

Desarrollo de contenido Transmedia a través de
una aplicación web para la difusión de la
literatura a amantes e interesados por los libros
entre 16 y 30 años en el departamento del Valle
del Cauca



Andrés Camilo Medina Muriel
Sebastián Aristizábal Barreto

ASESOR
Christian Sarria Villaquiran

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTES
PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN PRODUCCIÓN TRANSMEDIA

Tabla de contenido

Resumen.....	05
Experiencia autobiográfica.....	06
Ubicación del proyecto en la creación. planteamiento del problema y pregunta de investigación.....	07
Marco teórico-conceptual.....	08
Economía de la atención.....	08
El segundo Renacimiento.....	09
La literatura.....	11
La literatura y la tecnología.....	13
Transmedia y narrativa.....	15
Redes sociales y literatura.....	17
Principios del Diseño Centrado en el Usuario (UCD).....	18
El Diseño Persuasivo.....	20
Objetivos de creación.....	22
Antecedentes.....	23
Encuesta.....	24
Resultados de la encuesta.....	28
Conclusión general de la encuesta.....	37
Metodología Basada en la Creación.....	38
Repasos generales de la plataforma.....	38
Prototipo página principal.....	42
Conclusión.....	49

Bibliografía.....50

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1.....	25
Ilustración 2.....	26
Ilustración 3.....	27
Ilustración 4.....	28
Ilustración 5.....	29
Ilustración 6.....	29
Ilustración 7.....	30
Ilustración 8.....	31
Ilustración 9.....	32
Ilustración 10.....	33
Ilustración 11.....	34
Ilustración 12.....	34
Ilustración 13.....	35
Ilustración 14.....	36
Ilustración 15.....	37
Ilustración 16.....	42
Ilustración 17.....	44
Ilustración 18.....	45
Ilustración 19.....	46
Ilustración 20.....	47
Ilustración 21.....	48

RESUMEN

En este proyecto se pretende explorar el impacto de la literatura en la evolución cultural y tecnológica, así como su integración con las plataformas digitales mediante estrategias transmedia. Esto con el fin de convertir este arte nuevamente en un medio de impacto en la vida de las personas, así como demostrar a las generaciones actuales y futuras cómo el mundo literario puede ir de la mano con las tecnologías emergentes de tal manera que no se pierda ninguna de las dos.

Se llevó a cabo una exhaustiva investigación sobre la relación entre la literatura y el internet; el surgimiento de las redes sociales y su influencia en la difusión de contenidos literarios, y cómo se ha creado una enorme brecha en medio de estas fuerzas revolucionarias. Por medio del análisis de la información recopilada se encontró un balance dado por la narrativa transmedia.

Como resultado de la investigación se obtuvo el desarrollo de una aplicación web y un mundo narrativo transmedia a fin de permitir a las generaciones actuales y futuras experimentar la literatura de manera innovadora y atractiva.

EXPERIENCIA AUTOBIOGRÁFICA

Los desarrolladores del proyecto han sido amantes empedernidos de la literatura desde adolescentes y desde que tenían uso de razón; desde pequeños han visto a sus padres tener un libro en la mano. Las letras es algo de lo que se han rodeado continuamente. Sin embargo, también lo han estado con la tecnología emergente: un televisor, un celular, un computador o cualquier otra máquina. Vivían del entretenimiento, puesto que parte de su infancia y adolescencia fue el estar horas y horas frente a una pantalla viendo a su creador de contenido favorito. Han vivido entre estos dos mundos del entretenimiento, cada día consumiendo libros y videos, por lo que no solo han podido analizar diferentes aspectos de la narrativa y las palabras, sino que han podido crecer también con la tendencia de las redes sociales y la creación de contenido; todo lo que tiene que ver con la producción de videos para el entretenimiento o la publicidad, la creación de interfaces llamativas e interactivas y cómo comunicar en diferentes medios a través de la narrativa. A medida que crecían se iban empapando de la teoría del diseño multimedial y audiovisual sin que se dieran cuenta, lo mismo con la literatura.

Este análisis de la experiencia autobiográfica los ha llevado a pensar si es posible el juntar estos dos mundos, la literatura y el internet, para lograr un nuevo surgimiento y evolución de las letras en el ámbito que más compete en la actualidad, sin que se quede atrás en la constante transformación que sufre la humanidad, sobre todo que sufre América Latina, más específicamente la Ciudad de Cali, Colombia.

UBICACIÓN DEL PROYECTO EN LA CREACIÓN. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Nadie pasa demasiado tiempo sin ver la pantalla de su celular. Esto nos acarrea muchos problemas como especie, y por ello se crea el proyecto actual, por la preocupación de unos jóvenes por nuestro futuro y el futuro de la literatura. Cada vez más nuestra atención se está inclinando a consumir contenido rápido y digerible que nos está *anestesiando* la mente, nos está alterando la percepción de la realidad y nos devorada el tiempo útil que tenemos de vida en una sarta de información inútil. La literatura queda relegada. La tecnología, en realidad, no es el problema *per se* que se presenta ante la literatura y el desarrollo humano, puesto que esta es solo una herramienta puesta en nuestras manos; el gran bache es la propia explotación que se está haciendo de la misma.

Según estos factores, la pregunta de investigación será la siguiente:

¿Cómo puede desarrollarse una aplicación transmedia de libros, audiolibros, novelas gráficas, blogs y podcast que incentive la lectura en un mundo cada vez más apresurado y distraído por la tecnología?

Teniendo en cuenta esto, el proyecto se desarrolló en el contexto de la creación en medios de difusión y nuevas tecnologías. Esto implica una facultad basada en avanzar y no quedarse estancados en las viejas prácticas que han dejado de ser interesantes para las nuevas generaciones. Se aprovecharon las posibilidades que ofrece la tecnología para la difusión de contenidos, en este caso, libros y audiolibros, podcast y novelas gráficas, para brindar una experiencia de lectura innovadora y atractiva. Se abordaron procesos de creación relacionados con elementos de percepción, expresión, producción y difusión tecnológica y artística capaces de impactar a aquellos que mantienen su atención en las redes sociales y no le dan una oportunidad

a la lectura al creer que es aburrida. Se tuvo en cuenta la forma en que los usuarios perciben y se relacionan con los contenidos, la expresión creativa a través de la interfaz y las funcionalidades, la producción eficiente y escalable de contenidos digitales, y la difusión efectiva de la aplicación en los medios digitales y las redes sociales. En otras palabras, se combinó lo atractivo de los medios digitales con la lectura para dar a los usuarios una sensación totalmente contraria que tenían sobre los libros.

MARCO TEORICO-CONCEPTUAL

La Economía de la Atención

La Economía de la Atención es un concepto que ha cobrado gran relevancia en la sociedad actual, en la que se encuentra en constante evolución tecnológica y en la que la información y el entretenimiento están disponibles en todo momento. Este término se refiere al hecho de que la atención humana se ha convertido en un recurso escaso y valioso, y, por lo tanto, en un mercado en sí mismo. En esta economía, las empresas compiten por captar la atención del usuario a través de diferentes medios, como redes sociales, aplicaciones móviles, juegos, publicidad y contenido en línea en general. Cuanto más tiempo se pueda mantener al usuario conectado a estos medios, mayor será la posibilidad de generar ingresos, ya sea a través de publicidad, compras en línea o suscripciones a servicios premium. (Davenport, 2002)

De lo anterior se puede concluir que “la disrupción de la atención humana es el negocio más grande del planeta” (Orlowski, 2020).

Esta economía ha cambiado drásticamente la forma en que las empresas piensan sobre la relación con sus clientes y cómo generan ingresos, por lo que, según Orlowski (2020), “las compañías tecnológicas compiten por la atención humana”. Ahora el objetivo principal no es

solo ofrecer un producto o servicio de calidad, sino también captar la atención del cliente y mantenerlo comprometido el mayor tiempo posible. Por lo tanto, la economía de la atención ha llevado a las empresas a crear productos y servicios que son adictivos, diseñados para mantener al usuario enganchado y atento.

El Segundo Renacimiento

Se ha creído en la sociedad actual que se está presentando desde hace unas cuantas décadas atrás una revolución en la civilización, cuando en realidad lo que se está presentando es un nuevo renacimiento. (MIGALA, 2018). La primera pregunta para abordar esto es la siguiente: ¿Qué provocó, en la edad media, que descubriésemos las ideas que dieron forma al primer renacimiento?

Nietzsche (1882) en su tiempo dijo lo siguiente:

Dios ha muerto. Dios sigue muerto. Y nosotros lo hemos matado. ¿Cómo podríamos reconfortarnos, los asesinos de todos los asesinos? El más santo y el más poderoso que el mundo ha poseído se ha desangrado bajo nuestros cuchillos: ¿quién limpiará esta sangre de nosotros? ¿Qué agua nos limpiará? ¿Qué rito expiatorio, qué juegos sagrados deberíamos inventar? ¿No es la grandeza de este hecho demasiado grande para nosotros? ¿Debemos aparecer dignos de ella? (sección 108)

Esta es de las frases más reconocidas del filósofo alemán. Alguna vez la habrán escuchado, y, sin embargo, pocos realmente la han entendido. No es una frase que pueda tomarse a la ligera. Se necesita del contexto para llegar a comprenderla. Al decirla, Nietzsche no se refería al hecho de una muerte literal de Dios. Lo que quería decir era que la sociedad había

perdido los cimientos en los cuales se apoyaba para encontrarle un sentido a la vida. (Nietzsche, 1882)

¿Cuándo ocurrió este hecho? Ni más ni menos que en el primer renacimiento, en donde el hombre comenzó ya no a pensar solo en Dios ni a callar todo lo que esté en su contra, si no a crear nuevas formas de pensamientos, nueva filosofía, nueva ciencia, y de esta manera Dios quedó relevado. Esto causó una gran controversia entre los grandes pensadores. Para la gente del común de esa época había sido un proceso natural, casi imperceptible, pero fueron muchos los que aprovecharon esta ola del renacimiento para hacerse valer en la vida. El pensamiento tenía que cambiar sí o sí. La humanidad no podía continuar en un proceso de autodestrucción como lo fue la Edad Media. Las ideas del humanismo produjeron al hombre una nueva perspectiva sobre sí mismos y sobre el mundo que lo rodeaba. (Bühler, 2005)

Pero fue hace muchas décadas atrás, y para el ser humano actual, definitivamente es un hecho distante y extraño. Sin embargo, con el repentino nacimiento de tecnologías avanzadas, estamos experimentando un suceso muy similar al de ese entonces. Se trata de un nuevo renacimiento, el cual estaría siendo provocado por el surgimiento de estas tecnologías. Al igual que en la Edad Media, la humanidad se encuentra en un punto en el que necesita un cambio de pensamiento y de paradigmas para poder avanzar y no autodestruirse.

En este nuevo renacimiento, la tecnología está siendo el motor que impulsa la evolución y transformación de la sociedad y de la forma en que los seres humanos se relacionan entre sí y con el mundo que les rodea. Así como en la época del primer renacimiento se produjeron grandes avances en la ciencia y en la filosofía, hoy en día se están produciendo avances tecnológicos que están cambiando radicalmente la forma en que las personas viven, trabajan y se comunican.

Por lo tanto, el término de Segundo Renacimiento se refiere a la idea de que estamos viviendo en una época de cambios radicales en la forma en que la tecnología y la ciencia están transformando la sociedad, la economía y la cultura, y que estos cambios están produciendo una especie de renacimiento en el pensamiento humano y en la forma en que nos relacionamos con el mundo y con los demás.

En este Segundo Renacimiento, la tecnología actúa como el motor principal de cambio, catalizando avances científicos que reconfiguran principalmente nuestra comprensión del mundo y nuestras interacciones dentro de él. La digitalización, la inteligencia artificial, la biotecnología y otras disciplinas emergentes están desencadenando una revolución comparable a la transición del pensamiento medieval al enfoque humanista en el Renacimiento original.

Desde el punto de vista social, estas transformaciones tecnológicas están redefiniendo la estructura de la sociedad, alterando la dinámica laboral y propiciando nuevas formas de comunicación y colaboración. La economía se ve moldeada por la automatización y la inteligencia artificial, generando oportunidades innovadoras, pero también desafíos significativos, como la necesidad de adaptarse a un mundo laboral en constante evolución. (Jenkins, 2006)

Literatura

La literatura es una de las artes más antiguas y ricas de la humanidad. A través de ella, se ha transmitido el conocimiento y la cultura a lo largo de la historia, y ha sido fundamental en la formación de la identidad y la conciencia social de las personas. Sin embargo, en la era de la Economía de la Atención, la literatura se ha visto afectada negativamente. Pero, ¿qué es

literatura? Julián Pérez y María Merino (2023) indican que la “literatura es la acumulación de saberes para escribir y leer de modo correcto. El concepto, que proviene del término *litterae*, posee una relación estrecha con el arte de la gramática, la retórica y la poética”.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos observar que la literatura se encuentra en un dilema: por un lado, necesita llamar la atención de los lectores en un mundo donde la atención se ha convertido en una mercancía valiosa. Por otro lado, según Kahneman (2011) el uso excesivo de la tecnología y la información ha hecho que los lectores tengan una capacidad de atención cada vez más corta y se distraigan fácilmente. Como resultado, muchas veces las obras complejas, como las literarias, se reducen a meras distracciones para llenar el tiempo libre, en lugar de ser herramientas para la reflexión y el conocimiento profundo.

