



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



Herramienta centrada en personas que
desean utilizar piezas sonoras para mejorar
su experiencia lectora.

Autor

Josefina Paredes Monsalve.

Profesor guía

Pedro Álvarez Caselli.

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la
Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador.

Diciembre de 2023
Santiago, Chile,

Índice

Introducción al proyecto	-	4
Marco teórico	-	11
Formulación del proyecto	-	20
Sobre el proyecto	-	31
Proceso de diseño	-	34
Propuesta final	-	56
Implementación	-	81
Cierre	-	87
Referencias	-	91

Agradecimientos

A Dios, por su soplo de vida.

A mis padres, por estar cerca, aún desde lejos.

A Pedro, por su constante paciencia,
compromiso y dedicación.

01

Introducción al proyecto

Motivación personal | Introducción | Sobre Soner | Metodología.

Abstract

Con las nuevas tecnologías, al igual que muchas experiencias, la de la lectura ha sufrido bastantes cambios. Estas nuevas tecnologías han traído nuevos estímulos que han causado una disminución en la duración de la concentración, en especial, dentro de los nativos digitales (generación que abarca a gen z y millenials que crecieron con tecnologías digitales); a pesar de esto, ellos siguen valorando los beneficios cognitivos de esta y adoptando la lectura como hobby. Es así que esta experiencia se ha visto en la necesidad de ser complementada con otros elementos para fortalecer su motivación y su concentración. Ello se ha visto reflejado en la creación de aplicaciones que buscan conectar las experiencias de lectores, mediante reviews de textos, o que buscan motivar el ejercicio lector a través de cambios en el formato del texto, en particular en su personalización visual. Esto no significa que se trate de una experiencia meramente digital, es más, este rango etario valora el espacio de pausa, soledad y reflexión que le entrega la experiencia del libro análogo; pero sí significa que, sus necesidades han ido cambiando y las herramientas digitales son las que han logrado suplir sus necesidades.

Dentro de este marco, otro elemento relevante y efectivo que se ha utilizado para aumentar tanto la motivación como la concentración ha sido la música. Esta ha permitido, a través de la creación de un background sonoro, mantener una concentración e inmersión necesaria

para las personas a quienes se les dificulta tales factores. Sin embargo, a pesar de que muchas personas lo consideran como algo de suma importancia a la hora de leer, hay muchas otras que declaran todo lo contrario. Esto es porque la experiencia musical, al ser una experiencia psicológica (que tienen que ver con el comportamiento), es una experiencia completamente subjetiva; es decir, lo que siente una persona, no necesariamente lo va a sentir otra y lo que le funcione a una persona, no necesariamente le funcionará a otra.

A partir de esta investigación, se pretende comprender los factores involucrados en este fenómeno de lectura + sonoridad, involucrando las razones tanto de su efectividad como de su inefectividad, para así crear un proyecto de diseño que permita entender y explotar el uso de estas piezas sonoras para una mejor experiencia lectora.

Es así que, como primera aproximación, se propone el diseño de una herramienta compuesta por una pieza digital y otra análoga que, a través del autoconocimiento sobre los momentos en los que el usuario lee y escucha piezas sonoras simultáneamente, permita mejorar los criterios personales a la hora de escoger esas piezas sonoras y permita la conexión entre tales experiencias de usuarios con preferencias similares, permitiendo así la creación de una potencial comunidad.

Motivación personal

Si bien, desde pequeña, encontraba en la lectura de cuentos infantiles una entretención y escape hacia un mundo más interesante, la lectura no era una actividad que se fomentara de gran manera dentro de mi círculo. El leer partió siendo una decisión personal desde el colegio, cuando me proponía leer cada página de cada libro en la lista de lecturas, prestando la mayor atención posible, con el objetivo de tener un buen rendimiento en las evaluaciones.

Más adelante en mi vida, comencé a ver que las personas que más admiraba tenían como hobby la lectura: mis profesores favoritos, mis amigas más grandes, etc. Fui creciendo y, tanto lo anterior, como la exigencia académica superior, fueron creando en mí una necesidad para realizar esta actividad. A pesar de la creación de esta necesidad, la dificultad que presenté al enfrentarme a este hábito como una persona casi adulta involucraba un gran esfuerzo de concentración y de motivación que solamente lograba con presión por una evaluación o con el apoyo de piezas sonoras como música o sonidos de naturaleza, para vivir más el texto que leía.

Desde que partí seriamente con este hobby, he visto un cambio positivo en mi manera de pensar y expresarme. La lectura le ha añadido valor y profundidad a mi evolución natural como ser humano.

Es a partir de este resultado, que he encontrado la motivación en este proyecto. Para que más personas puedan aprovechar los beneficios cognitivos de la lectura y puedan motivarse, mediante el recurso sonoro a hacerlo.

Introducción

El problema de la concentración es una dificultad que enfrentamos en nuestra vida diaria al intentar enfocar nuestra atención en una tarea específica. El concepto de “concentración” se define como la decisión y capacidad de enfocar la atención en un objetivo concreto durante períodos prolongados de tiempo. Autores como Ardilla [2007] y Goleman [2013] coinciden en que -para producir concentración- se requiere dirigir la atención hacia una actividad y bloquear la información irrelevante que nos rodea. Cuando esto no sucede se puede caer en el fenómeno de la divagación mental que, si bien es un problema común, puede tener resultados negativos al alejar nuestra mente de aquella acción o tarea en la que deberíamos estar concentrados. Se manifiesta mediante pensamientos estratégicos o espontáneos, de los cuales este último es el más perjudicial, ya que opera fuera de nuestro control y puede interferir en acciones importantes. Es, justamente, este fenómeno el que produce la realización de tareas incompletas, con menos atención y, por lo tanto, con resultados negativos.

Si la capacidad de concentración fuera algo que se pudiera realizar con facilidad, muchas tareas se realizarían más rápido, y con mejores resultados; sin embargo, en la era digital actual, estamos constantemente expuestos a estímulos que interrumpen nuestra atención y dificultan la concentración. Es más, este ciclo actual es considerada por Eric Sadin [2022]

como la “era del individuo tirano”, pues estamos asediados por más estímulos que nunca. El problema de aquello es que esos estímulos producen distracciones que interfieren e impiden un buen procesamiento de la información relevante para el proceso de atención [Muiños & Villaroig, 2018], siendo así esta última una destreza en crisis.

Dentro de las tareas que se han visto más afectadas por estos procesos, se encuentra la lectura. Y es que, como lo identifica el psicólogo Juan Ignacio Cifuentes, es una de las actividades que requieren más alta capacidad de concentración, demandando así un considerable tiempo de ejercicio cerebral capaz de inhibir gran parte de los estímulos existentes por un lapso largo [Cifuentes, entrevista personal, 5 abril de 2023]. La lectura es una actividad cognitiva compleja que requiere concentración y procesamiento de información; pero su realización trae consigo beneficios para la memoria, el bienestar emocional y el desarrollo humano [Alonso-Arévalo et. al, 2020]. Además, en la lectura prolongada de un libro, sin distracciones, las personas hacen sus propias asociaciones, sacan sus propias inferencias y analogías, logrando desarrollar sus propias ideas [Carr, 2010]. Considerando que la concentración debe ser capaz de inhibir estímulos externos a la actividad que se está realizando, está claro que, en la sociedad sobre estimulada actual, se complejiza.

Introducción

Para entender de mejor manera este fenómeno, se identificó el cambio que ha sufrido la lectura en esta era digital, y es que se ha expandido de la lectura análoga a los libros digitales, siendo estos últimos cada vez más populares [Leer en Chile, 2022]. Esto no significa que la experiencia se haya transformado en algo 100% digital, es más se valora el espacio de pausa, soledad y reflexión que le entrega la experiencia del libro análogo; pero sí que la experiencia se ha expandido lo suficiente a lo digital que ha permitido también la búsqueda de distintos recursos digitales para hacer llevadero el proceso de lectura, pues se sigue identificando como una actividad relevante en la mejora de actividades cognitivas. Esto se ha visto especialmente tangible en los nativos digitales (Millennials y generación Z), pues son las generaciones que nacieron dentro del marco del estímulo digital. Además, son reconocidos como generaciones que necesitan de creatividad e innovación para acercarse al hábito lector [Viveros, 2023].

Metodología

Metodología Human Centered Design - IDEO

Tomando en cuenta las variables previas del proyecto y sus posibles dinámicas y también subjetividades, que se pueden ver reflejadas, por ejemplo, en los gustos o en la percepción personal que aflora por la lectura y la música, la metodología propuesta se encuentra basada en el modelo Human Centered Design propuesto por IDEO [2015]; con algunas adaptaciones para esta propuesta, al considerar a la persona como el centro de la investigación y del desarrollo del proyecto. Ello no quita que puedan concurrir otras aproximaciones metodológicas derivadas del desarrollo y ajuste posterior.

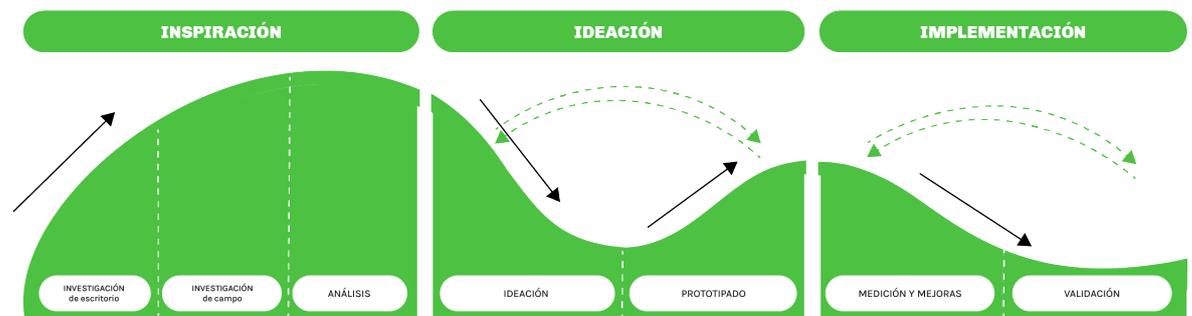
Esta metodología comprende 3 fases principales:

INSPIRACIÓN

IDEACIÓN.

IMPLEMENTACIÓN.

Dentro de estas tres etapas, se identificaron otras seis, las cuales serán especificadas a continuación.



