. Hoy vas a recibir un paquete por correo. El envío está en camino, según el cronograma va a llegar en cualquier momento y sabés que te van a avisar cuando esté en la puerta.

(Sonido de notificación) Llega un mensaje a tu celular ¿Será el correo? ... Nah, es una notificación de una historia en instagram.

Bueno, como te decía. Vos estás en el sillón de tu casa, viendo la tele pero atento a recibir este paquete que compraste con tu esfuerzo y dedicación para poder usarlo y después ...

(Sonido de notificación) Otra notificación ¿Será el correo esta vez? ... Tch es el grupo de Whatsapp del trabajo, no importa ahora.

Lo importante es que estuviste esperando este paquete como por 2 días y ya preparaste todo para conectarlo cuando llegue. Así por fin vas a poder ...

(Sonido de notificación) No. Siguen hablando en el grupo de Whatsapp.

Vos sabes que cuando el paquete llegue vas a escuchar el camión, van a tocar el timbre o te van a llamar. Pero aún así seguís revisando el celular como si el siguiente mensaje fuera a ser el del correo.

¿Por qué esa ansiedad? Bueno. Este ejemplo muestra la extraña manera en que funciona el sistema de recompensa de nuestro cerebro. Y cómo inyecta dopamina cada vez que recibimos ciertos estímulos, como el de escuchar la notificación de tu celular en este caso. Y así como está este ejemplo hay otros. Cómo cuando envías un mensaje a alguien importante y estás esperando la respuesta. La dopamina llega antes de la acción que la produce y por eso la espera a veces se siente más que la actividad en sí.

(Sonido de timbre) Oh. Ahí llegó.

¿A qué nos referimos con corto plazo? Bueno, resulta que este complejo sistema de neurotransmisores y conexiones bioquímicas se suele activar con cosas que produzcan feedback inmediato.

(FEDE - Voz ansiosa + Sonido de cinta de montaje acelerado)

Ese tik tok de recién estuvo genial ¿El que viene estará bueno también? Nah ¿y el siguiente? Un poco mejor, pero no me reí tanto. Si bajo un poco más seguro me voy a encontrar uno muy bueno. Segurísimo.

(KUNI - Narrador)

Si hablamos de activar el sistema de recompensa y liberar dopamina, los videojuegos resultan ser una tecnología altamente eficiente.

Apretás botones, pero si los apretás de cierta forma haces combos, que si los ejecutas de tal manera derrotas a los enemigos y si los derrotas de una forma en particular te da más puntos y con más puntos, subís de nivel y con más niveles... Bueno. Se entendió.

(KUNI - Narrador)

Te propongo un ejercicio.

Pensá en una actividad que te guste hacer. Algo que te alegre el pensar en hacerlo. Algo por lo que estarías dispuesto a buscar e investigar en internet, leer los libros necesarios, pagar la suscripción que haya que pagar, o sencillamente sentarte y dedicarle tu tiempo. ¿La tenés?

Ahora pensá ¿Por qué te gusta hacerla? Seguramente porque se siente bien o te hace sentir bien. Pero ¿Por qué te hace sentir bien? ¿Hmm?

Quizás sea porque es como un deporte y cada día que lo haces sentís que mejoraste, que sos mejor que el día anterior y eso te hace sentir bien. Tal vez es una actividad sencilla, sin mucha ciencia, pero como lo haces con tus amigos no sé, como que te sentís más conectada. O por ahí viene de lo artístico, sentarte en el taller vos versus un lienzo en blanco se siente catártico, un desafío, una exploración de tu creatividad.

Existe una teoría, la Octalysis, que sostiene que todas las actividades que hace el ser humano, se inician por al menos uno de ocho impulsos. O puesto en otros términos, que existen ocho tipos de motivación. Ocho cosas que nos llevan a desarrollar actividades.

(Se ambienta sonoramente cada punto)

El sentido épico o el llamado es la motivación que nace del hacer cosas “más importantes o más grandes que nosotros mismos”. Los militantes y los activistas suelen hacer cosas que muchas veces no aportan una recompensa visible, solo para “construir un mundo mejor”.