La Economía de la Atención ha afectado profundamente a la literatura en la era digital. Con la abundancia de distracciones disponibles en línea, desde las redes sociales hasta los videos virales y los juegos en línea, la atención del lector se ha convertido en una mercancía valiosa que las empresas buscan adquirir para sus propios fines.

En lugar de dedicar tiempo y atención a la lectura de libros, los consumidores de hoy en día a menudo prefieren consumir rápidamente fragmentos de información y entretenimiento a través de la pantalla de su teléfono inteligente. (Alter, 2018)

Además, la tecnología ha cambiado la forma en que se consume la literatura. Los lectores ahora tienen acceso a una amplia variedad de formatos digitales, desde libros electrónicos hasta audiolibros, lo que les permite leer de manera más conveniente y accesible. Sin embargo, esto también ha llevado a una disminución en la venta de libros físicos, lo que ha afectado negativamente a las librerías y editoriales tradicionales.

Literatura y Tecnología:

Al echar un primer vistazo a lo que es la literatura en la sociedad actual, aun cuando a pocos se les ha ocurrido pensar en ello, se puede llegar a una conclusión apresurada: la literatura no está muriendo, todavía hay muchos de esos que gustan de las buenas letras. No hay falta de razón en esto, y, de hecho, por mucho que se pretenda a través de este proyecto demostrar cómo los medios digitales están quitándole el valor a la literatura (según la perspectiva de los mayores consumidores), no hay que ignorar el hecho de que la tecnología y la literatura están estrechamente relacionadas.

Para entender esto, primero hay que dar un breve significado sobre qué es tecnología: son las herramientas creadas con la aplicación de saberes y habilidades con el objetivo de facilitar o solventar los problemas que se les presentan a la sociedad. (Equipo editorial, 2022).

Problemas tales como la comunicación al principio de nuestra existencia como especie. Es verdad que muchos animales han encontrado maneras efectivas de comunicarse más simples, pero nosotros, ya sea por el entorno o la situación específica, fuimos obligados por la evolución a buscar formas distintas para hacernos entender. No nos valía con señas, sonidos o secuencias de acciones; había en nuestro cerebro algo mucho más complejo, y por ello desarrolló el lenguaje. Así es que, a lo largo de las décadas y los siglos, nace la poesía y la oratoria, que a su vez dio paso a la escritura. Por eso es que la tecnología no se puede desligar de la literatura. La escritura fue una tecnología que nació de la necesidad de comunicación, y que las ideas que surgieron de esta nueva comunicación buscaron permanecer a lo largo del tiempo. La oratoria, el traspasar una

historia de boca en boca provocaba que se perdiera la idea inicial, y por esto se empezó a guardar la información ya sea en piedra, o después en papel. La literatura existe gracias a la tecnología. Mire por donde se mire, cualquiera podría decir que no hay forma de que sea asesinada a manos de la tecnología.

Por otro lado, la tecnología ha impactado enormemente en la producción, distribución y consumo de literatura a lo largo de la historia, transformando radicalmente la forma en que se crea, se difunde y se consume. Desde los tiempos antiguos, cuando la literatura era producida manualmente por escribas, hasta la era moderna de la publicación en línea y los audiolibros, la tecnología ha jugado un papel crucial en cada etapa del proceso literario. Antes de la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg en el siglo XV, la producción de libros era un proceso laborioso y costoso. La creación de cada copia requería un escriba para transcribir el texto manualmente, lo que limitaba tanto la cantidad de libros disponibles como su accesibilidad.

Sin embargo, la invención de la imprenta revolucionó la producción literaria al permitir la reproducción masiva de libros de una manera rápida y eficiente. Esto condujo a una mayor difusión de la literatura y a una democratización del conocimiento, ya que los libros se volvieron más accesibles para una audiencia más amplia. La evolución tecnológica continuó con la introducción de la máquina de escribir a finales del siglo XIX, que simplificó el proceso de escritura y aumentó la velocidad de producción de textos. Luego, en la era digital, la llegada de los procesadores de texto automatizó aún más la escritura y la edición de textos, facilitando la corrección y la manipulación de documentos. Esta transformación digital permitió a los autores trabajar de manera más eficiente y colaborar en línea, lo que dio lugar a una mayor diversidad y cantidad de literatura producida. (Comunidad Baratz, 2021)

La distribución de literatura también ha sido transformada por la tecnología. Antes del advenimiento de la tecnología digital, la distribución de libros estaba dominada por librerías físicas y editoriales que controlaban gran parte del mercado. Sin embargo, la digitalización ha democratizado la distribución de literatura al permitir la venta de libros electrónicos a través de plataformas en línea como Amazon Kindle y Apple Books. Además, la tecnología de impresión bajo demanda ha cambiado la forma en que se distribuyen los libros físicos, permitiendo la impresión de copias individuales o pequeñas cantidades según sea necesario, reduciendo el desperdicio y los costos de almacenamiento.

En cuanto al consumo de literatura, la tecnología ha abierto nuevas posibilidades. La creciente popularidad de los libros electrónicos y los audiolibros ha cambiado la forma en que las personas leen y escuchan literatura. La accesibilidad global a través de dispositivos móviles y la facilidad de compra en línea han ampliado el acceso a una amplia gama de libros y autores. Además, la literatura interactiva y las comunidades en línea han transformado la experiencia de lectura, permitiendo a los lectores participar activamente en la historia y conectarse con otros amantes de la literatura para discutir y recomendar libros.

Transmedia y Narrativa

Siguiendo con la idea anterior, pasamos a la narrativa transmedia. La transmedia tiene un concepto fundamental en el ámbito de la producción y difusión de contenidos literarios en la era digital. Si hacemos un repaso breve por este concepto y nos basamos en lo escrito por Scolari (2013) entendemos que se refiere a la práctica de contar historias a través de múltiples plataformas y medios de comunicación, integrando elementos narrativos en diferentes formas de medios para crear una experiencia de narración cohesiva y enriquecedora.

Solo con la explicación anterior, se comprende la importancia que tiene la transmedia a la hora de vender y ampliar la literatura en el mundo tecnológico actual. También busca involucrar a la audiencia en un mundo narrativo más amplio y complejo, por lo que, tanto esta como la literatura van indiscutiblemente de la mano.

La aplicación de esta narrativa en la difusión de contenidos literarios ha abierto nuevas oportunidades para los autores y editores para expandir y enriquecer sus historias más allá del formato tradicional del libro impreso. (Ryan, 2016) Al integrar elementos narrativos en múltiples plataformas, como libros electrónicos, audiolibros, sitios web, redes sociales, juegos y películas, los creadores pueden llegar a una audiencia más amplia y comprometida, y ofrecer una experiencia de lectura más inmersiva y participativa.

Uno de los aspectos clave es la idea de la expansión del universo narrativo. Esto permite a los lectores explorar diferentes aspectos de la historia y profundizar en la trama y los personajes de maneras que no serían posibles en un formato de libro tradicional. Por ejemplo, un autor podría publicar historias complementarias en forma de blogs, podcasts o videos en línea, o desarrollar aplicaciones interactivas que permitan a los lectores explorar el mundo narrativo de la historia de una manera más profunda y divertida.

Lo anterior nos lleva a otro aspecto importante: la participación del público. A diferencia de la narrativa tradicional, que es una experiencia pasiva para el lector, la narrativa transmedia fomenta la participación activa del público al permitir que los lectores interactúen con la historia y contribuyan a su desarrollo. Esto puede tomar muchas formas, desde la creación de contenido generado por el usuario hasta la participación en concursos y eventos en línea relacionados con la historia.

Esto también ofrece oportunidades para la comercialización y la monetización de contenidos literarios. Al crear un universo narrativo más amplio y complejo, los autores pueden desarrollar múltiples fuentes de ingresos, como la venta de libros electrónicos, la suscripción a contenido exclusivo en línea, la venta de mercancía relacionada con la historia y la creación de experiencias de entretenimiento en vivo, como eventos y espectáculos.

Redes Sociales y Literatura

La evolución tecnológica, marcada por el auge de las redes sociales, ha dejado una profunda huella en el mundo de la literatura durante la última década. Este impacto se ha vuelto cada vez más evidente, revolucionando la forma en que se comparte, consume y promueve la literatura en el mundo digital. Todo por culpa, como ya se ha visto, de la Economía de la Atención.

En primer lugar, las redes sociales han desempeñado un papel importante en la democratización del acceso a la literatura y la creación de una comunidad global de lectores y escritores. Antes, la interacción entre autores y lectores estaba limitada a eventos físicos, entrevistas o cartas. Sin embargo, con la llegada de las redes sociales, esta interacción se ha vuelto instantánea y constante. Los autores pueden compartir fragmentos de sus obras, detrás de escena de su proceso creativo, y participar en conversaciones directas con sus seguidores. Del mismo modo, los lectores pueden expresar sus opiniones, hacer preguntas y compartir sus experiencias de lectura de manera rápida y sencilla. Esto ha creado una comunidad literaria más inclusiva y participativa, donde las voces de todos son escuchadas y valoradas.

Además, las redes sociales han transformado la industria editorial, cambiando la forma en que se promocionan y comercializan los libros. Antes, las editoriales confiaban en estrategias de

marketing tradicionales, como anuncios en revistas y reseñas en periódicos. Sin embargo, en la era de las redes sociales, estas estrategias han evolucionado hacia un enfoque más centrado en el usuario y la comunidad. Ahora, las editoriales colaboran con influencers y bloggers literarios para promocionar sus libros, organizan concursos y eventos en línea, y utilizan las plataformas de redes sociales para interactuar directamente con los lectores. Esto ha llevado a un aumento en la visibilidad y el alcance de los libros, así como a una mayor diversidad en los tipos de libros que se promocionan y consumen. (Inboundcycle, 2022)

Mirando hacia el futuro, se espera que las redes sociales continúen desempeñando un papel crucial en la evolución de la literatura en la era digital. Se prevé que el contenido generado por usuarios, como reseñas, recomendaciones y discusiones sobre libros, seguirá ganando importancia en las decisiones de lectura de las personas. Asimismo, se espera que surjan nuevas formas de experiencias literarias interactivas, como clubes de lectura virtuales, eventos en línea con autores y narrativas serializadas en plataformas sociales. Además, con el avance de la inteligencia artificial y el análisis de datos, se proyecta una personalización y recomendaciones de lectura más inteligentes y precisas, adaptadas a los intereses y preferencias individuales de los usuarios. (Torres, 2023)

Principios del Diseño Centrado en el Usuario (UCD):

Pasando a un marco teórico más inclinado hacia el diseño, pretendemos tomar el enfoque del Diseño Centrado en el Usuario (UCD), el cual se fundamenta en la premisa fundamental de colocar a los usuarios en el centro del proceso de diseño. (Pursell, 2023)

A través de este enfoque y los siguientes, logramos alcanzar una metodología basada en la creación acorde con nuestros objetivos, ya que, en este sentido y según Pursell (2023), el UCD busca comprender profundamente las necesidades, comportamientos y preferencias de los usuarios para desarrollar productos y servicios que se alineen con sus expectativas y experiencias. El enfoque se basa en la idea de que, al comprender a los usuarios y sus contextos de uso, se pueden crear soluciones que sean intuitivas, útiles y gratificantes. Todo lo que necesitamos para luchar en la Economía de la Atención.

Analizando el enfoque, observamos que la investigación de usuarios desempeña un papel crucial en el UCD, implicando la utilización de diversas técnicas, como entrevistas, encuestas y análisis de tareas, para recopilar datos sobre los usuarios y sus necesidades, observación de usuarios en entornos naturales y análisis de datos demográficos y comportamentales. A partir de esta investigación, se desarrollan escenarios de uso que describen situaciones específicas en las que los usuarios interactuarán con el producto o servicio, lo que ayuda a diseñar soluciones que se adapten a sus contextos y expectativas. (Eyal, 2014)

El diseño iterativo es una práctica fundamental en el UCD. Implica la creación de prototipos y la iteración continúa basada en la retroalimentación de los usuarios. Los prototipos de baja fidelidad (los que ya hemos diseñado para este proyecto) se utilizan inicialmente para probar conceptos y obtener comentarios rápidos, mientras que los prototipos de alta fidelidad se desarrollan más adelante para refinar la experiencia del usuario. Los principios de usabilidad y accesibilidad son fundamentales en el UCD, ya que garantizan que el producto final sea fácil de usar y comprender para todos los usuarios, independientemente de sus habilidades o capacidades. La evaluación y validación son etapas críticas del proceso, que implican probar el diseño con usuarios reales para identificar problemas y áreas de mejora, utilizando técnicas como pruebas de

usabilidad y estudios de campo. Además, el Diseño Centrado en el Usuario (UCD) posee un enfoque holístico que abarca todas las etapas del ciclo de vida del diseño, desde la conceptualización hasta la implementación y la evaluación continua. En su núcleo, el UCD se centra en entender profundamente a los usuarios y sus necesidades, lo que implica una combinación de investigación cualitativa y cuantitativa para recopilar información relevante. Para finalizar este apartado, tenemos la evaluación y validación, que son etapas críticas del UCD. Implican probar el diseño con usuarios reales para identificar problemas y áreas de mejora. Esto puede implicar pruebas de usabilidad, estudios de campo, análisis de métricas de comportamiento y otras técnicas de evaluación. La retroalimentación de los usuarios se incorpora continuamente en el proceso de diseño para garantizar que las soluciones finales sean intuitivas, útiles y gratificantes para los usuarios finales. (Pursell, 2023)

El Diseño Persuasivo

Como ya se ha dicho, la economía de la atención es un concepto que ha ganado una relevancia significativa en el contexto digital contemporáneo. En un mundo donde la información es abundante y el acceso a ella es casi instantáneo, la atención se ha convertido en un recurso escaso y valioso. Mientras que el contenido y las aplicaciones compiten por la atención del usuario, este se enfrenta a una multitud de estímulos y distracciones que luchan por captar su interés.