Metodología

Inspiración

Se define sujeto de estudio para su mejor comprensión. Se observan sus hábitos y comportamientos, se escuchan sus esperanzas y deseos, para así abordar el desafío de manera pertinente.

Investigación de escritorio: En esta etapa se realizaron revisiones bibliográficas en torno al tema de la concentración, la lectura, la música y sus cruces. Además de entrevistas a cuatro expertos para entender mejor el contexto de la propuesta y también el problema desde distintas aristas. Para ello, se entrevistó a Juan Ignacio Cifuentes (psicología), Carolina Muñoz (musicoterapia), José Manuel Izquierdo (musicología) y Christian Anwandter (lectura).
Investigación de campo: En esta etapa se realizó un cuestionario para entender el problema de la concentración, su relevancia en la lectura y la influencia de la música; así también, un focus group para conocer la relevancia de la música en la lectura. Y un último cuestionario para ahondar en la música como un instrumento de concentración.

Análisis: En esta etapa se analizaron los resultados de la primera investigación de campo, en la que se identificaron los hallazgos principales para establecer relaciones con la investigación de escritorio.

Ideación

Aquí se le busca dar sentido a lo observado y escuchado, se generan ideas, se identifican oportunidades de diseño en relación al tema y problema para probar y refinar posibles soluciones o salidas del proyecto.

Ideación: En esta etapa se realizó la formulación del proyecto, definiendo el posible tipo de producto/servicio, los objetivos específicos y los IOVs correspondientes para la siguiente etapa en la que se deberá desarrollar, testear y prototipar esta primera idea.

Prototipado: En esta etapa se experimentó con los efectos de distintos estímulos musicales para la realización de la actividad de leer, con el objetivo de mapear y definir relaciones emotivas con los contenidos de distintas referencias de libros y material obtenido de encuestas, entrevistas y dinámicas grupales. Asimismo, se contempló el desarrollo de la plataforma digital de prueba y el cuadernillo, partiendo por mockups y luego extendiéndose a la plataforma definitiva.

Implementación

Aquí se aborda la solución, con la intención de socializarla, llevarla así a un contexto socio-cultural y de mercado, con la intención de medir su potencial impacto.

Medición y mejoras: En esta etapa se creó un mapa de viaje del usuario, testeó el producto y recopiló los resultados para establecer análisis y realizar mejoras. También, a través de las interacciones críticas y experimentación de la propuesta con el usuario, se buscó poner en valor la relevancia de la actividad de la lectura.

Validación: En esta etapa se analizaron los efectos del prototipado en la experiencia de lectura del usuario, con el objetivo de medir su pertinencia y posible impacto, mediante entrevistas y/o focus group en los que se generó un diálogo entre las personas, contando su experiencia y reacciones respecto al proceso y la herramienta a desarrollar.

02

Marco teórico

El problema de la concentración

La capacidad de enfocar nuestra atención en la realización de una determinada actividad es algo a lo que nos enfrentamos en el diario vivir. Como estudiantes, debemos focalizar nuestra atención en las clases o revisar diversa bibliografía de tal forma de conocerla y comprenderla; como trabajadores, debemos asistir a reuniones, desarrollar proyectos o atender necesidades de otros. Incluso, como seres humanos relacionados con quienes compartimos afectos, en ocasiones necesitamos de la atención necesaria para encontrar un regalo idóneo para algún amigo o miembro de nuestra familia, a modo de ejemplo. Esta habilidad de focalizar la atención a un objetivo específico por períodos prolongados de tiempo es aquella que frecuentemente se define como concentración [Ardilla, 2007; Joao, 2009]. El funcionamiento cerebral involucrado en la concentración, como menciona Goleman [2013], es “mediante la corteza prefrontal que es la que mantiene la atención, y mediante la corteza parietal, que se ocupa de apuntar a un objetivo concreto” [p.24], poniendo así en valor la duración de la atención y el objetivo que se le entrega. Haciendo una diferenciación entre los conceptos de “concentración” y “atención”, el psicólogo clínico Juan Ignacio Cifuentes, por medio de una entrevista personal, indica que “la concentración está directamente relacionada con la decisión e intención de focalizar la atención en algo” [Cifuentes, entrevista personal, 5 junio de 2023]. De esta forma, y a,

lo largo de este documento, la concentración se entenderá como la decisión de focalizar la atención hacia un objeto, pensamiento y/o acción, que se considere relevante, por un tiempo determinado.

Cuando la concentración se desdibuja, nuestro foco atencional se desplaza a la deriva, quedando a merced de todo aquello que llame nuestra atención [Goleman, 2013]. Esto determina que seamos vulnerables a cualquier otro tipo de estímulo que se presente, alejándonos de nuestro foco.

La naturaleza: una mente errante

Un ejemplo claro que ilustra la crisis de la concentración está en la lectura. Al comenzar esta acción cotidiana de desciframiento fónico de una serie de signos y caracteres escritos, para acceder a una determinada información, entramos en un estado de concentración, pues decidimos enfocar nuestra atención en la realización de tal actividad; pero es posible que, luego de haber leído por unos minutos, lleguemos al final de una página, y nos demos cuenta de que no prestamos atención a ninguna idea que se presentó en el texto. Lo que pasó es que el cerebro dejó de concentrarse en dicha lectura y orientó la atención hacia otras situaciones o eventos que no están relacionados necesariamente con esa acción -ejercicio intelectual- en ese presente inmediato. Este fenómeno es también conocido como “divagación mental” [Smallwood & Schooler, 2006; Villena González, 2019].

La divagación mental es una característica propia de los seres humanos; de hecho, en un estudio llevado a cabo por M.A. Killingsworth y D.T. Gilbert [2010] se descubrió, por medio de una serie de mediciones del pensamiento humano que “una mente humana es una mente que deambula” [p. 932], evidenciando la naturaleza de estos pensamientos deambulatorios, que va en contra de la capacidad de concentración; y que este fenómeno abarca el 46.9 % de nuestro tiempo en vigilia [Killingsworth & Gilbert, 2010]. No obstante, durante tareas que el cerebro

considera largas y monótonas [como la lectura] es más recurrente [Smallwood & Schooler, 2006], pues involucra un esfuerzo de la mente por escapar de una situación en la que no quiere estar.

Se postula que una de las particularidades de la divagación mental son sus “dimensiones fenomenológicas”, que proponen que, depende de qué elemento la gatille, se puede manifestar desde sonidos hasta imágenes, que remiten tanto al pasado como al presente y el futuro, y que además pueden abarcar aspectos tanto positivos como negativos, entre otros [Stawarczyk, Cassol, & D’Argembeau, 2013].

De esta manera, se considera la “divagación mental” como un viaje mental hacia el escape de la realidad que se ve potenciado por las distracciones externas al cerebro. Y con tantos estímulos distractores presentes en esta era digital, de la inmediatez, o “era del individuo tirano” como bien indica Eric Sadin [2022], es inevitable que se genere una mayor dispersión del foco de la atención y que se potencie esta naturaleza de la mente errante.

La era de las distracciones

Según lo identifica Carr [2010]: “Calmada, concentrada, sin distracciones, la mente lineal está siendo desplazada por una nueva clase de mente que quiere y necesita recibir y diseminar información en estallidos cortos, descoordinados, frecuentemente solapados: cuanto más rápido, mejor”. [p. 15] Se perfila así a la concentración, en tanto habilidad de aprendizaje, como un fenómeno humano esencial en la realización de tareas, pero en crisis.

El científico Steve Taylor, en su libro *Back to Sanity* [2012] propone al concepto de *Humania*, el cual describe como el vivir en el constante “impulso de sumergir nuestra atención en las cosas externas [que] es tan instintivo que apenas somos conscientes de ello” [p. 14]. Advierte que, en la era actual con redes sociales digitales, nos referimos a los correos electrónicos, tuits y mensajes de texto como molestias a eliminar, pero nuestras acciones demuestran empíricamente lo contrario: constantemente buscamos esa distracción, esperando ansiosamente la llegada de un nuevo estímulo. Y es que la aparición de estos distractores juega un papel no menor puesto que interfiere o impide un correcto procesamiento de la información relevante para el proceso de atención [Muiños & Villaroig, 2018]. La atención es una destreza increíblemente modificada, ya que la inmediatez al acceso de información hace que nuestro cerebro ya no tenga la paciencia

para esperar y procesarla de manera profunda. La profusión permanente de imágenes, por ejemplo, interpelan a nuestro cerebro de forma inmediata [Restak, 2012], sin dar tregua a las pausas.

La socióloga Sherry Turkle, académica del MIT, describe este fenómeno de nunca estar solos y nunca estar aburridos como efecto colateral de estas nuevas tecnologías digitales, que puede compendiarse como una “intolerancia a la soledad” [Turkle, 2012]. Esto trae consigo una desatención hacia las personas que tenemos alrededor nuestro para intentar conectarnos con el mundo virtual. Turkle considera que esto reduce la posibilidad de mantener conversaciones y disponer de un momento de introspección sin la presencia de un artefacto electrónico/digital, cuya ausencia no genere ansiedad.

Esta necesidad automática que tiene la mente humana de requerir estímulos se relaciona directamente con la función de la dopamina en nuestros cerebros. Cuando nos encontramos haciendo una actividad que el cerebro considera placentera, este nos “premia” con una dosis de dopamina. Así, nos impulsa a buscar situaciones o actividades agradables, evitando las negativas [Morales García, 2022] ya que el cerebro busca vías de equilibrio entre las dificultades de la vida y aquellos eventos que nos llevan a estar “felices”, a través de estas dosis de placer. El problema es que son

reacciones naturales del cuerpo que se basan en emociones que, si bien son instrumentos que permiten salir de una situación determinada o mejorarla, no siempre son dispositivos efectivos para afrontar la realidad.