El logro o el sentido de desarrollo, cómo mencionamos en el ejemplo del deporte, es la motivación que viene del visualizar progresos, desarrollar habilidades y superar metas. “Un trofeo sin desafío no significa nada”.

La potenciación de la creatividad y la retroalimentación es lo que nos lleva a engancharnos con los procesos creativos en los que hay que resolver algo e ir probando diferentes combinaciones. Cómo cuándo hay que escribir una nueva canción. No es solo expresar la creatividad, sino también ver sus resultados, ver que falta y seguir creando.

La propiedad y la posesión, un poco materialista si, es el impulso que viene del poseer algo, querer mejorar ese algo y querer tener más de ese algo. Este sería el núcleo del coleccionismo.

Influencia social y conexión, es la motivación que viene de los elementos interpersonales como la aceptación social, la interacción, el compañerismo, así como también la competencia y la envidia.

Escasez e impaciencia, sencillamente, muchas veces queremos algo solo por el hecho de que no podemos tenerlo en este momento.

Imprevisibilidad y curiosidad, es el inocente impulso de querer saber qué es lo que va a pasar a continuación. Esta es la motivación que nos lleva a quedar cautivos de las novelas policiales y de la adicción a las apuestas.

Por último la pérdida y la evasión, el impulso de querer evitar que ocurran cosas malas. Sin ir a ningún ejemplo oscuro, el concepto de las ofertas por tiempo limitado existen debido a este impulso que tenemos. “Si no es ahora, no es nunca”.

La teoría de la Octalysis fue desarrollada por Yu-kai Chou, un estadounidense especializado en el diseño de experiencia de usuario para grandes corporaciones. O un “arquitecto de sistemas humanos”, como le dicen allá a esta profesión.

En su larga carrera de diseñar sistemas de relaciones cliente-empresa y empleado-empresa, él habla de poner el foco en el sentimiento humano y de no preguntarte ¿cómo hago para que este sistema funcione? sino ¿Cómo hago para que las personas de este sistema quieran participar?

Es ahí donde descubrió que los juegos llevan siglos inventando soluciones a esa segunda pregunta. De ahí que se haya convertido en una eminencia sobre la gamificación.

Según su teoría podríamos decir que hay muchas cosas que pueden despertarte estos ocho impulsos motivacionales. Pero los juegos son, sin duda, la metodología más eficiente para hacerlo.

Microficción - 9na Escena.

¿Por qué nos ponemos a hablar del cerebro y la dopamina para después hablar de motivación y empresarios estadounidenses?

La motivación es un concepto complejo. La podemos dividir y pensar en estos ocho impulsos motivacionales. y más o menos podemos hacer una conexión con enlaces químicos e instintivos del cerebro humano para explicar efectivamente porque nos impulsan. Y seguramente estemos dejando de lado muchos otros factores importantes.

Pero de acá te tenés que ir con una analogía importante.

Tus objetivos son el destino de tu viaje, la ruta son los hábitos que te van a llevar a cumplirlos, la gamificación es solo uno de los vehículos posibles para recorrer ese camino, la motivación es el motor y la Dopamina, el combustible.

Cuando empezás a entender este sistema es que podes “hackear tu cerebro”, como le dicen en tik tok. Saber construir hábitos progresivamente, conocer los impulsos emocionales que están presentes y optimizar los flujos de dopamina a tu favor, es lo que te permite tener ese famoso “alto rendimiento”.

Cómo dicen los todólogos de Reddit: “No se puede vivir de motivación y de esperar a que llegue. Se vive de la disciplina”.

(Sonidos de caña de pescar y pesca)

Así que ya sabés. Si querés tomarte bien en serio esos propósitos de año nuevo que te pusiste, querés arrancar con garra tu nuevo proyecto o estás replanteandoté viejos objetivos, es por acá.

(Tono sugerencia) ¡Y dale una oportunidad a estás nuevas aplicaciones! Son extremadamente bizarras, pero altamente efectivas. No es que vas a instalar una en el celu y mágicamente vas a empezar a cumplir tus metas. Es cosa de ir probando e ir viendo cual te ayuda más, que anzuelo es el que pica y elegir el cebo correcto.