Autores como Tim Wu (2020) y Nir Eyal (2014) han explorado profundamente este fenómeno, destacando cómo las empresas diseñan estratégicamente sus productos y servicios para capturar y retener la atención del usuario. Desde la implementación de técnicas de

gamificación hasta la personalización inteligente de contenido, pasando por el desarrollo de interfaces adictivas y la creación de hábitos. Las empresas están buscando siempre maximizar el tiempo que los usuarios dedican a sus plataformas.

Ahora bien, esto viene ligado al diseño persuasivo. El diseño persuasivo se basa en principios de psicología y comportamiento humano para influir en las decisiones y acciones de los usuarios. Estas técnicas van desde la creación de un sentido de urgencia y escasez, hasta el uso de la reciprocidad, la autoridad y la consistencia para motivar a los usuarios a tomar medidas específicas. Por ejemplo, la implementación de descuentos por tiempo limitado o la visualización de testimonios de clientes destacados pueden persuadir a los usuarios a realizar una compra o una acción deseada. (Floriano, 2022)

Robert Cialdini (2006), identifica seis principios fundamentales que guían el diseño persuasivo: reciprocidad, compromiso y coherencia, prueba social, autoridad, simpatía y escasez. Estos principios, cuando se aplican de manera efectiva, pueden tener un impacto significativo en el comportamiento de los usuarios. Por ejemplo, el principio de reciprocidad sugiere que las personas tienden a sentirse obligadas a devolver un favor o un acto de generosidad. En el diseño digital, esto puede traducirse en ofrecer contenido gratuito de alta calidad o una muestra gratuita de un producto para generar un sentimiento de deuda y aumentar las posibilidades de que los usuarios realicen una compra. El principio de compromiso y coherencia se basa en la idea de que las personas tienden a ser coherentes con sus compromisos públicos previos. En el diseño persuasivo, se puede aprovechar mediante la inclusión de elementos que animen a los usuarios a realizar pequeñas acciones, como completar un formulario o participar en una encuesta, aumentando así su compromiso con el producto o servicio. La prueba social es otro principio clave del diseño persuasivo, que se basa en el instinto humano de seguir el comportamiento de

los demás cuando no estamos seguros de qué hacer. Mostrar testimonios de clientes satisfechos, calificaciones y comentarios positivos de otros usuarios puede influir en las decisiones de los usuarios y aumentar su confianza en un producto o servicio. La autoridad y la simpatía son principios relacionados con la credibilidad y la confianza. Los usuarios tienden a confiar en personas o fuentes de autoridad y simpatizar con aquellos que se parecen a ellos o comparten sus valores. Por lo tanto, presentar información respaldada por expertos o utilizar imágenes y testimonios de personas con las que los usuarios puedan identificarse puede aumentar la persuasión.

Objetivos de Creación:

Antes de tocar ciertos puntos, se aclararán los objetivos del proyecto. El objetivo general del proyecto es el siguiente: **Desarrollar en un diseño web elementos de difusión literaria transmedia en un espectro regional, Valle del Cauca.** Con base en este objetivo principal, se proponen los siguientes objetivos parciales:

- 1. Describir los contenidos para la plataforma literaria Netbook y otras redes en el ámbito del Valle del Cauca.**
- 2. Diseñar un prototipo de contenidos literarios**

A continuación, se abordarán los puntos más importantes de los objetivos de creación:

En primer lugar, la creación de una plataforma de catálogo de libros, audiolibros y novelas gráficas. Esto conlleva una exploración profunda de los lenguajes, procesos, prácticas y

contextos de la creación que subyacen en su concepción y desarrollo. Esta empresa no solo requiere habilidades técnicas, sino también una comprensión holística de las diversas dimensiones involucradas en el mundo literario y tecnológico. Como lenguajes, sabiendo que estos son los pilares sobre los cuales se construye esta plataforma, se aplicarán los referentes a la programación, utilizados para su desarrollo; se pasará también por los lenguajes literarios que describen y categorizan el contenido, incluso por los lenguajes de marcado que estructuran la información. Los visuales dan forma a la experiencia del usuario y los literarios definen el contenido mismo. Esta amalgama de lenguajes converge para crear una experiencia digital rica y envolvente.

Por otro lado, ya que los procesos son la columna vertebral que sostiene el proyecto desde su concepción hasta su realización, se llevó a cabo un desarrollo de software que guía la creación técnica, mientras que la catalogación y organización de contenido aseguran que la plataforma sea intuitiva y accesible. La creación de contenido, ya sea en forma de novelas gráficas o audiolibros, impulsa la diversidad y la riqueza del catálogo. La gestión de derechos de autor, por su parte, garantiza la integridad y la legalidad del material presentado.

Llegando a las prácticas, estas representan los principios y metodologías que guían la ejecución del proyecto. Desde el diseño centrado en el usuario hasta las estrategias de marketing digital, estas prácticas aseguran que la plataforma sea funcional, atractiva y relevante para su audiencia. La gestión de la comunidad fomentará la participación y el compromiso, mientras que el control de calidad garantizará la excelencia en cada aspecto del servicio ofrecido.

Como cuarto punto, los contextos de la creación, los cuales contextualizan el proyecto dentro de un marco más amplio. Los contextos serán el tecnológico, que reconoce la constante evolución del entorno digital y sus implicaciones en el diseño y desarrollo; el contexto cultural,

que celebra la diversidad de voces y perspectivas presentes en el mundo literario; el contexto legal y ético, que establece los límites y las responsabilidades inherentes a la presentación y promoción de contenido; y finalmente, el contexto educativo, que reconoce el potencial transformador de la lectura y busca integrar elementos educativos en la plataforma.

Antecedentes

Citemos primero al profesor y poeta Carlos Patiño (2020):

Hay una especie de canibalismo que impide que cualquier persona que esté construyendo su obra pueda ser leída, pueda publicar, que sus textos circulen. Es muy difícil publicar aquí. El único premio regional, que es el Jorge Isaacs, ha sido desmontado gradualmente. No hay una participación mayor de los escritores vallecaucanos en los premios regionales. (pp. 4)

Hay una serie de factores históricos que pesan mucho en el tema de la lectura en el país, y tiene que ver con la pérdida que se dio de los textos escolares en el aula. Todavía hoy tenemos escuelas rurales en donde los niños no tienen un solo libro para trabajar en sus clases. El no tener el contacto con la lectura en la escuela es un punto crítico que afecta no solamente a quienes están estudiando sino a quienes ya estudiaron y se formaron dentro de esa carencia. Hay hogares que no tienen cómo comprar un libro y generar en torno a él una actividad familiar. A todos los niños les gusta que les lean antes de ir a dormir y esa sencilla actividad podría cambiar los hábitos de lectura de toda una generación. (Guiomar Acevedo, 2018)

Claudia Patricia Laverde Mahecha (2019), considera que para ser una ciudad con mejores lectores se debe trabajar en lo siguiente:

Fortalecer más espacios de lectura y conversación, consolidar comunidades lectoras, tener una mayor oferta editorial en Cali, en que la feria del libro sea una fiesta de la lectura en donde se encuentren lectores, escritores, talleristas, mediadores. Asimismo, es vital fortalecer los procesos de formación de los bibliotecarios, promotores de lectura, docentes, para que demos más espacio a la búsqueda individual de las lecturas y que tengamos más herramientas para conversar con el texto y el lector desde el mismo texto y cuando digo texto me refiero a los distintos formatos. Comprender que solo se aprende a leer leyendo y que si queremos fomentar la lectura debemos disponer de espacios agradables y adecuados para leer. Y leer solo por el gusto a leer sin pedir nada a cambio. (pp. 6)

Toda la historia que marca los antecedentes de este proyecto y de la pregunta de investigación planteada anteriormente se remonta a la convergencia de dos campos aparentemente dispares: la literatura y la tecnología. A lo largo del tiempo, el avance de la tecnología ha transformado profundamente la forma en que accedemos, consumimos y compartimos información y entretenimiento, incluida la lectura. Este cambio ha planteado desafíos significativos para la promoción de la lectura y ha generado una serie de discusiones, enfoques y escuelas de pensamiento.

Inicialmente, la pregunta de investigación surgió como respuesta a la preocupación por la disminución de los hábitos de lectura en la era digital. En un estudio realizado por el Pew Research Center en 2019, se encontró que el 27% de los adultos en los Estados Unidos no había leído un solo libro en el último año, lo que alimentó la preocupación por la disminución de los

hábitos de lectura en la era digital (Smith, 2019). Esta preocupación dio lugar a debates sobre si la lectura estaba siendo desplazada por formas más visuales y consumistas de entretenimiento digital. Esta discusión dio origen a enfoques que buscaban comprender los cambios en los patrones de lectura y encontrar formas de revitalizar el interés por la lectura en un entorno tecnológico.

Simultáneamente, también se relacionó con la evolución de los medios de comunicación y la narrativa transmedia. A medida que los consumidores demandaban experiencias más interactivas y participativas, surgió un interés en explorar cómo la narrativa podría expandirse más allá de los límites tradicionales de un solo medio. Esta perspectiva condujo a la concepción de plataformas transmedia que integran múltiples medios y formatos para contar historias de manera más completa y envolvente. Por ejemplo, el proyecto "Fiction Express" combina libros electrónicos con elementos interactivos en línea para involucrar a los lectores en la creación de historias a medida que se desarrollan (Fiction Express, s.f.).

En términos de innovaciones teóricas y conceptuales, se han generado una serie de enfoques y modelos para comprender la relación entre la tecnología y la lectura. Henry Jenkins, en su libro "Convergence Culture: Where Old and New Media Collide", propuso la teoría de la convergencia de medios, que examina cómo los medios tradicionales y digitales interactúan y se integran entre sí para crear nuevas formas de narrativa y participación del público (Jenkins, 2006). Además, la literatura digital, definida como obras literarias que utilizan medios digitales como su forma primaria de expresión, ofrece ejemplos fascinantes de cómo la tecnología puede transformar la experiencia de lectura. Por ejemplo, "Patchwork Girl" de Shelley Jackson, una novela hipertextual publicada en 1995, explora la naturaleza fragmentaria y no lineal de la narrativa digital (Jackson, 1995). Desde la teoría de la convergencia de medios hasta los

conceptos de narrativa transmedia y literatura digital, se han desarrollado marcos conceptuales que exploran cómo los medios digitales pueden transformar la experiencia de lectura y promover la participación del público.

En la búsqueda por aplicar los conceptos teóricos en la práctica, se han desarrollado una variedad de productos de investigación destinados a hacer que la lectura sea más accesible, atractiva y participativa para una audiencia digital. Estos productos abarcan desde aplicaciones móviles y plataformas en línea hasta experiencias de realidad virtual y aumentada. Una aplicación móvil notable en este campo es "Readsie", una plataforma que combina elementos de redes sociales con la lectura de libros electrónicos. Los usuarios pueden seguir a amigos, compartir sus lecturas y participar en discusiones sobre libros, todo dentro de la aplicación (Readsie, s.f.). Otro ejemplo son las plataformas en línea de lectura colaborativa, como "Bookship". Esta plataforma permite a los lectores formar grupos de lectura, discutir libros y compartir recomendaciones. Además, ofrece funciones de anotación colaborativa para que los lectores puedan interactuar directamente con el texto mientras leen (Bookship, s.f.).

En el ámbito de la realidad virtual, "InkBlot VR" es un proyecto piloto que utiliza esta tecnología para crear entornos inmersivos donde los lectores pueden explorar escenarios relacionados con la trama de un libro. Esta experiencia no solo hace que la lectura sea más visual y emocionante, sino que también fomenta una mayor conexión emocional con la historia (InkBlot VR, s.f.). Asimismo, las experiencias de realidad aumentada también han sido empleadas para enriquecer la lectura. Por ejemplo, "Storyball" es un libro de cuentos para niños que utiliza tecnología de realidad aumentada. Los lectores pueden escanear páginas específicas con una aplicación móvil y ver personajes y escenarios cobrar vida en sus dispositivos, lo que mejora la experiencia de lectura de manera interactiva (Storyball, s.f.).

En términos de metodologías, la investigación en este campo ha adoptado un enfoque interdisciplinario que combina métodos para comprender tanto los aspectos cuantitativos como cualitativos de la experiencia de lectura en la era digital. En un estudio llevado a cabo por investigadores de la Universidad de Stanford, se utilizó una combinación de encuestas en línea, entrevistas semiestructuradas y análisis de datos de uso para investigar los patrones de lectura en jóvenes adultos y evaluar el impacto de las plataformas digitales en sus hábitos de lectura (Smith et al., 2020).

Los resultados de estas investigaciones han generado una serie de conclusiones y mejores prácticas para diseñar y promover plataformas transmedia de lectura en un mundo tecnológico. Estas conclusiones incluyen la importancia de la accesibilidad, la personalización y la participación del usuario; la necesidad de integrar múltiples medios y formatos de manera coherente y significativa para crear una experiencia de lectura enriquecedora y satisfactoria.