La lectura como acción y sistema de representaciones

Retomando la lectura, aunque muchas tareas requieren de una alta capacidad de involucramiento con este fenómeno humano en crisis [la concentración], según Carr [2010] “lo notable respecto de la lectura es que en esta tarea la concentración profunda se combina con un desciframiento del texto e interpretación de su significado que implicaba una actividad y una eficiencia de orden mental muy considerables” [p. 63]. De hecho, la lectura [como acción independiente de tipo] es definida como una compleja actividad cognitiva que abarca diversos niveles de procesamiento [Goodman, 2002]. Asimismo, se plantea como un sistema de representación que involucra un proceso de relación tanto de la información que entrega un determinado texto escrito como de los conocimientos que posee el/la lector/a [Martínez, 1999]. Es así que esta actividad involucra un esfuerzo del cerebro para decodificar la información del texto, y para vincular tal información a la externa que el lector posee, creando así una actividad de alta demanda cerebral, en la que se deben despegar distintas operaciones mentales para alcanzar una interpretación de este [Cassany, 2006]. Además, según Méndez Sáenz & Mogollón [2009], es un proceso que “requiere del sujeto una entera disposición y cierta preparación, a través de un ejercicio continuo, para hacerlo cada vez con mayor facilidad y llegar a desarrollar un nivel satisfactorio de comprensión lectora” [p. 19]. Un ejercicio continuo que debe ser liderado

por la concentración.

Lo positivo y más relevante de la lectura es que es capaz de mejorar la memoria de trabajo, se ha mostrado como ayuda para superar la depresión, el estrés y contribuye a retrasar la aparición de enfermedades como el Alzheimer [Alonso-Arévalo et. A, 2020]. Al respecto, el programa del Plan Nacional de Fomento de la Lectura [2015-2020], señala que esta práctica es “una herramienta esencial para la adquisición de conocimientos y aprendizajes que fortalecen el desarrollo humano y el acceso a la diversidad sociocultural, considerándola en su aporte en los procesos cognitivos y afectivos de las personas, en la formación del gusto estético y el desarrollo de la imaginación, la creatividad y la sensibilidad.” [p. 14]. De esta manera, se identifica como una actividad importante, y de alta relevancia en el cambio positivo para el vivir del ser humano.

La lectura de libros en la era digital en Chile

Si bien, la concentración es un elemento clave para el desarrollo de la lectura, en el contexto nacional se identifica como una dificultad a la hora de ejercer esta actividad. De hecho, según el estudio de hábitos y percepciones lectoras Leer en Chile [2022], “la principal dificultad, que afecta a un 32% de los chilenos, es que no tienen la concentración suficiente para poder leer [...] Además, un 16% señala entre las limitaciones, que no comprende todo lo que lee” [p. 22]. De esta manera, se refuerza la lectura como una habilidad de alta demanda de energía cerebral, lo que implica que la atención se desdibuje y a la vez disminuya la concentración. Hoy en día, “leemos cartas, mensajes breves, posts, correos electrónicos y avisos [...] Leemos libros, folletos, informes, publicidades, diarios, subtítulos, carteles, expedientes, notas. Leemos historietas, “pruebas escritas” a corregir, formularios, menús, tarjetas [...]”. [Papalini, 2012]. La lectura es parte de la vida diaria y suele invisibilizarse su acción en mínimas a prolongadas lecturas; sin embargo, es en las lecturas prolongadas en las que se identifica mayormente la crisis de concentración. Si bien, hoy en día se reconoce que “no es condición saber leer para ingresar al mundo de un libro” [Papalini, 2012] dentro de la lectura que se trabajará en este proyecto, no se considerará el formato de audio [audiolibros], no solo porque no involucran los procesos antes mencionados de la acción de leer, sino porque este método de “escucha de textos” es considerado como un método que da mayor

paso a la divagación mental [Carriere, et al., 2013].

La desconcentración mencionada anteriormente es específicamente más relevante en los nativos digitales, ya que son considerados la primera generación que creció en un mundo completamente digital, están compuestos de Millennials –nacidos entre 1981 y 1996– y Generación Z –nacidos luego de 1997– [Citrix, 2021]. Según un estudio guiado por el Laboratorio Contemporáneo de fomento de la Lectura en España, los millenials: “[...] han protagonizado el momento de mayor entusiasmo en las redes sociales, han contado con un esquema educativo que se ha podido caracterizar por un menor nivel de protagonismo del hecho lector y sus exigencias [...]”. Este segmento de la población es decisivo para la conformación de la sociedad que va a surgir en este contexto digital “[p. 24]. Respecto a la generación Z, “Si bien, cierta cantidad del lector Gen Z puede moverse con facilidad entre lo ‘físico’ y lo ‘digital’, la mayoría prefiere más las informaciones en formato gráfico y los textos cortos. Se pueden considerar los neoanalfabetos del siglo XXI, «analfabetos que saben leer», pero no pueden construir significados a través de dicha práctica” [Salinas, 1967; Amiama-Espaillet & Mayor-Ruiz 2017].

En términos de formato, de acuerdo con el estudio Leer en Chile [2022], el [año] 2022

La lectura de libros en la era digital en Chile

solo un 20% de los lectores de libros dice leer nunca o casi nunca libros digitales, mientras que la brecha en la frecuencia de lectura de libros impresos versus los digitales es bastante estrecha: un 55% declara leer libros impresos al menos una vez a la semana, mientras un 49% afirma que lee libros digitales con la misma frecuencia. Por otro lado, la aparición de redes sociales enfocadas en la lectura y en la escritura han contribuido a evidenciar que el entorno digital es un espacio de socialización importante, como aliados del libro, lo que refuerza el formato del libro digital y las plataformas de apoyo a la lectura como elementos esenciales en la lectura para complementar dicha experiencia. Como mencionan Martos y Martos [2018]: “La lectura ya no es una simple práctica de formación humanística sino una práctica de consumo en toda su acepción” [p. 22], ya que esta se acomoda al mercado y participa de forma activa dentro de la mercadotecnia; asimismo, se adapta a presiones propias de su industria con nuevos soportes y tecnologías.

Reforzando lo anterior, Cifuentes señala que el nivel de concentración ante la lectura “depende de las variables motivacionales en relación con el contenido, o a la posibilidad de entretención, entre otros factores” [Cifuentes, entrevista personal, 5 junio de 2023] ya que, al tomar una decisión respecto a la focalización de la atención para alcanzar la concentración, necesitamos una motivación, un gatillante. Y,

según Viveros [2023], en torno a los nativos digitales, “Es importante buscar formatos accesibles e interactivos en el ámbito digital que les permita acceder a textos que no solo sean fragmentos [...] La creatividad e innovación para acercarse a los contenidos es clave para instaurar el hábito “[p. 9]. Por lo mismo, no se puede desconocer que en la actualidad existen recursos online para el apoyo a la lectura están disponibles; desde el uso de Goodreads, una red social para dejar valoraciones y comentar libros hasta Wattpad, una plataforma que permite tanto leer como escribir libros, además del uso constante de otros estímulos para mejorar la lectura, como la búsqueda de música para mejorar la concentración, aportando así a la nueva experiencia lectora, con mayores estímulos, como la que prefieren los nativos digitales. Es justamente en este último punto, en la influencia de la música en la experiencia lectora, en el cual se ahondará a continuación.

La música como un recurso para enfrentar la lectura

Según el texto Vida Pitagórica de Jámblico [2016], ya desde tiempos de Pitágoras se venía entendiendo la música como una suerte de purificador del alma, siendo utilizada por los integrantes de la Escuela Pitagórica a la hora de dormir y despertar, con el objetivo de purificar el pensamiento, liberarse de la pereza y de la somnolencia. Es más, Pitágoras estableció la corrección de la conducta y la vida humanas por medio de la música [p. 89]. Actualmente, el fenómeno de la escucha de música agradable o estimulante es algo que ha sido estudiado, ya que esta es un detonante de sustancias químicas en el Sistema Nervioso Central, que activa la producción de neurotransmisores como la dopamina, las endorfinas y la oxitocina, lo que favorece la tendencia hacia una mayor alegría y optimismo [Jauset, 2008]. Ello, debido a que el cerebro procesa esta información agrupando, analizando y combinando el estímulo sensorial [sonido musical] con el fin de organizar determinadas funciones neuropsicológicas para generar una reacción neurológica y motora [Díaz, 2008]. La psicología de la música analiza este proceso como algo holístico entre varios elementos como el cuerpo, mente, espíritu y emoción, contribuyendo al equilibrio necesario que debe existir entre ellos, con el fin de brindarnos bienestar [Díaz & Giráldez, 2007]. Así, el uso de música mientras se realiza el acto de lectura puede tener el potencial de brindar un impacto emocional posible de aliarse tanto a la motivación por la acción, como también de

complemento al contenido del texto y lo que este transmite.

La musicoterapeuta Carolina Muñoz, señala que “un estímulo musical puede hacer caer a la persona en un estado multifocal, en el cual puede estar atento a más de una acción”, reconociendo la presencia de esto como un fenómeno válido; sin embargo “el multifoco no es un problema, pero la capacidad de organizarse sí lo es, y si la música utilizada para habilidades con alta demanda cognitiva, como lo es la lectura, compite con la propia lectura en contenido verbal y/o intensidad, distraerá en lugar de ayudar a motivar y enfocar” [Muñoz, entrevista personal, 12 junio de 2023].

En una investigación realizada a estudiantes universitarios, Moya, Cruz & López (2004) comprobaron que la música puede ser un estímulo inductor sugestivo en una situación de elección, reduciendo el esfuerzo cognitivo necesario para la toma de decisiones, dando lugar a un cambio de actitud frente al estímulo, sea positivo o negativo. Así, se demuestra la influencia que la música puede ejercer también en el razonamiento y la toma de decisiones, que son factores claves para motivar la concentración.

La música como un recurso para enfrentar la lectura

Anclando en el presente y en la lectura, en el estudio “Explorando el efecto de la música de fondo personalizada en la comprensión lectora”, realizado en China el 2020, se comprobó que “la música de fondo podría beneficiar la emoción de los alumnos al mantener sus niveles de valencia y activación durante el proceso de lectura” [p. 65].

Efectivamente, se ha identificado que el escuchar música instrumental de fondo, en el acto de leer, interrumpe la comprensión lectora cuando la música es “rápida y alta”; y que, por el contrario, la música de “tempo lento” permite la comprensión verbal simultánea incluso cuando la música está en alto volumen. [Thompson et al, 2011] Respecto a esto, el musicólogo José Manuel Izquierdo indica que para realizar este tipo de actividades [la lectura], una de las músicas óptimas es “la que uno comúnmente llama clásica -common practice en inglés-, porque es música diseñada en pequeños bloques: su base es la armonía, con un bajo regular y ordenado. La idea de este tipo de música es que no está diseñada para llamar la atención [...] De hecho, cierto tipo de música popular funciona así; por ejemplo, la que utilizan en los locales de Starbucks”. [Izquierdo, entrevista personal, 19 junio de 2023]. De esta manera, se reconoce que no son todos los tipos de música óptimos para la lectura. Es así que se identifica la elección de música como un elemento relevante y crítico a la hora de percibir este estímulo como positivo

o no para la lectura. La relevancia de aquello va en los efectos positivos que puede tener la música en la acción de leer.