Gracias por acompañarme en este ensayo sonoro acerca de la productividad y la motivación y espero de corazón que te haya servido de algo. ¡Mucha suerte en tu futuro! Éxitos.

Microficciones: Guión Teatral

Episodio 1

1ra Escena:

Ambientación: Sonido de cafetera en la cocina (+*Room Tone*)

sonido: de botón reproduciendo audio

Jefe: (con tono de voz serio/formal) “Alfon ¿Cómo estás? Buen día! Te quería preguntar si pudiste ver algo del informe que te pedí el lunes, porque lo necesito para el viernes. Después en tu escritorio deje unos reportes de números más, que estaría bueno incorporar porque...”

sonido: de botón reproduciendo audio

Facundo: “¡Eeey! Reina ¿Qué tal? Che hoy no puedo ir a la facu. Se me complica ¿Le haces vos las consultas al profe y después me pasas que te dice? Estaba pensando que...”.

sonido: de botón reproduciendo audio

Cintia: (tono de voz cálido) “Alfooon ¡Buen díaa!”

Alfon: (pensamiento) “Uuuh, Cintia, no te di ni bola esta semana”.

Cintia: Ayer estuve escribiendo un poco sobre las ideas que charlamos el otro día. *Estaba pensando en que...*

Alfon: (pensamiento) “Tss, no escribí nada de esto todavía. La semana pasada con mi amiga se nos ocurrió arrancar un emprendimiento. Y todavía no le pude dedicar ni un minuto”.

Cintia: Bueno eso ¿Después le das una mirada? Me gustaría saber tu opinión”.

sonido: cafe termina de hacerse el cafecito

2da Escena:

Escuchamos los pensamientos de Alfon a lo largo de su día y vemos cómo su energía se va drenando tras responsabilidad tras responsabilidad.

Se mantiene un sonido de reloj “tic tac” entre todas las ambientaciones.

Ambientación: Oficina (teclados, murmullos, teléfonos).

Alfon: (pensamiento) (suspira) “Me estaría faltando el número de ventas del trimestre pasado. Después se lo tengo que pedir a Branco, así termino con esto”.

Ambientación: Viaje en colectivo

sonido: de colectivo frenando y abriendo las puertas

Alfon: (pensamiento) “Si Cintia se encarga del contacto con los clientes, yo tendría que gestionar el equipo. Pablo seguramente esté interesado, pero Nacho recién agarró otro laburo. Yo no sé si va a tener la disponibilidad ...”.

Sonido: de mensaje de Whatsapp

Botón - Reproducir audio

mama: “Hija, ¿Tenés que ir a la facu hoy? ¿No podrías pasar de camino por casa un momento? La dejé a Morita sola y viste que no aguanta mucho ella. ¿No la podés sacar al parque? A mi se me hizo tarde en la peluquería y ahora me junto con las chicas a tomar un café”.

Alfon: (Suspiro de cansancio) “Bueno si paso por allá aprovecho y voy al super”.

sonido: de colectivo estacionando

Alfon: (pensamiento) “2 paquetes de fideos, una calabaza, algunas ensaladas para la semana...”.

Morita ladrando junto a otro perro

sonido: de soltar correa

Ambientación: Facultad (Room Tone)

Sonido: escribir con tiza en el pizarrón.

Profesor: “... El Psicopoder, como concepto clave de la obra de Byung-Chul Han, se diferencia del Biopoder Foucaultiano ya que propone que la explotación nace del sujeto hacia sí mismo a través de la ilusión de la libertad productiva...”

Alfon: (pensamiento) “Uuh, estoy quemadísima. Pero esto seguro entra en el parcial. Encima después le tengo que hacer la consulta por el TP...”.

Profesor: El Big Data y el panóptico digital se vuelven entonces potentes dispositivos de control y dominación que dan como resultado una sociedad del cansancio, como el autor la llama”. (Primer plano) ¿Alguna duda?