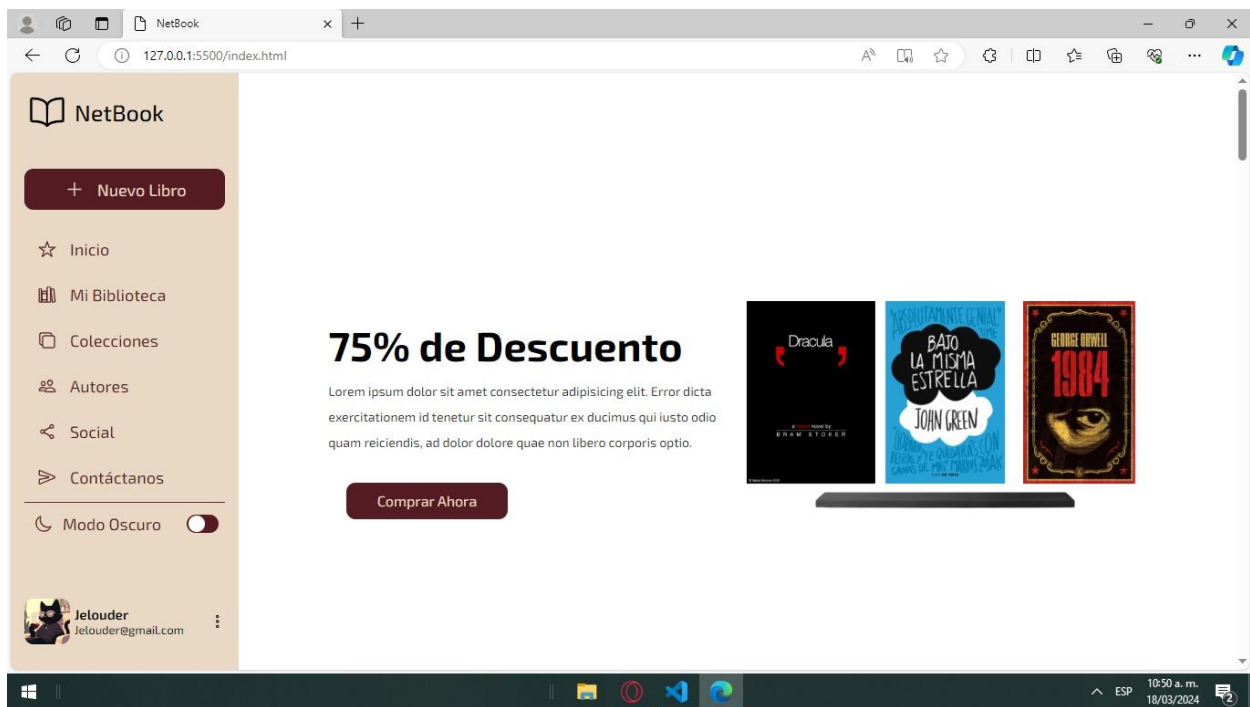
Encuesta

En base a las investigaciones previas, creamos la siguiente encuesta para entender más detalladamente las necesidades y pensamientos del usuario objetivo:

- 1. ¿Qué tan interesado estarías en utilizar una plataforma como Netbook para acceder a libros virtuales y audiolibros de diferentes géneros?**
- 2. ¿Con qué frecuencia crees que usarías la plataforma Netbook para leer libros virtuales o escuchar audiolibros?**
- 3. ¿Qué características de Netbook te resultan más atractivas? (Selecciona todas las que correspondan)**

4. **¿Qué géneros literarios te gustaría encontrar en Netbook? (Selecciona todas las que correspondan)**
5. **¿Estarías dispuesto a pagar por acceder a contenido premium en Netbook, como libros exclusivos o funciones adicionales?**

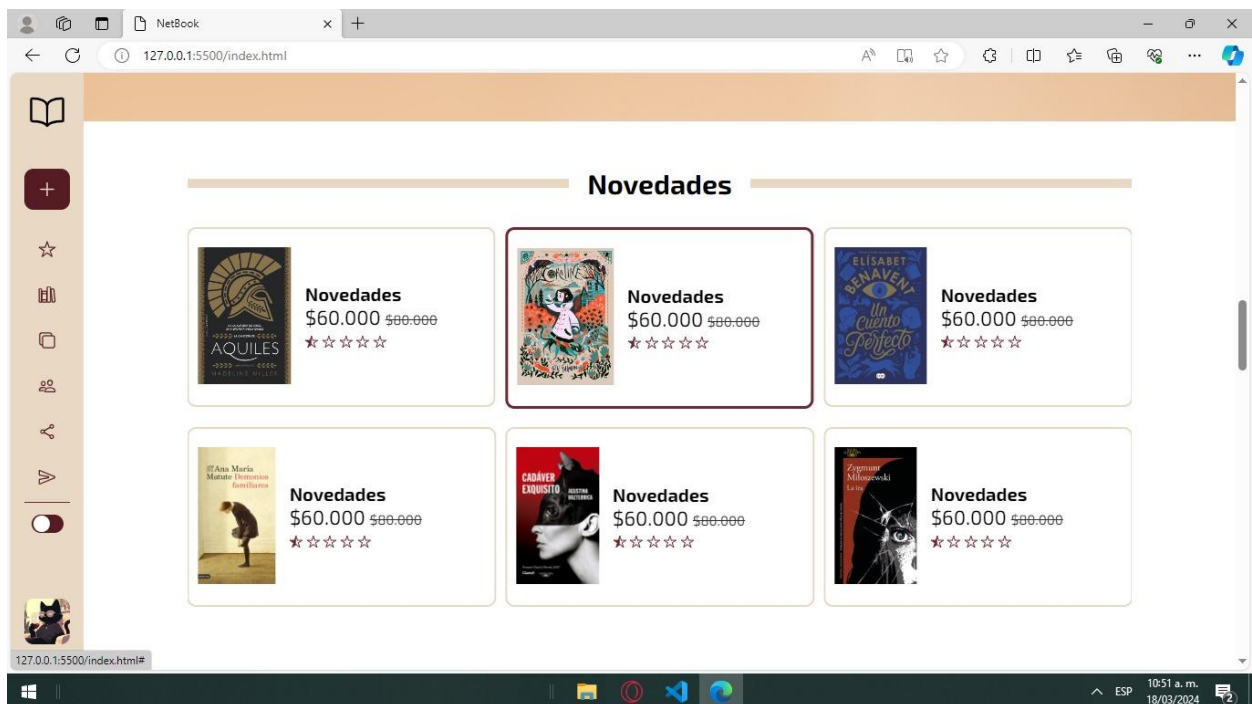
6. **¿Qué impresión te genera la página principal de nuestra aplicación en términos de su atractivo visual y funcionalidad?**



Fuente: autoría propia

7. ¿Estarías interesado/a en participar en eventos virtuales organizados por Netbook, como charlas con escritores, talleres literarios o presentaciones de libros?

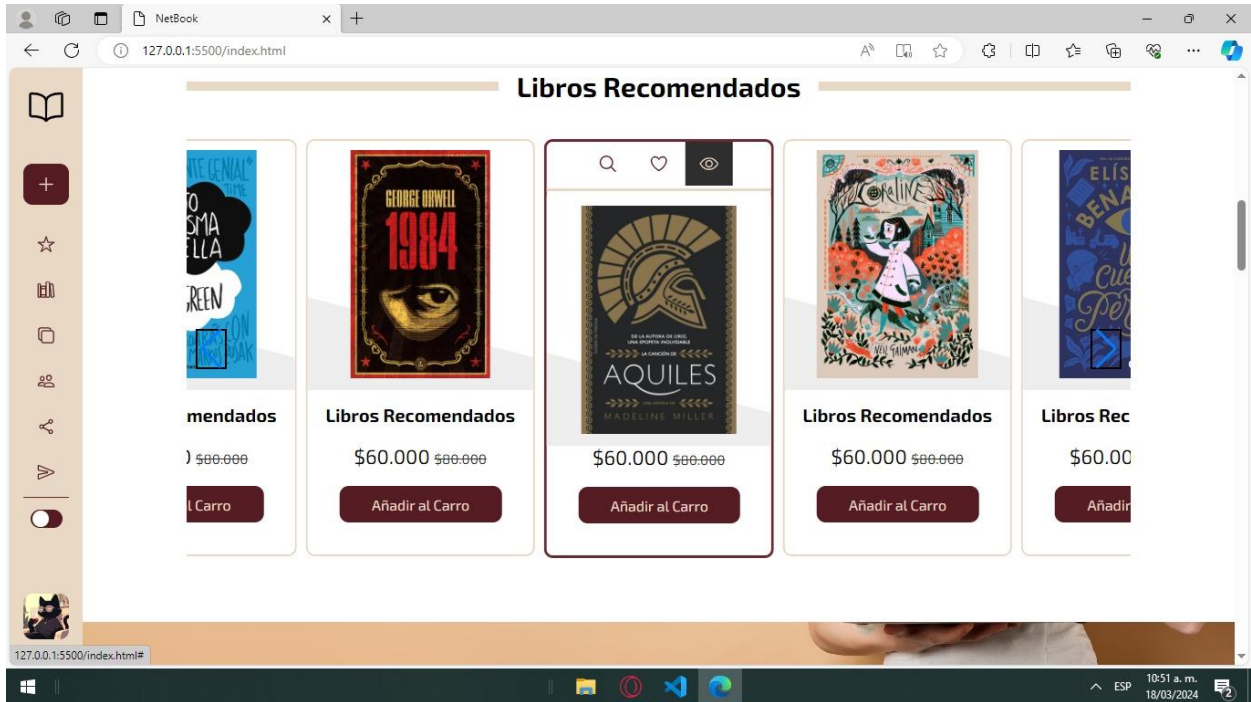
8. ¿Qué valoración le otorgas a la sección de novedades, la cual exhibirá nuevos lanzamientos de libros o aquellos que sean populares, en términos de su relevancia para ti?



Fuente: autoría propia

9. ¿Qué tan importante consideras que sea la inclusión de audiolibros junto con los libros virtuales en Netbook?

10. ¿Estarías interesado en recibir recomendaciones de libros por parte de nuestra aplicación, basadas en tu algoritmo de búsqueda?



Fuente: autoría propia

11. ¿Qué tipo de contenido te gustaría encontrar en la red social de Netbook?

(Selecciona todas las que correspondan)

12. ¿Qué tipo de herramientas o recursos te gustaría tener disponibles para la

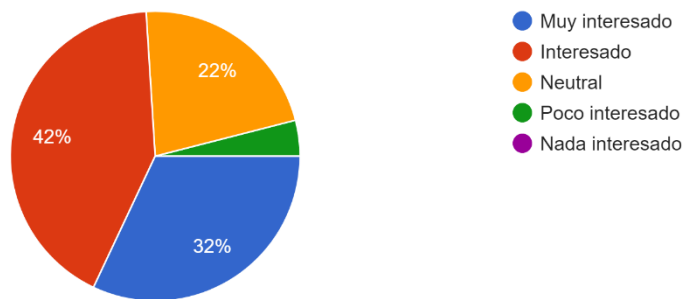
creación de tus propios libros en Netbook? (Selecciona todas las que

correspondan)

Resultados de la Encuesta

1. ¿Qué tan interesado estarías en utilizar una plataforma como Netbook para acceder a libros virtuales y audiolibros de diferentes géneros?

50 respuestas

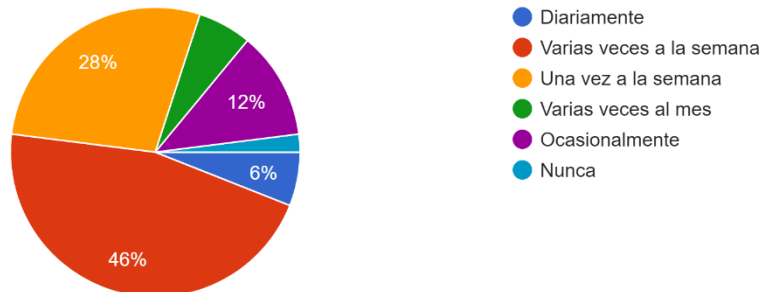


Fuente: autoría propia

Este gráfico sugiere que hay un interés en la plataforma, pero no al punto de que la aplicación se pueda convertir en una prioridad para las personas. Esto puede implicar que, aunque encuentran valor en la plataforma, tienen otras actividades o servicios que consideran más importantes en su día a día. Es importante considerar cómo se puede mejorar la plataforma para aumentar su relevancia y convertirla en una opción más atractiva para los usuarios.

2. ¿Con qué frecuencia crees que usarías la plataforma Netbook para leer libros virtuales o escuchar audiolibros?

50 respuestas

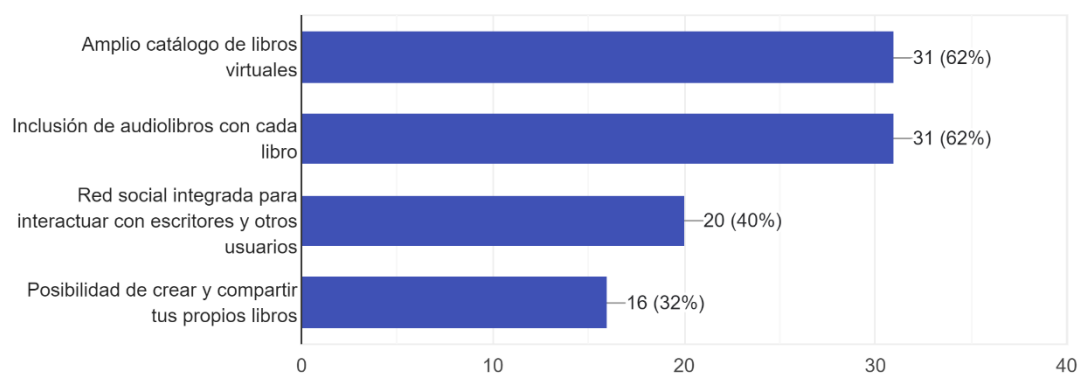


Fuente: autoría propia

Podemos ver un interés considerable en el uso frecuente de la plataforma. Los encuestados indican que estarían dispuestos a utilizarla varias veces por semana o al menos una vez a la semana. Quiere decir que existe un potencial de compromiso regular por parte de los usuarios, lo cual es una señal positiva para la viabilidad y relevancia continua de la plataforma. Es importante seguir explorando cómo satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios para fomentar esta frecuencia de uso y mantener su interés a largo plazo.