Al respecto, en la entrevista, el musicólogo plantea un asunto de interés para este proyecto: “Pareciera que la música crea un background que permite crear ambiente para leer; crea una regularidad que el sobreestímulo sonoro de la vida urbana no entrega” [Izquierdo, entrevista personal, 19 junio de 2023]. Retomando lo anterior, Carolina Muñoz, musicoterapeuta, agrega que “la música sirve para capturar la atención para luego volver a recapturarla”. [Muñoz, entrevista personal, 12 junio de 2023]. En el comentario, refiere a que una vez que se alcanza el peak de concentración y esta comienza a decaer, se puede utilizar la música como instrumento para recapturar la atención y volver al estado de concentración mental.

Para añadir al estudio de características de la música, cabe destacar el comentario del musicólogo Sergio Candia: “La música, en términos neurobiológicos, no existe. Somos la única especie capaz de percibirla, el resto percibe tan solo vibraciones, intensidad sonora, etc. La música es un fenómeno psicológico que se va construyendo a través de las experiencias vividas”. [Candia, entrevista personal, 31 de agosto de 2023]. De esta manera, se evidencia la relevancia en términos de motivación y ánimo que se veía en los estudios y permite tomar a la música como un factor de ayuda y apoyo en la creación de un ambiente óptimo para lograr una inmersión en la actividad de la lectura, que se debe abordar a través del autoconocimiento y las experiencias personales de cada usuario.

03

Formulación del proyecto

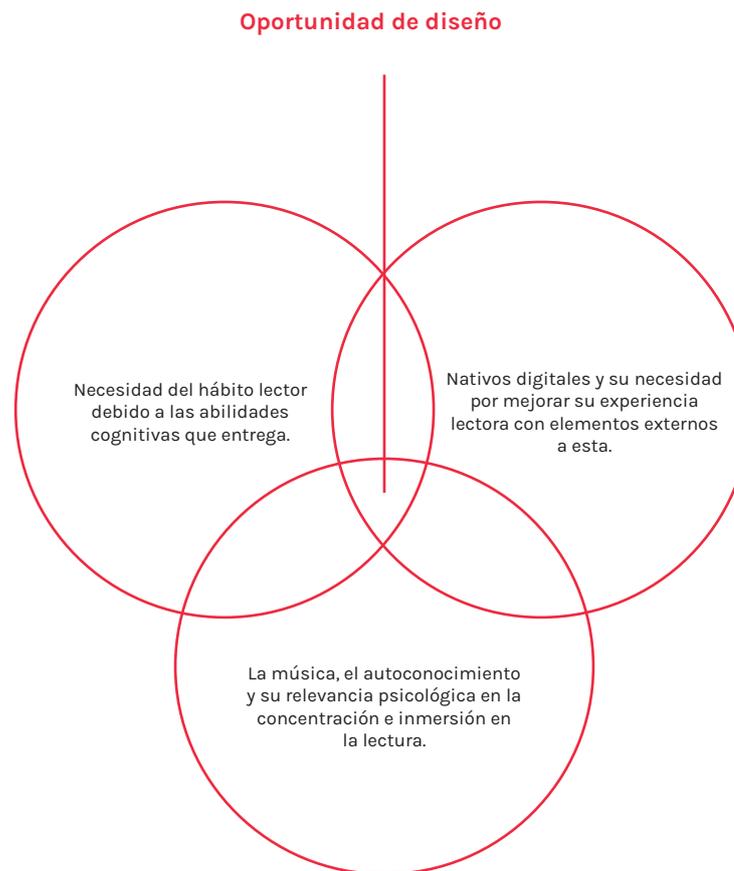
Oportunidad de diseño ■ Formulación ■ Contexto de implementación ■ Investigación de campo ■ Antecedentes y referentes.

Oportunidad de diseño

Se identificó la importancia que tiene la lectura dentro de las habilidades cognitivas en el ser humano. Se vio cómo las nuevas tecnologías han causado un sin fin de distracciones y estímulos que distraen de la actividad lectora, haciéndola tener menos valor en la jerarquía de pasatiempos, en especial en los nativos digitales, quienes sufren mayormente de estas distracciones.

Junto con eso, se identificó a la música como un factor relevante y que puede ocasionar cambios positivos en el comportamiento lector, aumentando su motivación y concentración. Este último factor, pone en valor las experiencias personales de cada ser humano en la construcción de la experiencia musical, pues es un fenómeno psicológico (de comportamiento); por lo que se ve el autoconocimiento como un factor también importante.

En base a lo anterior, desde el diseño y su rol estratégico para la generación de valor, surge la oportunidad de aprovechar el autoconocimiento y los espacios de reflexión para apoyar la experiencia sonora-lectora.



Formulación

¿Qué?

Herramienta compuesta por un cuadernillo editorial físico y una plataforma digital que promuevan el autoconocimiento del usuario entorno a sus hábitos de lectura y escucha de piezas sonoras, a través de herramientas de mapeo personal e identificación de perfiles sonoros-lectores, que permitan entender la relevancia e influencia entre ambas actividades.

¿Por qué?

En la sociedad de la desatención, personas han comenzado a utilizar piezas sonoras como herramientas para promover la concentración en la lectura; sin embargo, el no entender la relación entre ambas actividades desde el autoconocimiento, el uso de piezas sonoras termina siendo aleatorio y desbalanceado, desaprovechando su potencial para aumentar la concentración.

¿Para qué?

Poner relevancia y contribuir a una experiencia sonora-lectora de mayor concentración.

Objetivo general:

Mejorar la capacidad de concentración en la lectura por medio del autoconocimiento, para una experiencia más inmersiva.

Objetivos específicos e I.O.Vs:

1. Comprender de qué manera la música afecta a la comprensión de la lectura literaria ya sea en formato digital como impreso.

I.O.V.: A través del análisis de investigación de escritorio, revisión bibliográfica y entrevistas a profesionales de las áreas de la lectura, música y psicología.

2. Entender y conocer sobre la incidencia de piezas sonoras respecto a la concentración en la lectura en personas entre 18 a 35 años.

I.O.V.: A través de cuestionarios, entrevistas y focus groups orientados a la detección de los posibles usuarios en relación la temática en estudio.

3. Poner en valor el potencial de las piezas sonoras para el mejoramiento de la lectura en el rango etario en estudio.

I.O.V.: Por medio de testeos e iteración de la propuesta y desarrollo de un dispositivo o sistema de información que permita identificar cierto tipo de música o sonoridades para una mejor concentración en la lectura literaria.

4. Evaluar la efectividad de la propuesta de fortalecimiento de la lectura, a través de las piezas sonoras y herramientas de diseño, en conjunto con el posible usuario, y posterior validación.

I.O.V.: A través de potenciales focus groups que permitan crear un análisis comparativo entre los resultados teóricos y los resultados empíricos. Validación por medio del uso de la herramienta propuesta.

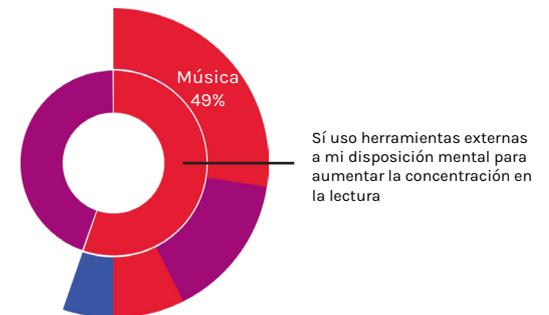
Contexto de Implementación

En la etapa inicial de definición del Contexto de implementación y Usuario, paralelo tanto a la investigación de escritorio como a la información adquirida gracias a las entrevistas con profesionales, se partió consultando desde la concentración como el problema/ oportunidad central, para identificar de qué manera ciertas personas se enfrentan a esta acción cotidiana.

Se llevó a cabo un primer acercamiento mediante una encuesta por Google Forms, la cual no contaba con restricciones de edad, por lo que se recibieron 141 respuestas de personas desde los 14 hasta los 60 años. Este primer acercamiento, permitió identificar a la lectura como el primer espacio relevante en lo que se refiere la concentración y que, la mayoría de las personas que se enfrentan a esta tarea se ve en la obligación de utilizar herramientas externas para controlarla, dentro de las cuales, se identificó (en primera instancia) a la música como un elemento relevante, con un 49% de consumo para este fin. Además, permitió acotar el rango de usuarios a personas Gen z y millenials, quienes, debido a sus hábitos mencionados en la encuesta, se vieron en la necesidad generacional por complementar la lectura con otros recursos digitales actuales y a que fue el rango etario que evidenció mayores problemas de concentración en la lectura, sin embargo, mayor interés en el esta.



Gráficos de elaboración propia, en base a los resultados de las encuestas



Contexto de Implementación

Para indagar más en la problemática de la concentración en la lectura y en el uso de la música como un apoyo para el desarrollo óptimo de la actividad, se realizaron dos Focus Group con un total de nueve participantes pertenecientes al rango etario definido anteriormente, en el cual se hicieron preguntas para que se pueda dialogar entorno a sus hábitos de lectura y cómo/si es que la música tiene un espacio en ellas y ellos.

Los resultados de tales actividades permitieron definir el rol de la música en el proceso de lectura, y levantar más información respecto a los hábitos de lectura del rango etario, afirmando la relevancia de incluir otros elementos digitales en la experiencia lectora actual, como se exploró en la investigación de escritorio. A su vez, se declaró la relevancia del uso del **texto físico** para un **momento de menos distracción y mayor compromiso con la lectura**; pero, a su vez, la necesidad actual de digitalizar esta última, principalmente, debido al costo monetario que implica leer en físico.

Por último, permitió observar un disenso respecto a los efectos de la música en la lectura, en donde algunos participantes pusieron en valor el uso de las piezas sonoras, en particular de la música, para una mayor concentración en la lectura, y otros no vieron su valor y se opusieron rotundamente a enriquecer su experiencia lectora con esta, considerándola como un factor clave en su distracción.