3ra Escena:

Alfon se pone cómoda en casa tras su día. Está totalmente agotada. Le encantaría poder seguir, pero el cansancio le puede. Decide dejarlo para otro día.

Ambientación: estar en casa

Sonido: de que termina una ducha

Sonido: de abrir una lata de gaseosa

Sonido: de navegación en el menú de *Roku*

Sonido: de mensaje de Whatsapp

Botón - Reproducir audio

Cintia: (cálida) "Amigaa ¿Pudiste ver algo de lo que te mandé? Estaría buenísimo ver como piensas vos esto de los equipos..."

Alfon: (pensamiento) "Me tengo que poner con esto. Pero ya son las nueve y media, y todavía tengo que comer. No sé cuando me voy a poner a escribir lo mío". (suspiro).

Cintia: yo pensaba que Pablo sí, pero capaz Nacho...

sonido: Tudum Netflix

Episodio 2

4ta Escena:

Alfon prepara todos los rituales para poder sentarse a escribir su proyecto. Reúne toda la concentración posible.

Ambientación: Escritorio en casa, preparándose para escribir.

sonido: Encendido de PC.

Apoyar taza de café en el escritorio.

Clicks de mouse

Inicia música *Lo-Fi*.

Alfon: (murmurando) “No está no... Hmm podría ser... Ahí va”.

sonido: Cambio entre varias canciones

Alfon: (intentando concentrarse) “Proyecto... Manejo de equipo... Pablo y Nacho...”. (respira hondo)

sonido: Tecleo en una notebook

Fade out del tecleo

5ta Escena:

Alfon va a la casa de su compañero para terminar un TP, pero termina en un gran descubrimiento: Las Apps de productividad. Le llaman mucho la atención y la conversación con su compañero parece convencerla de algo.

Ambientación: Entrar a una casa

Facundo: “Vení pasá”.

Alfon: “Permiso”.

Facundo: “Sentate ahí si querés. ¿Querés un mate?”.

Alfon: (revitalizada) “Sí, por favor”.

Facundo: “Dale // dame un segundo que le cambio la yerba”.

Sonido: de apoyar cosas en la mesa. (cartera y celular).

Sonido: de la app *Forest*

Alfon: (agarrando el celular del amigo) “¿Y esto, qué es?”.

Facundo: (en 3er plano) “Estaba leyendo un poco la materia yo. ¿Vos cómo venís con eso?”.

Alfon: (cambiando rápido de tema) “No muy bien, últimamente no tengo tiempo para sentarme. Che ¿Qué es esto que tenés acá en el celu?”.

Facundo: (en 2do plano) “¿Qué cosa // la app? Es una cosita que me instalé para estudiar. Es una de esas “apps de productividad”. Capaz es una boludez pero qué sé yo. Ahí la tengo”.

sonido: Facu amigo se sienta en la mesa.

Facundo: (Risita) “Vos le pones un temporizador a la app para estudiar, ponele 1 hora, y te dan una plantita. Si vos te salís mucho de la app en ese tiempo, la planta se va marchitando y después se guarda en el jardín virtual. Y al final, si estudiaste, te queda un jardín bonito, bien florecido, y si estuviste boludeando mucho con el celu, te queda todo marchitado. Porque así es como te va a ir en el examen”.

Alfon: (primero con tono triste, luego con curiosidad) “Mi futuro próximo ¿Pero qué hacés si te distraes con otra cosa?”.

Facundo: “Qué sé yo. Por lo menos no usas el celular “. (cambió de tono) “La empresa de la app, de paso tiene conexión con una ONG y a partir de la plata de la app se plantan árboles reales para el futuro. Tiene así como un discurso ecológico”.

sonido: ruido de mate

Alfon: (se queda pensando) (emocionada) “¡Wow! Qué copado. Muy copado... Ingenioso”.

sonido: ruido de mate

Facundo: “Son puras *falopitas* digitales. Pero por lo que vi, funcionan. Hay varias app así”.

sonido: ruido de mate

Alfon: (curiosa) “¿Y cómo te instalaste esta app?”.