3. ¿Qué características de Netbook te resultan más atractivas? (Selecciona todas las que correspondan)

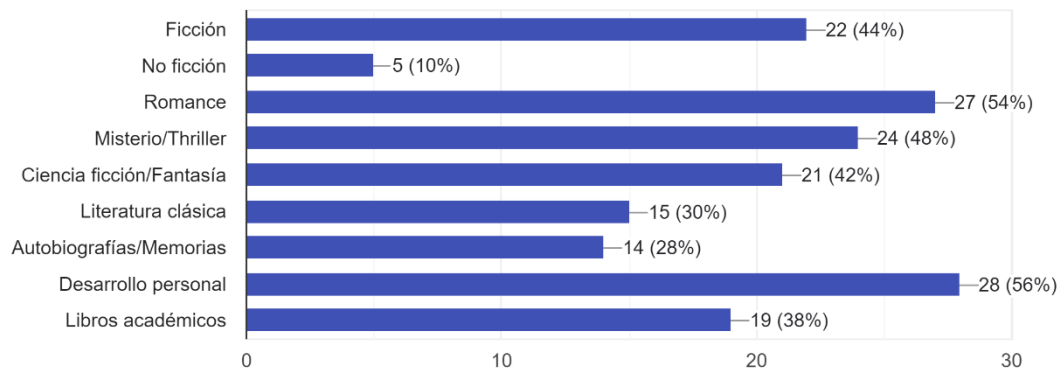
50 respuestas



Tanto el amplio catálogo de libros virtuales como la inclusión de audiolibros junto con cada libro son características altamente valoradas. Estos aspectos destacables son puntos fuertes de la plataforma que la hacen atractiva para los usuarios. Esto sugiere que enfocarse en mejorar y expandir el catálogo de libros virtuales, así como en la integración de audiolibros, sería una estrategia efectiva para aumentar la satisfacción de los usuarios y su compromiso con la plataforma.

4. ¿Qué géneros literarios te gustaría encontrar en Netbook? (Selecciona todas las que correspondan)

50 respuestas

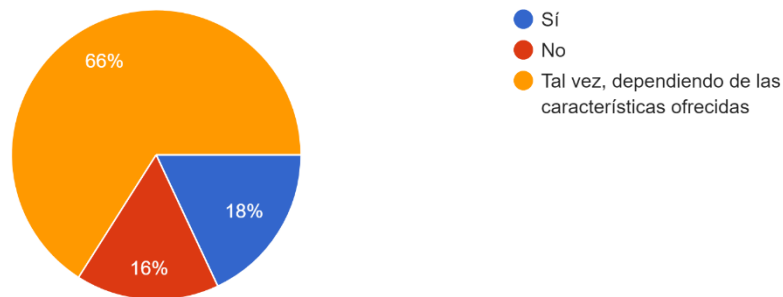


Los géneros más llamativos para los encuestados son ficción, romance, misterio, ciencia ficción y desarrollo personal. Esto quiere decir que hay diversidad de intereses entre los usuarios, desde la búsqueda de entretenimiento y escapismo hasta el deseo de crecimiento personal y exploración de ideas futuristas. En consecuencia, la plataforma se podría beneficiar al enfocar su atención en la adquisición y promoción de libros dentro de estos géneros, satisfaciendo así las

preferencias de su audiencia principal y aumentando su atractivo para un rango más amplio de usuarios.

5. ¿Estarías dispuesto a pagar por acceder a contenido premium en Netbook, como libros exclusivos o funciones adicionales?

50 respuestas

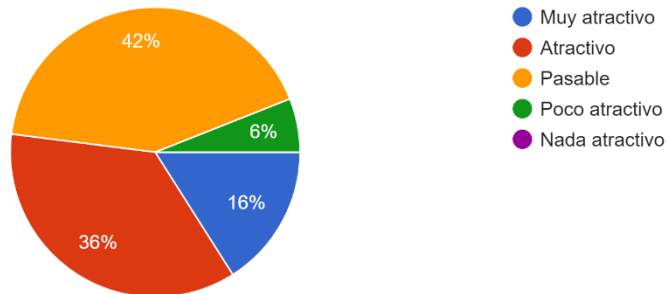


Fuente: autoría propia

Aquí podemos ver que hay una disposición por parte de la mayoría de las personas encuestadas por pagar contenido premium en la plataforma, aunque está condicionada a las características específicas que la plataforma les ofrezca. Quiere decir que los usuarios valoran el contenido premium, pero esperan que este contenido tenga un valor agregado significativo que justifique su pago. Por lo tanto, la plataforma puede aprovechar esta disposición al diseñar ofertas premium que satisfagan las necesidades y expectativas de los usuarios, ofreciendo características exclusivas y de alta calidad que agreguen valor al servicio.

6. ¿Qué impresión te genera la página principal de nuestra aplicación en términos de su atractivo visual y funcionalidad?

50 respuestas

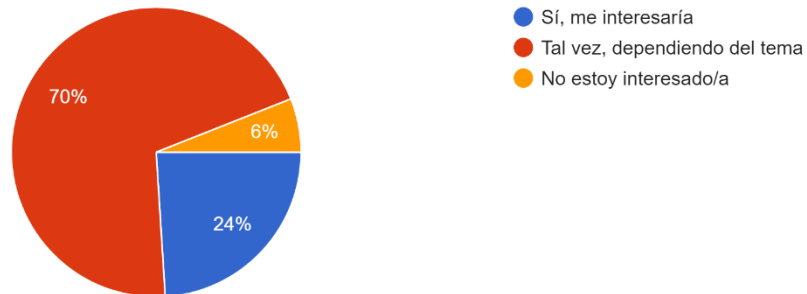


Fuente: autoría propia

La impresión de las personas respecto a lo visual y funcional de la plataforma es en su mayoría pasable, con una proporción considerable de personas que la encuentran atractiva. La plataforma cumple con ciertos estándares mínimos de presentación y funcionalidad, pero aún hay margen para mejorar y hacerla más atractiva para un mayor número de usuarios. Es importante ver los comentarios y sugerencias de los usuarios para identificar áreas específicas de mejora, ya sea en el diseño visual o en la usabilidad de la plataforma, con el objetivo de aumentar su atractivo y satisfacción general de los usuarios.

7. ¿Estarías interesado/a en participar en eventos virtuales organizados por Netbook, como charlas con escritores, talleres literarios o presentaciones de libros?

50 respuestas

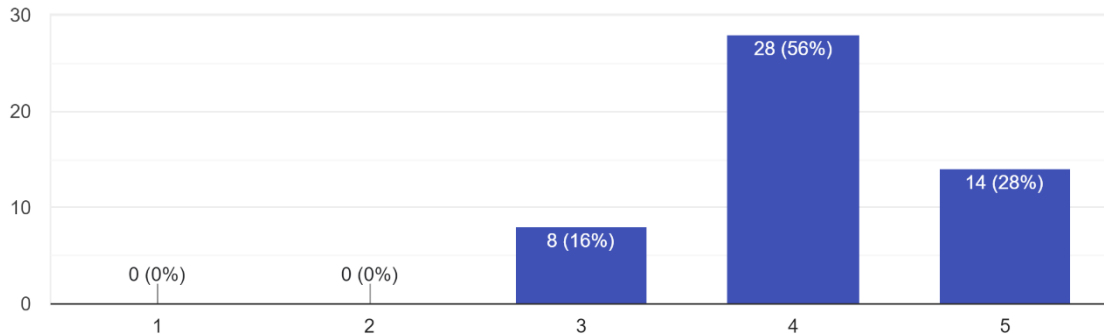


Fuente: autoría propia

La opción "tal vez, dependiendo del tema" fue la más elegida. Los encuestados están dispuestos a considerar la participación en eventos virtuales, pero desean que los temas abordados sean relevantes e interesantes para ellos. Por lo tanto, la plataforma puede maximizar la participación en estos eventos al ofrecer una variedad de temas que resuenen con los intereses de su audiencia.

8. ¿Qué valoración le otorgas a la sección de novedades, la cual exhibirá nuevos lanzamientos de libros o aquellos que sean populares, en términos de su relevancia para ti?

50 respuestas

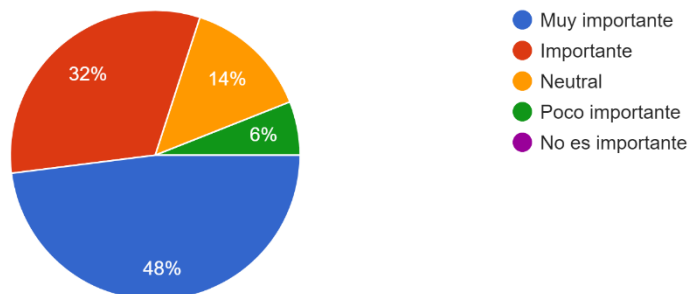


Fuente: autoría propia

Los usuarios valoran la capacidad de la plataforma para mantenerlos actualizados sobre los últimos lanzamientos y tendencias en el mundo de la literatura. Es importante para la plataforma seguir manteniendo esta sección actualizada y relevante para satisfacer las expectativas de los usuarios y mantener su compromiso con la plataforma.

9. ¿Qué tan importante consideras que sea la inclusión de audiolibros junto con los libros virtuales en Netbook?

50 respuestas

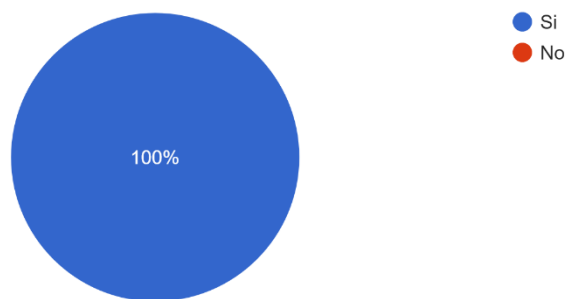


Fuente: autoría propia

La inclusión de audiolibros junto con los libros virtuales es una demanda fuerte entre los usuarios, lo que subraya la importancia de esta función para la satisfacción del usuario y la competitividad de la plataforma.

10. ¿Estarías interesado en recibir recomendaciones de libros por parte de nuestra aplicación, basadas en tu algoritmo de búsqueda?

50 respuestas

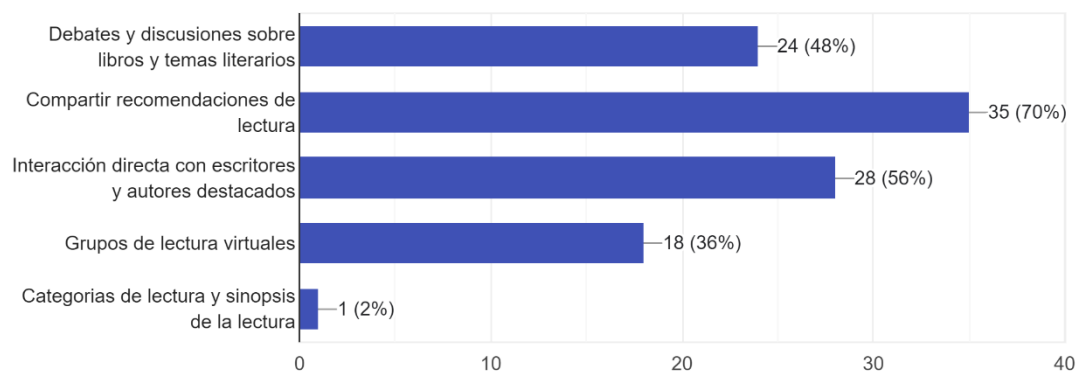


Fuente: autoría propia

Esta respuesta unánime indica un fuerte interés por parte de los usuarios en recibir sugerencias personalizadas de libros que se ajusten a sus intereses y preferencias. Los usuarios valoran la capacidad de la plataforma para proporcionar recomendaciones relevantes y útiles, lo que puede mejorar significativamente su experiencia de usuario al facilitar la búsqueda y descubrimiento de nuevos libros.