Contexto de Implementación

Para profundizar en esto último, se hizo un tercer cuestionario a través de Microsoft Forms en donde se ahondaba directamente en la relación que el usuario tenía entre la música y la lectura. En este, se alcanzaron a 55 personas, de un rango de 18 a 35 años. A partir de análisis de la información, se rescató información valiosa para definir y cerrar las interacciones claves y parámetros para desarrollar la metodología del proyecto. Por otro lado, permitió acotar levemente más el usuario, quedando en nativos digitales (generación z y millenials) de 18 a 27 años. Esto debido que los usuarios de esta edad, al tener más probabilidades de estar en educación superior, se ven en la **obligación constante por leer tanto textos académicos como libros**. Además, era tal rango etario el que se encontraba en **búsqueda de este hobby**, reconociendo su importancia cognitiva.

En esta encuesta, al igual que el ejercicio de focus groups, se hizo evidente el disenso que existe entre las personas que consideran a la música como un aporte en su experiencia lectora y quienes no. Junto con esto, se vio la necesidad de expandir la investigación a 'piezas sonoras', pues dentro de las respuestas se abarcó también sonoridades como "ruido blanco", "sonidos de la naturaleza", etc.

Fue así que el proyecto se decidió centrar al 100% en **usuarios nativos digitales (18 a 27 años) que lean mientras escuchan piezas sonoras, simultáneamente**, y en descubrir las razones de este fenómeno, con la esperanza de influenciar a quienes no utilizan las piezas sonoras como una herramienta de lectura, para que prueben la efectividad de esta.



Imagen de elaboración propia: Personas leyendo y escuchando piezas sonoras en el metro.

Investigación de campo

Debido a lo anterior y, para descubrir los hábitos y razones de las personas que leen mientras escuchan piezas sonoras, se decidió realizar entrevistas 1 a 1 con usuarios nativos digitales que leen con piezas sonoras.

Pauta de entrevista:

- ¿Cada cuánto lees con P/S? ¿por qué?
- ¿A dónde lees mientras escuchas P/S?
- ¿De qué manera ves el efecto de las P/S en tu lectura?
- Si tuvieras que darle 3 tips a las personas que leen y escuchan P/S, ¿cuáles serían?
- Si bien estas preguntas fueron la base de la conversación, también fueron gatillantes para entender en mayor profundidad su relación con las P/S y la lectura.

Se detectó una necesidad en entender las decisiones detrás de la elección de piezas sonoras. A pesar de que los usuarios las consideren como una herramienta efectiva, existían 2 tipos de acercamiento principales a esta: o ponían piezas sonoras aleatorias de acuerdo con una playlist alojada en alguna de las plataformas de escucha que tenían y veían aleatoriamente cómo reaccionaban ante estas y la lectura; o utilizaban las mismas piezas sonoras siempre que leían, cuya experiencia les

ayudaba a definir, y cuando no funcionaban con otro texto, determinaban que “no era un texto que se puede leer con apoyo de piezas sonoras”.

Si bien, sus respuestas eran completamente válidas, pues las experiencias sonoras son subjetivas, la falta de conocimiento respecto a sus decisiones a la hora de escoger las P/S para leer y los casi nulos criterios que aplicaban cuando ponían piezas sonoras al azar, terminaban retrasando su proceso lector; causando, potencialmente, mayores distracciones que si tuvieran conocimiento previo respecto a las piezas sonoras que podrían ser más efectivas que otras. Por otro lado, la decisión de escuchar siempre las mismas piezas sonoras impide explotar el potencial de estas para la efectividad de la lectura.

Piezas sonoras: P/S

Cata, 27

Paz, 25

Val, 24

Cam, 23

Anto, 19

Investigación de campo- creación de Arquetipos

A partir del poco conocimiento que los usuarios tenían sobre su comportamiento lector-sonoro, es decir, sobre su comportamiento al leer y escuchar piezas sonoras simultáneamente, se creó la necesidad de separar tales características de todos los usuarios involucrados a lo largo de la investigación, desde la primera encuesta hasta las entrevistas 1 a 1.

Fue así, que se crearon 6 Arquetipos distintos, los cuales se validaron y se ajustaron sus características a través de un testeo en Microsoft Forms que alcanzó a 33 usuarios. Esta validación mostró también la emoción y entusiasmo producido en los usuarios al verse reflejados con las características de ciertos Arquetipos.

Si bien, estos Arquetipos engloban a 6 comportamientos lectores-sonoros, cabe destacar que estos comportamientos pueden variar de acuerdo al tipo de lectura a la que se enfrente el usuario, por lo que la identificación del usuario con estos, por lo general abarca a más de 1.

El objetivo principal de estos Arquetipos es ser un aporte para la identificación del comportamiento del usuario y se toma como elemento clave en el desarrollo de la propuesta final.

SI LO ESCUCHO, LO SIENTO:

Está en búsqueda de que la lectura no se vea influenciada directamente por nada más que su comprensión propia como lector, así que busca estandarizar el ambiente. Sin embargo, igualmente considera relevante la emoción que la pieza musical evoca.

Tipo de lectura: no es relevante.

Ocio: Responsabilidad:

1. SIN LETRA.

2. LO-FI, CLÁSICA U OTRA INSTRUMENTAL.

3. CAMBIA LA PISTA CUANDO LA RECONOCE, YA QUE LE CAUSA DISTRACCIÓN.

SIEMPRE A LO ZEN:

Busca regular el background, pero a través de sonidos que no vayan acorde al contenido que lee, sino que se mimeticen con la naturaleza, con lo que considera ser su "normalidad" y/o con su percepción de un sonido estándar.

Tipo de lectura: literatura, pero mayoritariamente lecturas académicas.

Ocio: Responsabilidad:

1. SIN LETRA.

2. RUIDO BLANCO, CAFÉ, ROSADO. "LLUVIA", "BOSQUE".

3. POR LO GENERAL NO LAS CAMBIA PORQUE NO SE DA CUENTA DE QUE ESTÁN. SOLO EN EXTREMOS.

MI ATMÓSFERA, MI CONTEXTO:

Su propósito es crear un background para leer, sin embargo le interesa que tenga que ver con el contenido que está leyendo, así que busca que la música tenga una coherencia con la lectura, por lo general en lo que es la época y/o contexto cultural.

Tipo de lectura: Literatura.

Ocio: Responsabilidad:

1. SIN LETRA

2. CON LETRA

3. INSTRUMENTALES.

4. CAMBIA LA PISTA CUANDO PERCIBE UN CAMBIO ENTRE SU PERCEPCIÓN DE LA MÚSICA Y DE LA LECTURA.

SI PUEDO, FANTASEO:

Busca sentir más intensamente las emociones que el libro evoca. Es mucho más imaginativo y se pone en el lugar de los personajes, sintiendo que vive en sus zapatos.

Tipo de lectura: ciencia ficción, romance.

Ocio: Responsabilidad:

1. SIN LETRA

2. CON LETRA

3. BANDAS SONORAS DE PELÍCULAS DE LIBROS, OTROS INSTRUMENTALES.

4. MÚSICA POPULAR, GENÉRICA, ETC.

5. CAMBIA LA PISTA CUANDO NO VA ACORDE A LO QUE CONSIDERA EL "MOOD" DEL LIBRO.

Investigación de campo- creación de Arquetipos

A partir del poco conocimiento que los usuarios tenían sobre su comportamiento lector-sonoro, es decir, sobre su comportamiento al leer y escuchar piezas sonoras simultáneamente, se creó la necesidad de separar tales características de todos los usuarios involucrados a lo largo de la investigación, desde la primera encuesta hasta las entrevistas 1 a 1.

Fue así, que se crearon 6 Arquetipos distintos, los cuales se validaron y se ajustaron sus características a través de un testeo en Microsoft Forms que alcanzó a 33 usuarios. Esta validación mostró también la emoción y entusiasmo producido en los usuarios al verse reflejados con las características de ciertos Arquetipos.

Si bien, estos Arquetipos engloban a 6 comportamientos lectores-sonoros, cabe destacar que estos comportamientos pueden variar de acuerdo al tipo de lectura a la que se enfrente el usuario, por lo que la identificación del usuario con estos, por lo general abarca a más de 1.

El objetivo principal de estos Arquetipos es ser un aporte para la identificación del comportamiento del usuario y se toma como elemento clave en el desarrollo de la propuesta final.

24 preguntas

SI NO, ME DUERMO:

Busca que el ritmo de la música le cree un ritmo activo estándar para mantenerlo concentrado y despierto. Por lo general, encuentra una necesidad en tomar esas características rítmicas de la música y relacionarlas con el texto que está leyendo.

Tipo de lectura: literatura, papers, ensayos, libros de testimonios, etc.

Ocio: Responsabilidad:

1. SIN LETRA

2. CON LETRA

METAL, ROCK, REGGAETON, ETC.

CAMBIA LA PISTA CUANDO EL RITMO DE ESTA NO LO ACTIVA.

TODO UN MELÓMANO:

Su pasión por la música es tan grande que disfruta de leer libros con referencias musicales. Corre a buscarlas y deja que su experiencia de lectura se guíe por aquello.

Tipo de lectura: no es relevante.

Ocio: Responsabilidad:

AMBAS.

DEPENDE DE LA LECTURA.

NO SE VE EN NECESIDAD DE CAMBIARLA, PUES SU SELECCIÓN ESTÁ DICTADA POR LA LECTURA.

Referentes



Mapping Ourselves

Cuadernillo.

Usuario:

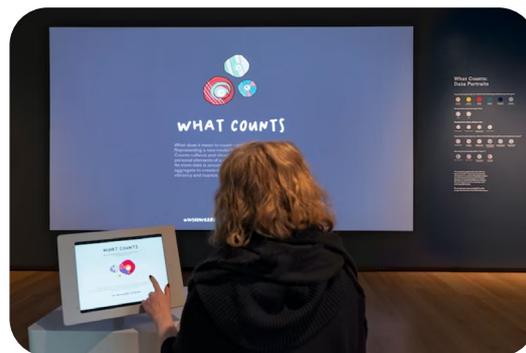
Cuidadores familiares.

Objetivo/Estrategia:

Entrega de herramientas que permitan ayudar al usuario a comprender la comunidad de personas que contribuyen a su bienestar.

Aporte para el proyecto:

El uso de técnicas visuales de mapeo personal y el formato análogo del producto.



What Counts

Exhibición digital.