Facundo: Internet. Vi un video del tema y me convenció.

Alfon: (se queda pensando) “Hmm... Realmente ingenioso...”.

6ta Escena:

De nuevo en su casa, Alfon investiga las apps de productividad por internet y en Tik Tok. Finalmente decide darles una oportunidad.

Ambientación: Usando la notebook en casa.

sonido: Teclado de notebook + clicks de mouse.

Alfon: (Voz del pensamiento) “Hmm. Podría darles una oportunidad. Podría ser...”.

Sonido: Se pasa entre varios videos de Tik Tok sobre apps productivas

Fade out de tik tok.

Episodio 3

7ma Escena:

Alfon prueba una app de productividad para su rutina.

Ambientación: Sonidos digitales, Alfon usa su celular.

sonido: Barra de porcentaje cargando + sonido de completado.

Celular, voz IA, amistosa/enérgica: “App instalada ¡Organicemos tus tareas juntos! ¿Por dónde quieres empezar?”

Alfon: (pensativa) “Hum... Supongo que empiezo por las cosas del trabajo ¿no es por ahí?”

sonido: Tecleo de celular + botones

Celular, voz IA: “Wow, si que tienes una semana ocupada ¡Deberían darte un premio! Hablando de eso ¿Qué te parece si organizamos algunas recompensas?”

Alfon, sorprendida: ¿Recompensa? ... Hmm okey por lo que entiendo me dan puntos por hacer las tareas que agregó y... ¿Después puedo cambiar esos puntos por recompensas que yo misma me doy? Emh... ¿Qué debería poner?”

sonido: Tecleo de celular + botones + notificación positiva

Alfon, decidida: “(suspiro) Muy bien ¡A darle!”

Ambientación: Música de rock in crescendo, Alfon realiza sus tareas.

Sonido de tecleo.

Celular, voz IA, amistosa/enérgica: “Wow! Has avanzado mucho en tu proyecto ¡Sigue así!”

sonido: Barullo de oficina

Jefe: (felicitando) “Muy bien ¡Muy bien! Estos números están bárbaros. Bien hecho.

Alfon: (contenta) (*Festejo*).

sonido: Notificación *check*.

Celular, voz IA, amistosa/enérgica: “¡Uff! Esa tarea estuvo difícil. Tomate un descanso antes de seguir ¡Te lo mereces!”.

sonido: Destapar lata de gaseosa + beber

sonido: Mensaje de wasap + reproducir audio

Facundo: (contento) “¡Ey! Ahí envié el TP al profe. Al toke amiga, nos vemos en la promoción.

Alfon: *Festejo*

Sonido de tecleo

Alfon: (decidida) “Ya casi”

Celular, voz IA, amistosa/enérgica: “¡Wow! Estuviste trabajando en tu proyecto por 3 días seguidos ¡Estás en racha! 2 días más y te toca una recompensa.

sonido de emojis

Alfon: (decidida) “Una hamburguesa no vendría nada mal.

sonido: PedidosYa outro

Celular, voz IA, amistosa/enérgica: “¡Mira! Estuviste ¡Increíble! Has completado un 30% más tareas que la semana pasada. Sigue así y tu organización llegará al siguiente nivel.

Alfon: (cansada pero aún con energía) (suspiro rápido) Bueno hasta acá estamos, creo que ya está.”

8va Escena:

Alfon y Cintia se reúnen en la casa de Cintia a hablar de su proyecto, pero la charla se desvía hacia una conversación sobre los nuevos hábitos de Alfon.

Ambientación: Casa de Cintia, con mates y galletitas.

Cintia: (mientras come algo) “Che esto está muy bueno. Lo que escribiste es una bomba Alfon. Le metiste un montón esta semana. Ví que estuviste escribiendo todos los días ¿Por fin te soltaron ahí en el laburo?”.

Alfon: (tono humilde) “No, estoy re cargada con el laburo. Pero estuve probando de hacer poquito: 30 minutos por día nada más. Para que no se me haga tan pesado de una”.