11. ¿Qué tipo de contenido te gustaría encontrar en la red social de Netbook? (Selecciona todas las que correspondan)

50 respuestas

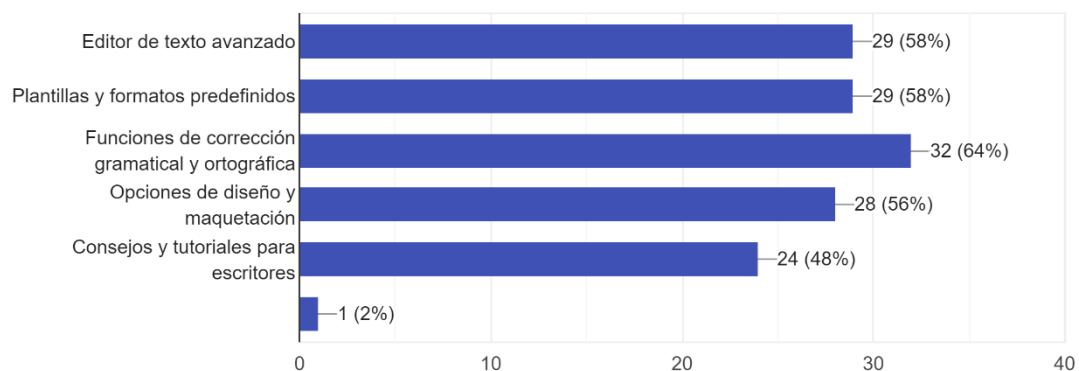


Fuente: autoría propia

Podemos ver que los usuarios están interesados en utilizar la red social como un espacio para compartir y descubrir recomendaciones de libros, así como para conectarse y participar en conversaciones con figuras destacadas en el mundo literario. Estas preferencias resaltan la importancia de crear una comunidad en línea donde los usuarios puedan compartir sus intereses literarios y participar en conversaciones significativas con otros miembros y profesionales del campo.

12. ¿Qué tipo de herramientas o recursos te gustaría tener disponibles para la creación de tus propios libros en Netbook? (Selecciona todas las que correspondan)

50 respuestas



Fuente: autoría propia

Esto indica que los usuarios valoran la diversidad de opciones y herramientas disponibles para ayudarles en el proceso de creación de sus propios libros. Es posible que deseen tener acceso a una amplia gama de recursos para facilitar la escritura, edición, diseño y publicación de sus obras.

Metodología de creación basado en el análisis de investigación

Haciendo un análisis en general de los gráficos, llegamos a la conclusión que hay un interés y compromiso por parte de los usuarios hacia la plataforma Netbook. Los encuestados muestran una disposición a participar en eventos virtuales, pagar por contenido premium, recibir recomendaciones personalizadas y utilizar una variedad de herramientas para la creación de sus propios libros. Además, hay un claro interés en la inclusión de audiolibros y novelas gráficas, así como en características como la sección de novedades y la interacción con escritores y autores

destacados en la red social de la plataforma. Quiere decir que los usuarios valoran la diversidad de opciones y recursos disponibles en la plataforma, al igual que la oportunidad de conectarse con otros miembros de la comunidad literaria. En consecuencia, Netbook tiene la oportunidad de aprovechar estos hallazgos para mejorar y expandir su oferta, satisfaciendo así las necesidades y expectativas de sus usuarios y fortaleciendo su posición en el mercado de libros electrónicos y literatura en línea con fuertes toques disruptivos.

Alcance de los objetivos

Con base a las investigaciones previas y los resultados de la encuesta realizada, al igual que el resultado del seguimiento de los objetivos tanto específicos y principal, se crearon las bases de una aplicación web de membresía para libros, audiolibros y novelas gráficas que resuelve los problemas planteados e incentiva la lectura en un mundo distraído por la economía de la atención. En base a la investigación previa llevada a cabo en el proyecto, se llegó a la idea de expandir el universo literario de la plataforma hacia otros medios, tales como podcast, blogs y redes sociales. La idea principal del trabajo es ofrecer una plataforma digital que proporcione acceso fácil y personalizado a una amplia variedad de libros, audiolibros y novelas gráficas, adaptados a los intereses y preferencias de los usuarios. Una biblioteca digital. Se creará, implementada a la propia plataforma, una pequeña red social en donde las personas podrán publicar reseñas sobre las obras, y en donde se podrá escribir blogs relacionados al mundo de las historias. Fuera de esto, se generará contenido en otras plataformas, como podcasts en Spotify y contenido literario tanto en Instagram como en Youtube.

Repasos generales de la plataforma

La aplicación se desarrolló a través de lenguajes básicos de programación web como HTML, CSS y JavaScript para la interfaz y funcionalidades de la aplicación. Se requerirá en un futuro el uso de lenguajes específicos para la gestión de bases de datos, al igual que la implementación de algoritmos de recomendación personalizada para ofrecer al usuario una sensación más moderna.

El desarrollo de la página web involucró procesos básicos de desarrollo web, pero la idea a futuro es involucrar otros procesos, como el análisis de requisitos, la planificación y diseño de la arquitectura del sistema, la implementación de las funcionalidades de búsqueda, recomendación y reproducción de libros, audiolibros y novelas gráficas, así como la realización de pruebas y la corrección de errores. Se seguirán metodologías ágiles de desarrollo de software para garantizar una implementación eficiente y una iteración constante basada en la retroalimentación de los usuarios. Las prácticas de creación en el proyecto adoptarán estándares de diseño responsivo para garantizar que la aplicación sea accesible y funcione correctamente en diferentes dispositivos y tamaños de pantalla. También se deberá llevar a cabo prácticas de seguridad para proteger la información de los usuarios y garantizar la confidencialidad de los datos.

La interfaz de la aplicación web es intuitiva, fácil de navegar y atractiva visualmente para captar la atención de los usuarios. Se aplicaron principios de diseño centrados en el usuario y en la usabilidad para crear una experiencia de lectura fluida y agradable; antes de cualquier implementación creativa o que fomente la lectura, primero se cerciorará el buen funcionamiento y de que se tengan unas buenas bases de diseño. Hay que permitir a los usuarios personalizar su experiencia de lectura, como seleccionar temas de lectura, ajustar el tamaño de fuente, elegir el

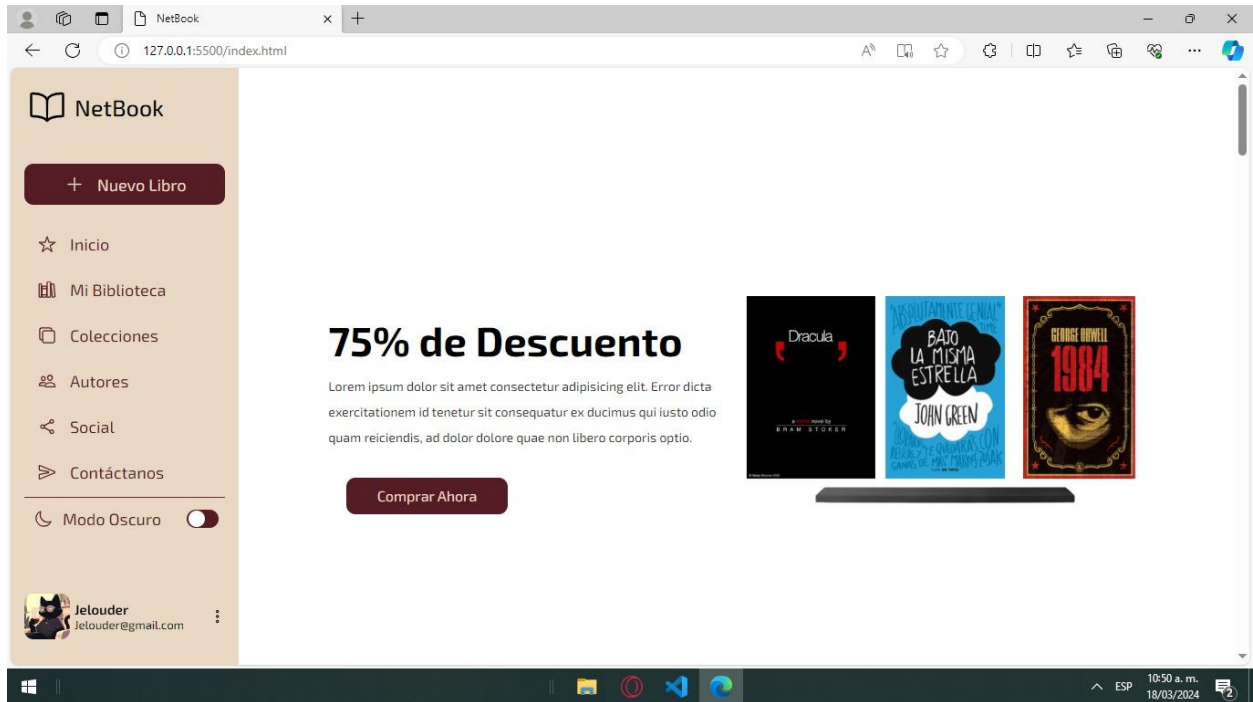
modo de visualización y establecer preferencias de búsqueda y recomendación. Esto les brinda un sentido de control y comodidad, mejorando su percepción de la aplicación. La interfaz de la aplicación las desarrollaremos de manera que sea atractiva visualmente y coherente con la temática de la lectura, utilizando elementos gráficos, tipografías y colores que transmitan la esencia de la lectura y refuercen la identidad de la marca. Permitiremos a los usuarios resaltar texto, agregar notas, crear marcadores y compartir fragmentos de libros en redes sociales. Esto les va a brindar la oportunidad de expresar sus pensamientos, emociones y recomendaciones relacionadas con la lectura. Ahora, referente a contenidos, vamos a establecer un sistema eficiente para la incorporación, organización y actualización de libros, audiolibros y novelas gráficas en la plataforma. Esto implica establecer procesos para la adquisición de derechos de autor, la conversión de formatos y la catalogación de los contenidos. Tendremos que garantizar que los libros, audiolibros y novelas gráficas ofrecidos en la aplicación cumplan con altos estándares de calidad en términos de escritura, narración y producción. Esto se puede lograr a través de la selección cuidadosa de los títulos y la colaboración con editores y autores reconocidos. Por supuesto, no hay que olvidar las colaboraciones con autores e influencers literarios. Estableceremos asociaciones con autores reconocidos y expertos en literatura para generar contenido exclusivo, como entrevistas, recomendaciones y eventos en línea. Esto amplía la visibilidad de la plataforma y crea conexiones con la comunidad literaria. Además de esto, se aportará una sección de publicación para autores amateurs que buscan un respaldo editorial, por lo que haremos la función de editorial, proporcionando no tan solo la publicación del libro en nuestra plataforma y en formato tradicional dándoles sus respectivas ganancias a los autores, sino que también les proporcionaremos podcasts especializados para sus historias, contenido en redes, y crearemos el audiolibro y la novela gráfica.

Cabe recalcar que se promoverá la plataforma en eventos literarios, festivales y ferias del libro. Esto permitirá difundir la plataforma entre audiencias interesadas en la lectura y generar asociaciones con instituciones culturales, así nos granjearemos primero el interés de aquellos a los que en una primera instancia sí les gusta la lectura, para que después podamos atraer a los no lectores. De esta manera, buscaremos convenios con instituciones educativas o del estado para proporcionar de manera gratis los beneficios de la membresía a quienes están afiliados a estas instituciones.

Según nuestras investigaciones, es de vital importancia intentar hacer un cambio de paradigmas que sea capaz tanto de enderezar los buenos hábitos como de combinar la expresividad visual que se está viviendo en la actualidad con la lectura.

A continuación, el prototipo que se realizó

Prototipo de la Página Principal



Fuente: autoría propia

Los colores de la página son simples, pero suficientes para transmitir la calidez, la tranquilidad y la sensación de hogar que queremos. El ícono es sencillo: un libro abierto. El menú trae las opciones principales, las que más les interesa a los usuarios.

Nuevo Libro cumple la función de búsqueda. Al presionarlo, el usuario será dirigido a la barra de búsqueda, así como a opciones según la información que el algoritmo ha recopilado de la persona.

El **Inicio** es para regresar a la página principal.

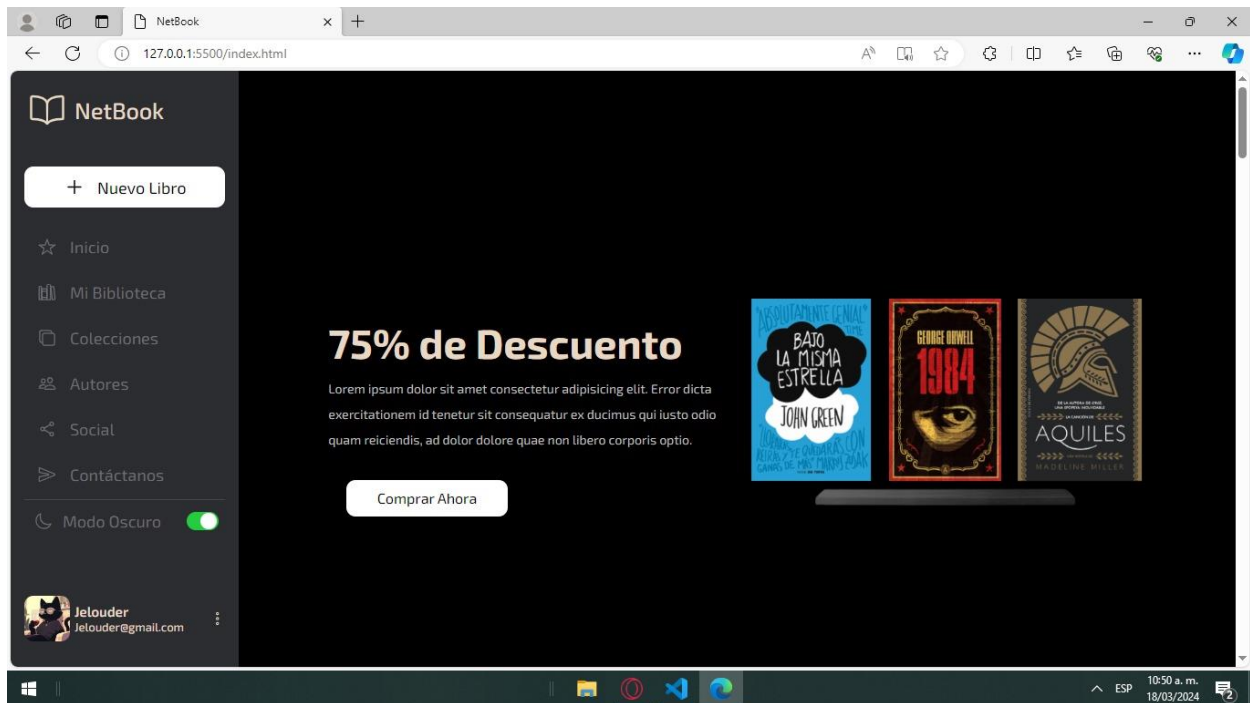
En **Mi Biblioteca** se va a encontrar los leídos, quiero leer y leyendo del usuario; las mismas opciones en forma audiolibro y novela gráfica, como los podcast y blogs y el respectivo porcentaje de completado.