Usuario:

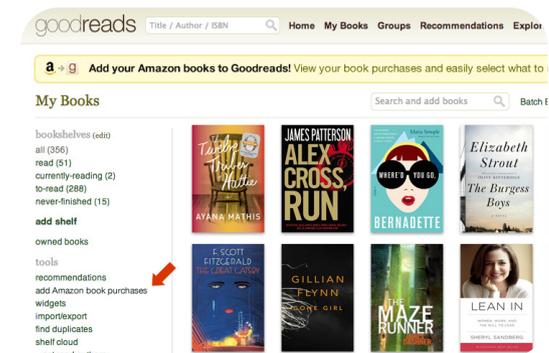
Ciudadanos de Nueva York prontos a participar del censo.

Objetivo/Estrategia:

Busca plantear nuevas preguntas sobre cómo los individuos han sido categorizados tradicionalmente por el censo de Estados Unidos y reimagina cómo se pueden recopilar y comunicar datos personales de maneras más emocionales y humanas.

Aporte para el proyecto:

Personalización visual de datos, de acuerdo a las características de cada usuario.



Goodreads

Alicación móvil.

Usuario:

Autores y lectores que quieran interactuar con las obras publicadas en la web.

Objetivo/Estrategia:

Permitirle al usuario expandir su experiencia lectora, a través de la creación de estanterías digitales, listas de lecturas y grupos de sugerencia y discusión de libros y autores.

Aporte para el proyecto:

La utilización de recursos digitales para crear una comunidad que aporta al proceso de lectura del usuario.

Antecedentes



Endel sound

Aplicación móvil.

Usuario:

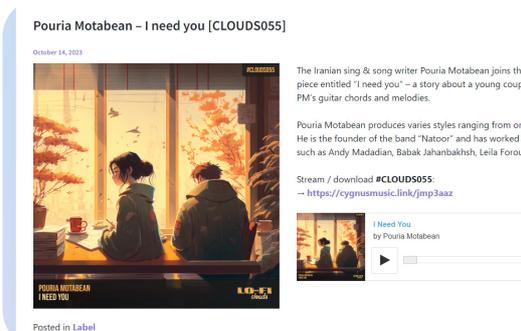
Personas con manejo tecnológico que desean hacer del sonido una vía para mejorar experiencias de estrés y/o concentración a las que se enfrentan.

Objetivo/Estrategia:

Gracias a su tecnología, crear un ambiente personalizado y privado de sonido para, entre otras cosas, ayudarte a la concentración.

Aporte para el proyecto:

El valor de la personalización de la influencia sonora, a través de la aplicación móvil.



Lo-fi Clouds Radio

Página web y aplicación móvil.

Usuario:

Músicos que crean piezas Lo-fi y público interesado en escuchar tal estilo de música.

Objetivo/Estrategia:

Busca conectar a músicos para que promuevan sus piezas sonoras con público que las quiera/necesite.

Aporte para el proyecto:

La contextualización de cada pieza sonora, que ayuda a identificar el propósito emocional de cada una.



Banda sonora de Leyenda de Fuego y Plomo

Álbum musical.

Usuario:

Lectores de la saga de libros 'La Nación de las Bestias'.

Objetivo/Estrategia:

Entregarle al lector un recurso musical que se puede disfrutar por separado de la lectura y que complementa la historia del libro.

Aporte para el proyecto:

El cruce entre el objetivo emocional sonoro con una lectura determinada.

04

Sobre el proyecto

Concepto  Propuesta de valor

Concepto

Soner es una experiencia centrada en personas que desean utilizar piezas sonoras como una herramienta de concentración en la lectura. Busca entregar herramientas para una elección óptima de piezas sonoras a la hora de leer, a través del autoconocimiento y la comunidad, contribuyendo así a una mayor concentración en la experiencia lectora, en una sociedad que tiene esta última en crisis.

La experiencia se concreta a través de 2 elementos complementarios, pero que plantean interacciones diferentes: un cuadernillo de autoconocimiento, herramienta análoga que apela a la experiencia física lectora (justificar bien esto) y una aplicación móvil, que apela a la digitalización de la experiencia lectora del usuario actual. Ambos elementos planean ser parte de un proceso de autoconocimiento sonoro-lector, que finalizará el momento en que decidan dejar de introducirse en nuevos tipos de lectura. La experiencia parte con la adquisición de un cuadernillo para el autoconocimiento sonoro-lector, en el cual se encontrarán con un espacio de mapeo personal que explorará el tipo de lectura que leen, el tipo de piezas sonoras que prefieren, sus niveles de concentración en relación a ambas, y su nivel de satisfacción en la experiencia lectora. A partir de este espacio de autoconocimiento y reflexión, se busca que los usuarios aprendan sobre sus gustos, preferencias y conveniencias en torno a la experiencia de leer con piezas sonoras; así, podrán adquirir el

autoconocimiento óptimo que les permitirá afinar los criterios que apliquen a la hora de escoger las piezas sonoras adecuada para cada lectura que realicen a futuro y seguir con la siguiente etapa de la experiencia.

Una vez hayan terminado su interacción con las actividades del cuadernillo, iniciarán sus interacciones con la aplicación móvil. En esta aplicación se contará con un espacio de "identificación del perfil lector" a través de un cuestionario que, como se presentó anteriormente, es el resultado del estudio de esta investigación, y con la capacidad de interactuar con los otros usuarios de la aplicación que estarán en el mismo recorrido que él.

El objetivo de esto es que el usuario pueda compartir de sus experiencias, se cree un sentido de pertenencia y se amplie la capacidad de identificación de factores reconocidos como relevantes en la experiencia de escucha y lectura.

Propuesta de valor

Luego de la investigación bibliográfica, análisis de cuestionarios y focus groups, para conocer y/o aproximarse al posible usuario y cómo este interactúa con el problema de la concentración en la lectura a través de la música, además del estudio de Antecedentes y Referentes, se identifican los escasos sitios/interfaces/instancias que permiten un trato personalizado de la música de acuerdo a las necesidades en relación al acto de comprensión lectora, de cada usuario. Es más, se detecta un proceso constante de prueba/error que puede llegar a hacer que la persona perciba la música como únicamente “distractor”, en lugar de algo que puede aportar a una mejor lectura o crear un ambiente para ello. La apps y recursos disponibles actualmente se centran en sonidos y en una experiencia genérica en lugar de una más personalizada.

Si bien existen recopilaciones de “música para leer”, no se identifican herramientas o dispositivos que abarquen la influencia de las piezas sonoras desde un punto de vista psicológico subjetivo, sino que desde la ignorancia del pensar que “la música para leer les sirve a todos” o “el sonido de la naturaleza te entregará paz”.

Es así, que este proyecto busca suplir tales necesidades, creando un diseño que aportará a la experiencia, inmersión y concentración personalizada de la lectura del usuario desde el autoconocimiento sonoro-lector y a través de lo análogo que tanto añora esta generación y desde lo digital que se ha transformado en una necesidad.



05

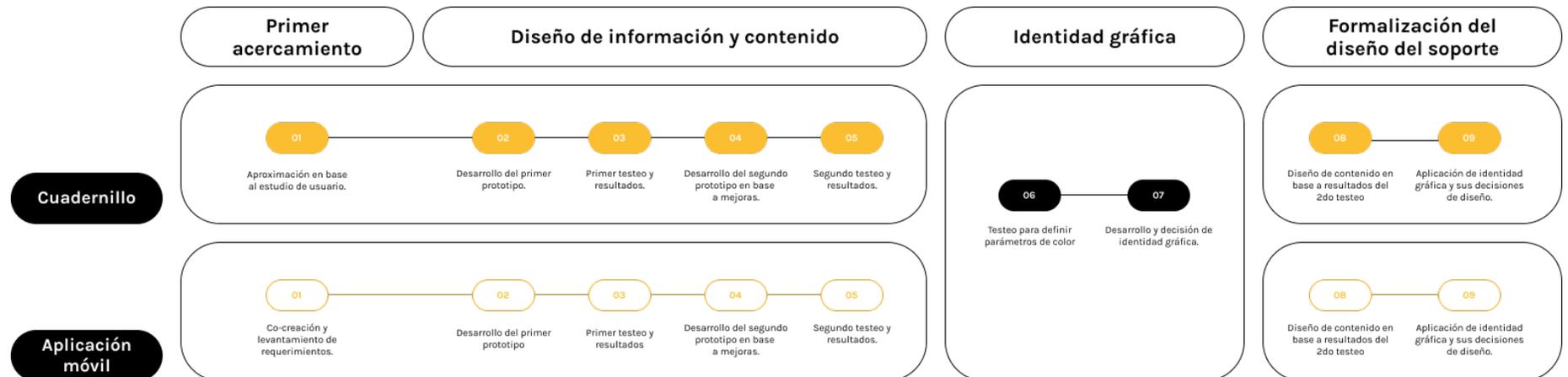
Proceso de diseño

Etapas  Cuadernillo  Aplicación Web  Identidad gráfica  Propuesta final.

Etapas

A continuación, se detallan las etapas principales del Proceso de Diseño de Soner. A lo largo del proceso se realizaron diversos tests. Para el proceso de Diseño del cuadernillo, participaron **10 nativos digitales** y para el proceso de diseño de la aplicación móvil, participaron: **4 nativos digitales**.

Se mencionarán los aprendizajes más significativos dentro del proceso de diseño hasta la etapa de Identidad gráfica. A partir de tal etapa, se explicarán las decisiones de diseño concretas de la propuesta final.



Aproximación en base a la experiencia de los usuarios

Debido a la necesidad vista en el usuario del desarrollo del autoconocimiento sonoro-lector, el primer acercamiento hacia el cuadernillo fue creado con inspiración del trabajo de las diseñadoras Giorgia Lupi y Stefanie Posavec quienes, a través de su libro 'Un diario visual', ponen en juego la visualización de datos personales, como una nueva manera de comunicación y autoconocimiento.

El objetivo era que, a través de la visualización de cierta información recopilada en torno a sus experiencias sonoras-lectoras, puedan darse ese espacio de autoconocimiento y posterior reflexión, que les permitirá desarrollar nuevos y relevantes criterios a la hora de decidir qué pieza sonora escuchar con sus siguientes lecturas.

Para testear la duración necesaria de estas actividades, se propusieron 3 duraciones distintas de la actividad, en donde 4 personas lo harían por 3 días, 3 personas por 7 días y 3 personas por 10 días. De esta manera se buscaba encontrar los criterios necesarios para decidir la duración de la actividad.