Cintia: “No, yo soy más de sentarme de una. Agarro una tarde y me pongo a full”.

Alfon: “Yo hacía así también, pero ya no tengo tantas tarde para ponerme a full. Así que estuve probando de hacerlo distinto, porque si no, no me daba. Me puse a investigar un poquito cómo hacer y terminé instalando una app

de organización en el celu”.

Cintia: (riendo) ¿Qué sería eso?

Alfon: Una app que me ayuda a organizar mejor mis cosas y, básicamente, llegar con todo.

Cintia: (Incrédula) “¿Pero no le podés mentir a eso? ¿Qué pasa si marcas una actividad que no hiciste?”

Alfon: (tono explicativo pero con gracia) “Nada ¿Qué va a pasar? Creo que si me hubiera gastado en buscar una app que me ayude a organizarme para después mentirle, la única que perdió tiempo en esto soy yo. Es una herramienta ¿Para que le mentirías? Aunque bueno, si te sirve hacerlo así. Allá vos.

Cintia: (riendo) uff una no alcanza con hacer mil cosas que se tiene que instalar esas boludeces para hacer mil más”.

Alfon: (tono sarcástico) “La vida del *freelance*. Si hay tiempo, hay algo que hacer. ¿Viste eso que dicen del alto rendimiento?”.

Cintia: (con seguridad) “No, eso del ser productivo no me lo compro. Yo tengo mi rutinita hecha y llego hasta donde llegó. Solo soy humana”.

Alfon: “¡Ay te envidio! Yo no. Yo me re persigo si no hago algo. Como vos decís. Puedo hacer mil cosas, pero si me queda una... Después cuando descanso siento que debería estar haciéndola. Es como un descanso culposo.

Cintia: “¿Después de todo lo que hacés? ¿Y cuándo vas a descansar sino? El cuerpo no da para todo. Sos real, no perfecta”.

Alfon: Por eso me instalé estas cositas, más que para organizame en realidad es para visualizar bien todo lo que hice y convencerme de que me gané el descanso y que ya voy a hacer lo demás más adelante”.

Cintia: (amistosamente) “Hmm amiga. Tenés un mambo en la cabeza. ¿Quién te dice que tenés que hacer tantas cosas?”

Alfon: (sarcásticamente) “Si eh? Quién será...” (cambiando de tema) Bueno, ¿volvemos con esto?

Cintia: (mientras come algo) “Si si. Dale”.

9na Escena:

Alfon reflexiona sobre su conversación con Cintia y llega a una conclusión.

Ambientación: Un viaje en colectivo.

Alfon: (*suspiro*)

Cintia: (en el recuerdo de Alfon) “Hmm amiga. Tenés un mambo en la cabeza. ¿Quién te dice que tenés que hacer tantas cosas?”

“Yo tengo mi rutinita hecha y llego hasta donde llegó. El cuerpo no da para todo”.

Alfon: (tono reflexivo) “Está bien que Cintia piense así, es media hippona. Pero ella no tiene trabajo. Yo también era más relajada antes de mudarme”.

(Suspiro). (cambia a un tono chistoso) “Seguro que si le seguía hablando del tema, me mandaba a un encuentro Detox”.

Profesor: (en el recuerdo de Alfon) “La explotación nace del sujeto hacia sí mismo a través de la ilusión de la libertad productiva”.

Alfon: (con seguridad) “Si, si. Ya fue si soy una mujer alienada por el sistema. Tampoco es que vaya a nadar contracorriente”.

Facundo: (en el recuerdo de Alfon) “Son puras *falopitas* digitales. Qué sé yo. Por lo menos no usas el celular”.

Alfon: “Tal cual. Si el sistema nos da herramientas ¿Por qué no usarlas? Tampoco es que vayan a ser la cura de nada. Creo que son más bien una ayudita temporal. Ya después no voy a necesitar *tanta* organización.

Probablemente desinstale la app, una vez que termine todo el caos de estos meses”. (con calma) Si, seguramente... ¡Ah cierto! Tengo que marcar la reunión con Cintia.

sonido: Notificación *check*