En **Colecciones** se podrá encontrar, como dice el nombre, colecciones de títulos según las preferencias de la persona, separado por géneros, autores y editoriales, al igual que por temas. Algo parecido a las playlist recomendadas por Spotify o Youtube Music.

En **Autores** se encontrarán los perfiles de los escritores. Aquí se podrán ver las nuevas o futuras publicaciones del autor, así como las opiniones y blogs de los escritores de la propia plataforma.

En **Social** podremos ver la pequeña red social de Netbook. Opiniones sobre libros de los usuarios que se siguen, o simplemente sus publicaciones opinando de cualquier cosa acerca del mundo literario.

En **Contáctanos**, las personas podrán hablarnos para el proceso editorial.

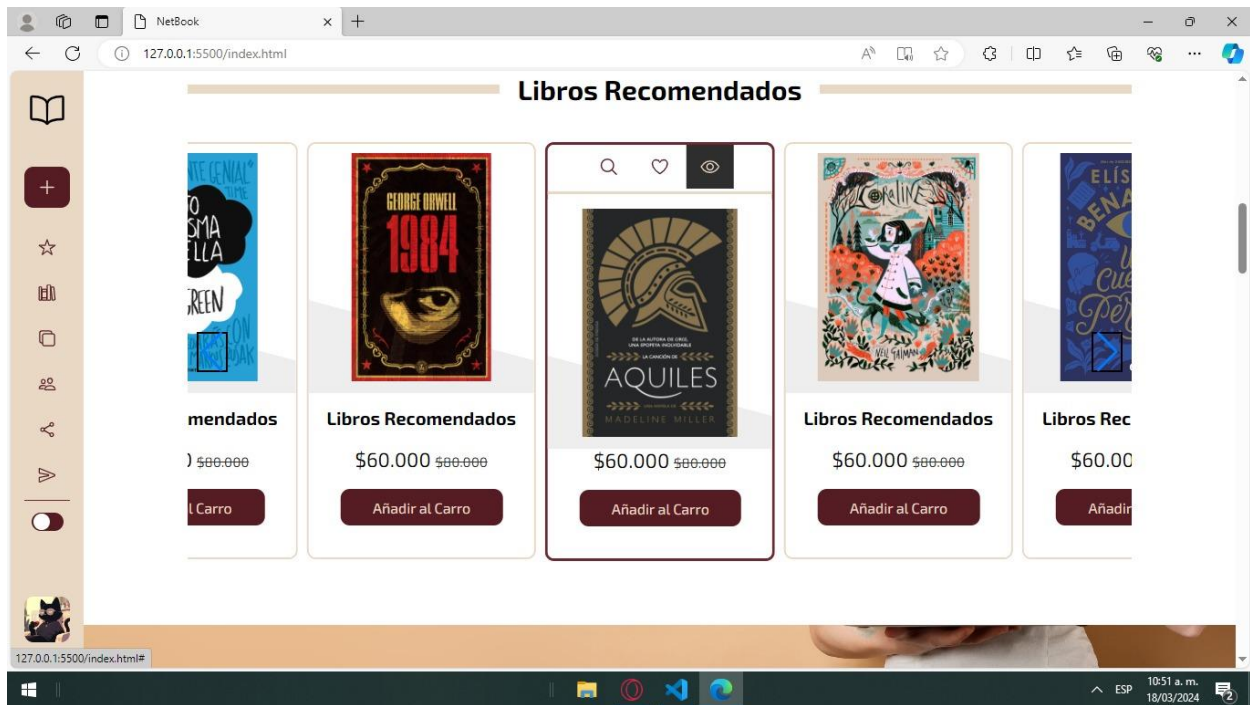


Fuente: autoría propia

Este sería el modo noche implementado en la plataforma, el cual se consigue presionando en el botón con el mismo nombre, en el menú principal, bajo la opción de Contáctanos.

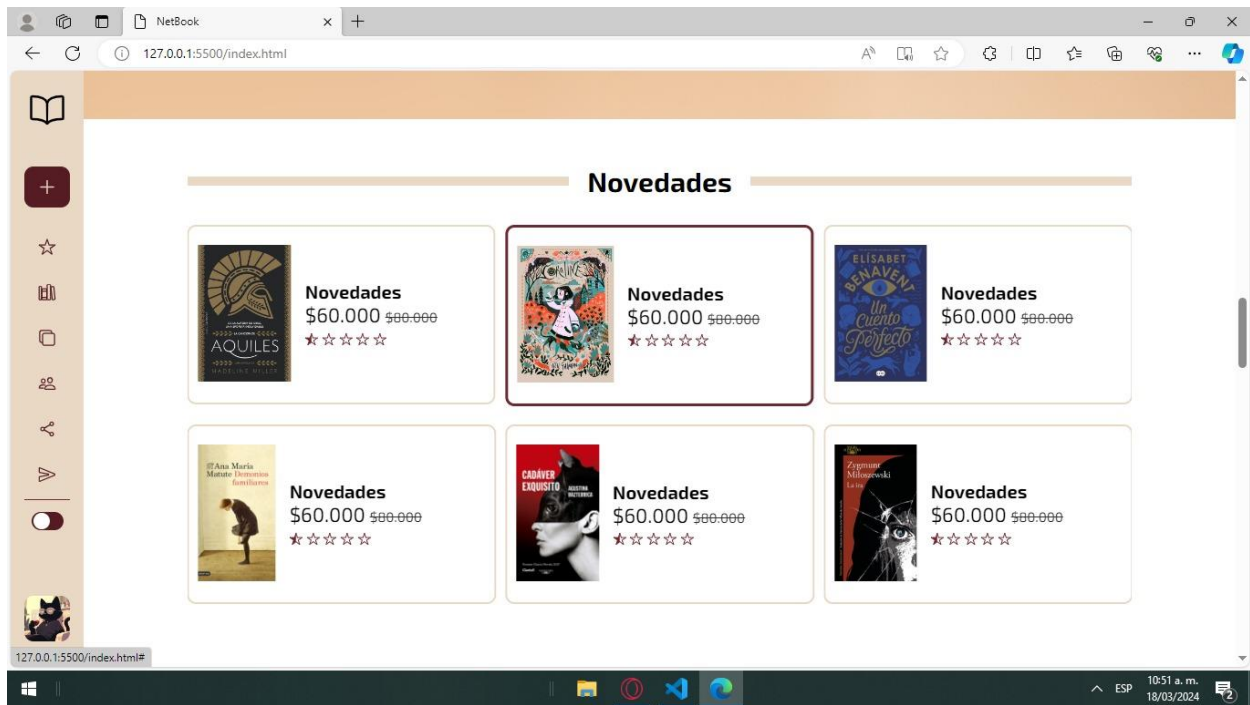
Más abajo se encuentra el perfil del usuario. Si la persona no está conectada, aparecerá la opción de Registrarse/Iniciar Sesión.

Dejando las opciones del menú atrás, en un primer vistazo podemos ver un apartado de descuentos. Este apartado es para aquellos que no hayan pagado una membresía y han comprado nuestros libros de manera separada, en formato Epub. Antes de continuar, se debe aclarar que este prototipo se creó con la imagen que vería alguien que no haya pagado la membresía.



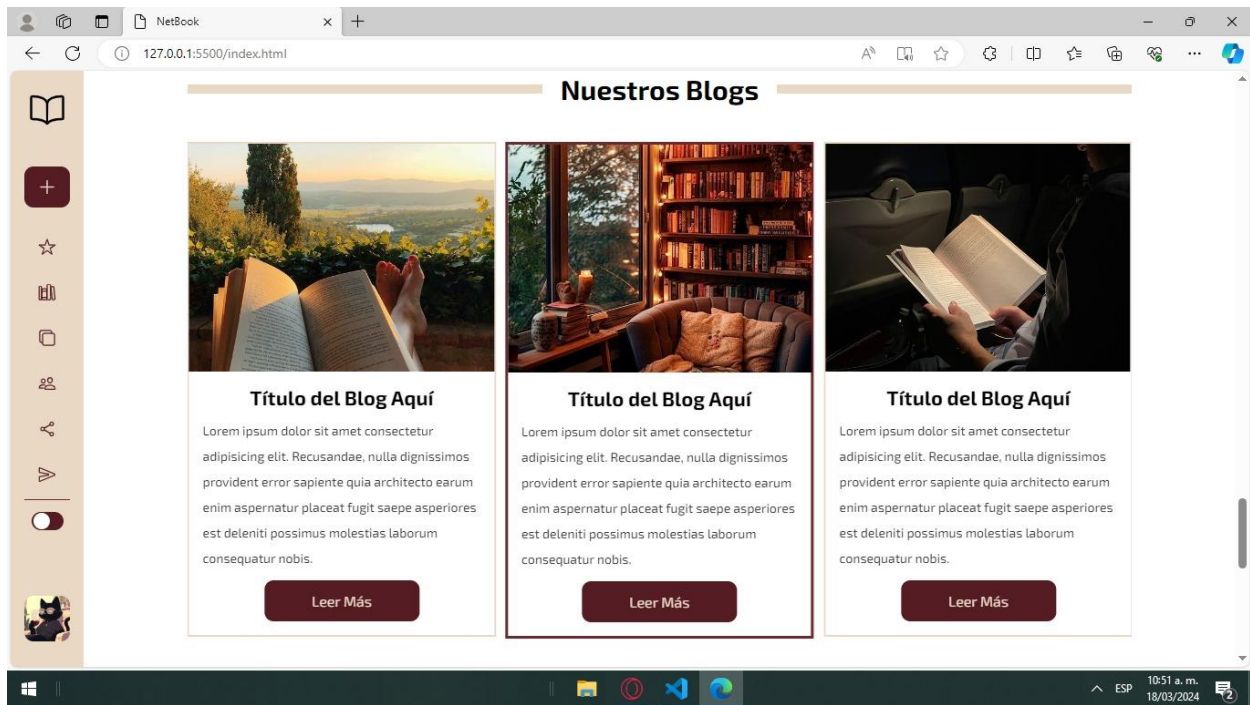
Fuente: autoría propia

En la sección de libros recomendados, se mostrarán las novelas recomendadas por el algoritmo según las preferencias del usuario y lo que está en tendencia en ese momento. Por encima del libro, si se pasa el cursor, aparecerán las opciones de buscar similares, añadirlo a los favoritos o ver más acerca de él. Debajo del precio, se mostrará el botón de Añadir al Carro para quienes no pagan membresía; para quienes sí, solo aparecerá Leer.



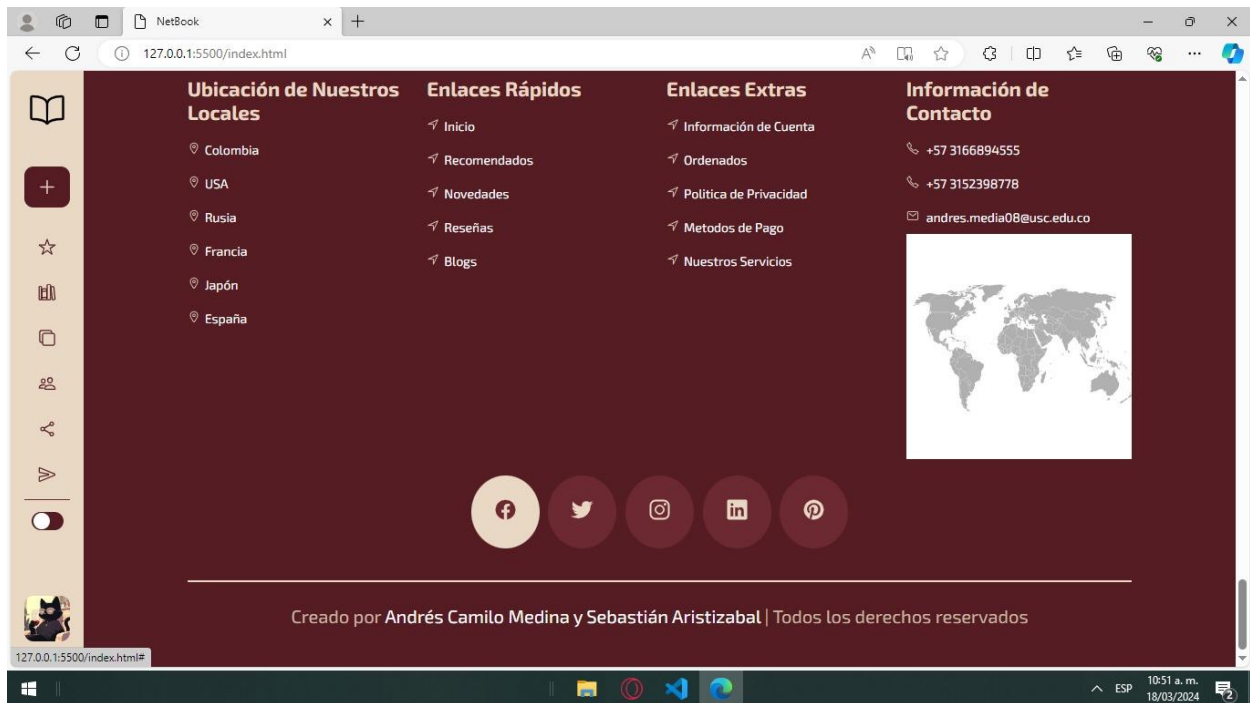
Fuente: autoría propia

El apartado Novedades será una sección más pequeña de la opción de Autores del menú, enfocada más hacia las publicaciones literarias en general, incluso de autores los cuales no siga el usuario.