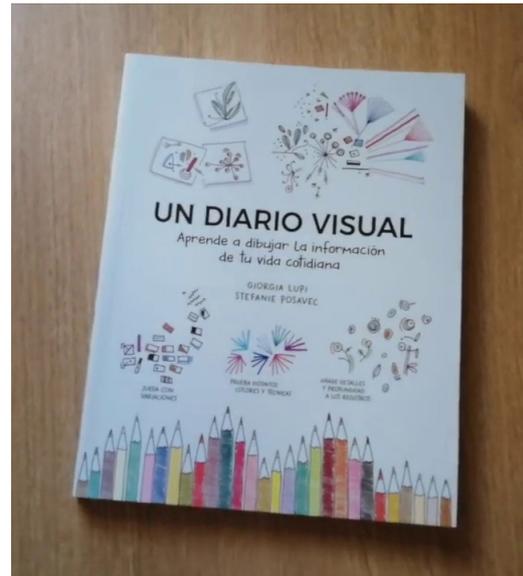


Imagen extraída de AbeBooks.cl



Desarrollo del primer prototipo - cuadernillo

Este primer acercamiento exploraba variables que fueron conversadas durante el proceso de investigación de campo. Partía con una pequeña introducción a las actividades y con unas preguntas para introspección personal para que el usuario se dé el espacio de ser consciente de ciertas tendencias que tiene a la hora de leer con piezas sonoras.

El formato de diseño fue tamaño carta (21.59 cm x 27.94 cm). Blanco y negro, exceptuando las indicaciones a modo ejemplo. Con esta decisión, se planeaba dejar que el usuario se enfoque en la relevancia de sus respuestas, en lugar del formato del cuadernillo. Esto, porque este primer acercamiento apelaba al contenido y no a la estética.



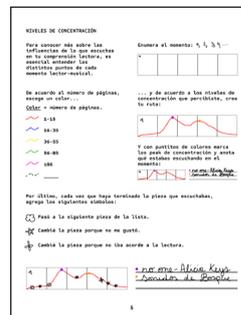
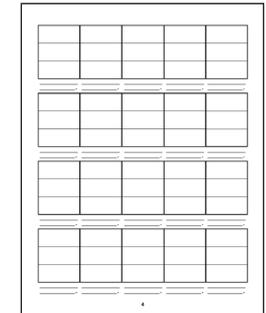
1. Presentación, introducción y preguntas generales

Se entrega información básica sobre el proyecto y se abarca el concepto "momento musical-lector".



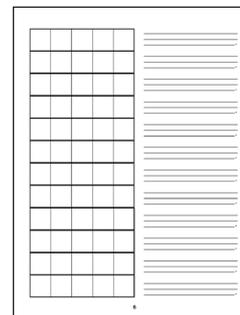
2. Actividad 1: Lectura y escucha.

A través de representaciones visuales, se busca la creación de distintos paisajes que permitirán identificar elementos base del "momento musical-lector"



3. Actividad 2: niveles de concentración

A través de la representación visual, se busca que el usuario pudiera ser consciente de los niveles de concentración de acuerdo a cada pieza musical que escuche.



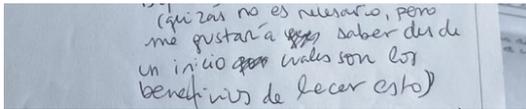
4. Espacio para feedback

A través de preguntas planteadas en torno a la experiencia de autoconocimiento, formato y expectativas, se busca que el usuario entregue el feedback necesario para la iteración del proyecto



Primer testeo y resultados - cuadernillo

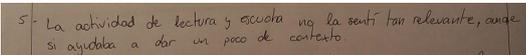
1. Feedback primer item.



*Si no se explica, los usuarios no tienen cómo saber los beneficios. Así que, se ve una necesidad en explicarlos e introducir conceptos claves de la investigación.

*Hay que especificar más parámetros del "momento musical-lector", ¿qué hay de las pausas?

2. Feedback segundo item.



*La actividad de lectura y escucha se identifica como necesaria, en especial para el contexto, sin embargo, se ve la necesidad de juntarla con la actividad de "niveles de concentración" para que, su desarrollo, tenga mayor cohesión.



3. Feedback tercer item.



*Instintivamente, los usuarios hacían la actividad de niveles de concentración mientras leían, algo que no sospeché. Así que, habría que buscar la manera en que lo que vayan rellenando no tenga un fin tan específico.

*En el peak de concentración, es probable que no se acuerden de lo que estaban escuchando. Así que, el centrarse en lo que les desconcentra puede ser mucho más efectivo que centrarse en lo que les concentra. Así, mapean, pero sin que sea una actividad que les interrumpa la experiencia lectora.

Feedback general: Este primer acercamiento priorizó las piezas musicales, sin embargo, de acuerdo a lo investigado anteriormente y a la necesidad del usuario, se considera necesario de expandir a piezas sonoras (ruido blanco, sonidos de bosques, etc.).

En términos de duración del cuadernillo, considerando que el usuario ya tiene hábitos lectores, se considera la **duración de 7 días** como óptima, ya que pueden relajar lecturas de diferentes géneros sin que su experiencia sea repetitiva ni escanza, como en el caso de la duración de 10 y 3 días, respectivamente.

Me pareció increíble la actividad, hizo que las lecturas asociadas a la universidad fueran más agradables, al mismo tiempo me hizo ser más consciente de mis hábitos de lectura y concentración.

Transcripción: "Me pareció increíble la actividad, hizo que las lecturas asociadas a la universidad fueran más agradables, al mismo tiempo me hizo ser más consciente de mis hábitos de lectura y concentración".

Imágenes de elaboración propia. Resultados de las actividades de Sofía Lira e Ivania Ortiz.

Desarrollo del segundo prototipo - cuadernillo

EL MOMENTO LECTOR MUSICAL

Nombre del libro: El viaje y el mar.
 Autor: J. J. J. J.

¿Qué tipo de música escuchas en este momento? Música clásica Música moderna Música folclórica Música de cámara Música de cámara Música de cámara

1. Identifica el momento del libro que escuchas y escríbelo en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

2. De acuerdo a los siguientes criterios (1 de 100), marca los momentos que te gustan más en el libro que escuchas y escríbelos en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

3. Cambia el peso porque te gusta más.

4. Cambia el peso porque te gusta menos.

5. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

6. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

7. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

8. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

9. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

10. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

EL MOMENTO LECTOR MUSICAL

Nombre del libro: El viaje y el mar.
 Autor: J. J. J. J.

¿Qué tipo de música escuchas en este momento? Música clásica Música moderna Música folclórica Música de cámara Música de cámara Música de cámara

1. Identifica el momento del libro que escuchas y escríbelo en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

2. De acuerdo a los siguientes criterios (1 de 100), marca los momentos que te gustan más en el libro que escuchas y escríbelos en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

3. Cambia el peso porque te gusta más.

4. Cambia el peso porque te gusta menos.

5. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

6. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

7. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

8. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

9. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

10. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

Nombre del libro:

Autor:

¿Qué tipo de música escuchas en este momento? Música clásica Música moderna Música folclórica Música de cámara Música de cámara Música de cámara

1. Identifica el momento del libro que escuchas y escríbelo en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

2. De acuerdo a los siguientes criterios (1 de 100), marca los momentos que te gustan más en el libro que escuchas y escríbelos en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

3. Cambia el peso porque te gusta más.

4. Cambia el peso porque te gusta menos.

5. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

6. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

7. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

8. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

9. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

10. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

2. Instrucciones para el desarrollo de los momentos sonoro-lectores

Se fusionaron las 2 actividades previas en una gran plantilla para 1 'momento sonoro-lector'. Además, se añaden también más factores que los usuarios consideraban relevantes como: la duración del momento, la satisfacción en la lectura, etc.

3. Plantilla momentos

Se creó una plantilla que permite la visualización de la información del momento 'sonoro-lector' y un espacio de reflexión.

ESPACIO DE RETROALIMENTACIÓN

Te damos la bienvenida a este espacio para que puedas compartir:

¿Qué te gustó más de este momento?

¿Qué te gustó menos de este momento?

¿Qué te gustó más de este momento?

¿Qué te gustó menos de este momento?

¿Qué te gustó más de este momento?

¿Qué te gustó menos de este momento?

¿Qué te gustó más de este momento?

¿Qué te gustó menos de este momento?

¿Qué te gustó más de este momento?

¿Qué te gustó menos de este momento?

Nombre del libro:

Autor:

¿Qué tipo de música escuchas en este momento? Música clásica Música moderna Música folclórica Música de cámara Música de cámara Música de cámara

1. Identifica el momento del libro que escuchas y escríbelo en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

2. De acuerdo a los siguientes criterios (1 de 100), marca los momentos que te gustan más en el libro que escuchas y escríbelos en la línea correspondiente de la escala de momentos musicales.

3. Cambia el peso porque te gusta más.

4. Cambia el peso porque te gusta menos.

5. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

6. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

7. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

8. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

9. Cambia el peso porque te gusta mucho más.

10. Cambia el peso porque te gusta mucho menos.

4. Espacio para feedback

A través de preguntas planteadas en torno a la experiencia de autoconocimiento, formato y expectativas, se busca que el usuario entregue el feedback necesario para la iteración del proyecto.



Segundo testeo y resultados - cuadernillo

1. Feedback primer item.

*Importante cohesionar el contenido del cuadernillo con el de la aplicación móvil. Si bien, cumplen funciones diferentes, hay que marcar que son parte de un mismo sistema.

2. Feedback segundo item.

*Las instrucciones se leían claras, excepto la del paso n° 3. Faltan elementos por especificar.

*Si bien, las flechas aportaban al entendimiento de las instrucciones, son una demostración de un diseño deficiente.

3. Feedback tercer item.

*La plantilla resultó sumamente efectiva; sin embargo, el espacio destinado a la escritura fue desaprovechado, pues no se veía la necesidad de utilizarlo por completo.

Feedback general: El concepto 'Lector sonoro' se identifica en internet como un aparato que utilizan personas no videntes para poder escuchar la lectura. Así que, se tomó la decisión de cambiar el orden a "momento sonoro-lector".