Fuente: autoría propia

Estas serán las recomendaciones de los blogs más destacados y gustados en ese momento. Teniendo en cuenta autores y usuarios seguidos, así como preferencias, y un pequeño impulso a los menos conocidos.



Fuente: autoría propia

Se quiere que en un futuro se abran bibliotecas en físico, en diferentes localidades del mundo, por lo que se agrega en el footer la ubicación de esas posibles bibliotecas. Al lado estarán los enlaces rápidos que se encuentran en el menú. Los enlaces extras son para información menos relevante de la plataforma, como lo son la política de privacidad o la información de cuenta. En información de contacto el usuario podrá hablar con el servicio técnico. Por último, están los íconos que llevarán hacia las redes sociales de la plataforma, y un poquito más abajo el nombre de sus creadores.

Conclusión

En un mundo inmerso en la vorágine de la tecnología y la competencia constante por captar la atención del público, la literatura enfrenta desafíos singulares. La transformación digital ha permeado todos los aspectos de nuestras vidas, incluyendo la forma en que consumimos y nos relacionamos con la palabra escrita. En este contexto, surge la necesidad imperiosa de revitalizar la literatura, de reinventarla y adaptarla a las demandas y expectativas de una sociedad digitalizada. Es en este escenario donde se sitúa el proyecto, como un intento ambicioso por inspirar una nueva era de aprecio y participación en el mundo literario. Desde una reflexión autobiográfica hasta un análisis teórico, se ha explorado la estrecha relación entre la literatura y la tecnología a lo largo de la historia. Desde los primeros vestigios de la escritura en las paredes de cuevas hasta la proliferación de libros electrónicos y audiolibros en la actualidad, hemos sido testigos de una evolución constante y fascinante en la forma en que accedemos y nos relacionamos con las palabras. Esta exploración nos ha brindado una comprensión más profunda de los desafíos y oportunidades que enfrenta la literatura en la era digital.

Nuestra investigación revela que, si bien la tecnología ha transformado la producción, distribución y consumo de la literatura, también ha planteado desafíos significativos. La disminución de la atención del lector y la competencia con otros medios de entretenimiento digital son solo algunos de los obstáculos que enfrentamos en nuestro intento por promover la lectura en un mundo saturado de estímulos digitales. Sin embargo, también hemos identificado una serie de oportunidades para aprovechar el potencial de la tecnología en la promoción y difusión de la literatura.

Es en este contexto que surge nuestra propuesta: una aplicación transmedia que integra una variedad de formatos literarios, como libros electrónicos, audiolibros, novelas gráficas, blogs

y podcasts. Esta aplicación tiene como objetivo ofrecer una experiencia de lectura atractiva y accesible para las generaciones actuales y futuras, adaptándose a sus intereses y preferencias. Más que una simple plataforma de distribución de contenido, nuestra aplicación busca ser un espacio de encuentro y exploración para los amantes de la literatura, donde puedan descubrir nuevas historias, compartir sus opiniones y conectarse con otros lectores.

La idea futura de creación de esta aplicación será un proceso multidisciplinario que involucrará a profesionales de diferentes campos, desde programadores y diseñadores hasta escritores y expertos en marketing. Hemos utilizado metodologías ágiles de desarrollo de software para garantizar una implementación eficiente y una iteración constante basada en la retroalimentación de los usuarios. Además, hemos aplicado prácticas de diseño centrado en el usuario para garantizar que la aplicación sea intuitiva, fácil de usar y atractiva visualmente.

La interfaz de nuestra aplicación es el corazón de nuestro proyecto. Hemos diseñado una experiencia de usuario fluida y atractiva, que permite a los usuarios explorar y disfrutar del contenido literario de manera intuitiva y sin complicaciones. Se ha prestado especial atención a la personalización y la interactividad, permitiendo a los usuarios adaptar su experiencia de lectura según sus preferencias individuales. Además, hemos integrado elementos de narrativa transmedia para enriquecer la experiencia del usuario y fomentar la participación activa en la comunidad.

Los resultados de nuestro proyecto son claros y convincentes. Hemos identificado una solución innovadora en forma de una aplicación transmedia que integra una variedad de formatos literarios para abordar los desafíos contemporáneos de la literatura en la era digital. Nuestra aplicación busca fomentar la lectura en un mundo saturado de tecnología y rapidez, ofreciendo una experiencia de lectura atractiva y accesible para las generaciones actuales y futuras. Además,

nuestra propuesta demuestra cómo la tecnología puede ser una aliada poderosa en la promoción y difusión de la literatura, adaptándose a los desafíos y oportunidades del mundo contemporáneo.

En última instancia, este proyecto representa un esfuerzo por impulsar un "Segundo Renacimiento" en el mundo literario. No se trata solo de utilizar la tecnología como una herramienta para promover la lectura, sino de abrazarla como un aliado poderoso en nuestra misión de inspirar y conectar a las personas a través de las palabras. Al adaptarnos a los desafíos y oportunidades del mundo contemporáneo, esperamos crear un legado duradero que trascienda las fronteras del tiempo y el espacio, inspirando a las generaciones futuras a descubrir el poder transformador de la literatura.

Cronograma

TAREA	EMPEZAR	FINALIZA
TITULO	FECHA	FECHA
CICLO 1	2/02/2023	20/05/2023
1 Engranaje de las ideas	2/02/2023	9/02/2023
2 Definición de ideas y camino trazado	9/02/2023	16/02/2023
3 Experiencia autobiográfica	20/02/2023	23/02/2023
4 Ubicación del proyecto en la creación. planteamiento del problema y pregunta de investigación	24/02/2023	2/03/2023
5 Marco Teórico	3/03/2023	16/03/2023
6 Correcciones de experiencia autobiográfica y marco teórico	17/03/2023	23/03/2023
7 Citaciones APA en marco teórico	25/03/2023	30/03/2023
8 Objetivos de creación	25/03/2023	30/03/2023
9 Corrección en objetivos de creación	31/03/2023	6/04/2023
10 Antecedentes de investigación	31/03/2023	6/04/2023
11 Metodología basada en la creación	8/04/2023	23/04/2023
12 Correcciones generales al proyecto	25/04/2023	20/05/2023
CICLO 2	2/08/2023	22/11/2023
13 Ideas generales del prototipo	3/08/2023	10/08/2023
14 Creación de wireframe	12/08/2023	17/08/2023
15 Estructura web de la plataforma	21/08/2023	31/08/2023
16 Mejoras de la estructura HTML y CSS	7/09/2023	14/09/2023
17 Correcciones de la estructura	18/09/2023	22/09/2023
18 Programación de la estructura con JS	25/09/2023	22/10/2023
19 Paleta de colores, fuentes tipográficas, diseño de logo y nombre plataforma	27/10/2023	14/11/2023
20 Correcciones generales del prototipo	15/11/2023	22/11/2023
CICLO 3	1/02/2024	2/05/2024
21 Solicitud de asesor	1/02/2024	15/02/2024
22 Asignación de asesor y charlas para correcciones	16/02/2024	22/02/2024
23 Realización de encuesta	24/02/2024	5/03/2024
24 Tabla de contenido e ilustraciones y bibliografía	6/03/2024	13/03/2024
25 Analisis de resultados de encuesta y creación de gráficos	14/03/2024	25/03/2024
26 Conclusiones de proyecto	26/03/2024	5/04/2024
27 Correcciones basadas en las asesorías del CELOA	6/04/2024	11/04/2024
28 Envío de trabajo de grado	12/04/2024	12/04/2024
29 Correcciones basadas en los comentarios del jurado	30/04/2024	2/05/2024

Bibliografía

Artículos:

Comunidad Baratz. (15 de abril de 2021). *El libro a través del tiempo: desde la Antigüedad hasta la actualidad*. Recuperado el 11/04/2024 de:

<https://www.comunidadbaratz.com/blog/el-libro-a-traves-del-tiempo-desde-la-antigüedad-hasta-la-actualidad/>

Equipo editorial. (12 de agosto de 2022). *Tecnología*. Recuperado el 11/04/2024 de:

<https://concepto.de/tecnologia>

Floriano, J. (25 de julio de 2022). *¿Qué es el diseño persuasivo?* Dsigno. Recuperado el 11/04/2024 de: <https://www.dsigno.es/blog/disenio-grafico/que-es-el-disenio-persuasivo#:~:text=El%20diseño%20persuasivo%20es%20aquel,a%20base%20de%20diseño%20persuasivo>.

[Opersuasivo](https://www.dsigno.es/blog/disenio-grafico/que-es-el-disenio-persuasivo#:~:text=El%20diseño%20persuasivo%20es%20aquel,a%20base%20de%20diseño%20persuasivo).

Inboundcycle (18 de marzo de 2022). *Marketing editorial: estrategias digitales en la industria del libro*. Recuperado el 11/04/2024 de [https://www.inboundcycle.com/blog-de-](https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-editorial)

[inbound-marketing/marketing-editorial](https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-editorial)

Navarro Colorado, Borja. (2003). *Aspectos retórico-comunicativos del desarrollo de sitios web*, Alicante: Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos, Universidad de

Alicante: <http://www.dlsi.ua.es/~borja/ishr03.pdf>

Pursell, S. (17 de abril de 2023). *Diseño centrado en el usuario: qué es, etapas y ejemplos*. HubSpot. Recuperado el 11/04/2024 de: [https://blog.hubspot.es/website/disenio-](https://blog.hubspot.es/website/disenio-centrado-usuario)

[centrado-usuario](https://blog.hubspot.es/website/disenio-centrado-usuario)

Rosety, A. (15 de septiembre de 2023). *La Economía de la Atención: Un Desafío para Todas las Empresas*. Moebius Consulting. Recuperado el 15/03/2024 de: [La Economía de la](#)

[Atención: un desafío para todas las empresas - Moebius Consulting - Consultora de estrategia y operaciones](#)

Torres, L. (4 de diciembre de 2023). *¿Aliadas o enemigas? El impacto de las redes sociales en nuestro vínculo con la literatura*. Infobae. Recuperado el 11/04/2024 de <https://www.infobae.com/leamos/2023/12/05/aliadas-o-enemigas-el-impacto-de-las-redes-sociales-en-nuestro-vinculo-con-la-literatura/>

Publicaciones Académicas:

Martínez, M, R. (junio 2015). El Poder de Persuasión de las Redes Sociales en la Generación de Intenciones. [Tesis de Pregrado, Universidad Pontificia ICAI ICADE Comillas]. [retrieve \(comillas.edu\)](#)

Libros:

Alter, A. (2018). *Irresistible: ¿Quién nos ha Convertido en Yonquis Tecnológicos?* Paidós.

Bühler, J. (2005). *La Cultura en la Edad Media: el primer renacimiento de occidente*. Circulo Latino

Bolter, J. D., & Grusin, R. (2003). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Cialdini, R. B. (2006). *Influence: The Psychology of Persuasion*. Harper Business

Davis, D. (2016). *Creative Strategy and the Business of Design*. How Books.

Davenport, T. H. & Beck, J. C. (2002). *La Economía de la Atención: El nuevo valor de los negocios*. Paidós

- Eyal, N. (2014). *Enganchado (hooked): Cómo Construir Productos y Servicios Exitosos que Formen Hábitos*. Sunshine Business Dev.
- García Canclini, N. (2009). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Jenkins, H. (2006). *Cultura de la convergencia*. Barcelona: Paidós.
- Kahneman, D. (2011). *Pensar Rápido, Pensar Despacio*. Debolsillo.
- Kleon, A. (2017). *Roba Como un Artista. El Diario*. Gustavo Gili.
- Knapp, J. (2016). *Sprint: El Método Para Resolver Problemas y Testear Nuevas Ideas en Solo 5 Días*. Conecta.
- Krug, S. (2015). *No me Hagas Pensar*. Anaya Multimedia.
- MIGALA. [@MIGALA666] (2018). *¿Viene un Segundo Renacimiento?* [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=gVKbtsaH3u8&t=76s>
- Newport, C. (2021). *Minimalismo Digital: En Defensa de la Atención en un Mundo Ruidoso*. Paidós
- Norman, D. A. (2010). *La Psicología de los Objetos Cotidianos*. Nerea.Orlowski, J. (2020). *El Dilema de las Redes Sociales*. [Película]. Exposure Labs, Argent Pictures, Agent Pictures, The Space Program,
- Ryan, M. L. (2016). *Narrativa digital*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. De la teoría a la práctica en la comunicación contemporánea*. Barcelona: Deusto.
- Wu, T. (2020). *Comerciantes de Atención: La Lucha Épica por Entrar en Nuestra Cabeza*. Capitan Swing.