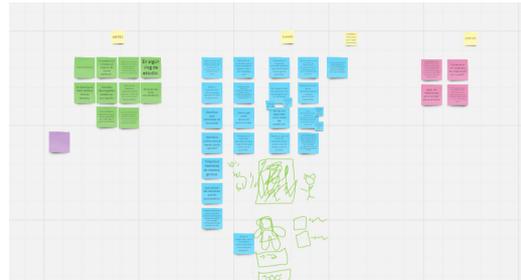


Primer acercamiento - aplicación web

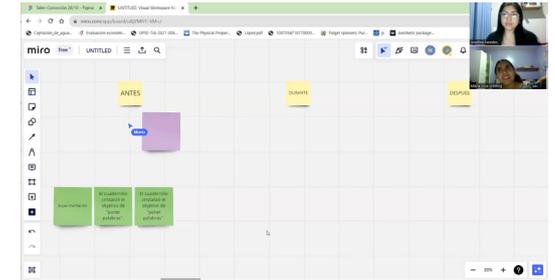
Con el objetivo de validar la oportunidad de diseño detectada en esta parte del proyecto, se realizó una instancia de co-creación de manera remota con los usuarios, a través de las plataformas Google Meet, Zoom y Miro, esta última permitía mediante su interfaz hacer de la experiencia de co-creación algo intuitivo para el usuario digital.

En la instancia, se hizo una presentación verbal del proyecto y se entregó el contexto necesario para la comprensión de este, agregándose a la experiencia previa que tenían los 4 usuarios con el cuadernillo de autoconocimiento. En base a esto, cada usuario realizó un 'viaje' por lo que se esperaban abarcara la aplicación móvil y su requerimientos.

Luego de esto, se realizó un orden de los requerimientos del usuario para armar la primera propuesta.



Imágenes de elaboración propia. Resultados de las actividades de Daniel Cubillos y María José Schilling.



Captura de pantalla de reunión por la plataforma Zoom con María José Schilling.

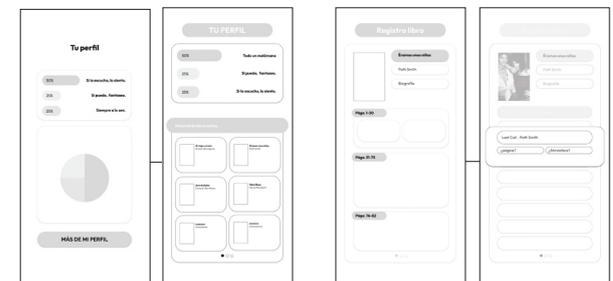
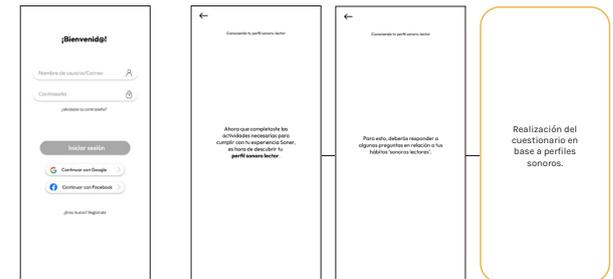


Desarrollo del primer prototipo - aplicación web

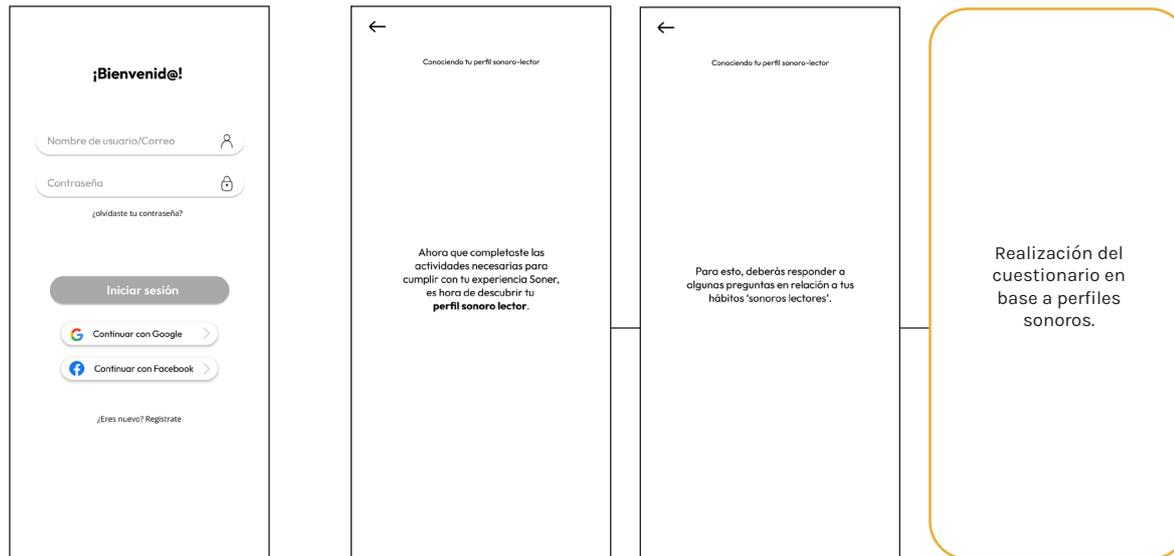
En base a la experiencia previa, se creó un prototipo a con wireframes digitales que representaban las instancias claves mencionadas por los usuarios en la sesión de co-creación. Estos fueron testeados de manera presencial.

A partir de esto, buscaba validar la relevancia de los requerimientos previamente realizados.

Además, se buscaba probar cuán intuitivas eran las interacciones que planteaba este primer prototipado.



Desarrollo del primer prototipo - aplicación web



1. Registro

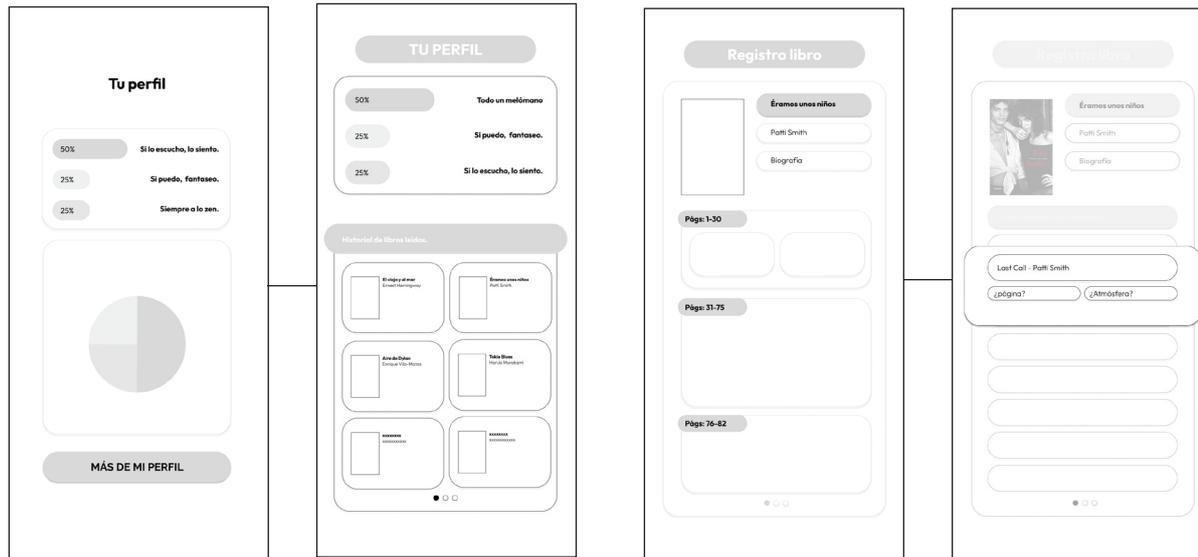
Se creó una plantilla que permite la visualización de la página de inicio a modo de registro de usuario.

2. Introducción al cuestionario

Se creó una plantilla que introduce el concepto de "perfil sonoro-lector", junto con el cuestionario cuyo testeo se verá más adelante.



Desarrollo del primer prototipo - aplicación web



3. Muestra de resultado perfil y ejemplo

Se creó una plantilla que muestra el resultado luego de realizar el cuestionario del perfil sonoro y la muestra de los textos con los cuales se realizaron los momentos sonoros-lectores.

4. Registro libro y momento sonoro-lector

Se creó una plantilla que permite la visualización de información de cada texto que se registra y la visualización de las piezas sonoras.



Primer testeo y resultados - aplicación web

1. Feedback primer item.

“Es fácil el registro, como en Instagram” -Jose.

*El registro se entendía, debido a su similitud con el de otras plataformas.

*El problema con este item era el salto hacia el cuestionario. Si bien, el usuario rescataba totalmente la relevancia del autoconocimiento sonoro-lector, a través del cuadernillo, en ningún momento se hacía notar dentro de la interacción de la aplicación, por lo que la conexión entre ambos elementos se veía deficiente.

2. Feedback segundo item.

“Me encanta la idea, pero me cuesta entender por qué no podría adquirir el cuadernillo por sí solo o descargar la app sola” -Dani.

*El mayor problema de este item radicaba en lo mencionado anteriormente y a la casi nula razón de utilizar la aplicación como complemento del cuadernillo. Se veía la necesidad de armar una “experiencia” cohesiva entre ambos elementos.

3. Feedback tercer item.

“Me gustaría saber más sobre los perfiles, para identificarme más con ellos” -Cote.

*El resultado del perfil sonoro-lector causaba mucho entusiasmo, sin embargo, un factor importante era conocer más sobre los arquetipos que formaban perfil. No bastaba con los porcentajes y un título sugerente.

4. Feedback cuarto item.

“No entiendo a dónde apretar” -Bea.

*Se percibía una dificultad a la hora de entender el flujo de interacciones propuesto. Los usuarios se perdían en la jerarquía de información propuesta.



Desarrollo del primer prototipo - aplicación web

Cuestionario en base a Arquetipos

Como se mencionó anteriormente en Contexto Usuario, a lo largo de la investigación se agruparon distintos comportamientos sonoro-lectores, para luego categorizarlos en 6 Arquetipos.

Parte del objetivo de esto era que los usuarios de Soner puedan sentirse identificados con estos, entender de mejor manera su comportamiento y crear un sentido de pertenencia para con el servicio.

En esta parte del desarrollo, se armó una pauta de afirmaciones, en la que se separó a cada Arquetipo en 2. De tal manera, se buscaba, a través de la identificación del usuario con estas afirmaciones, que se validara su redacción y efectividad en el sentido de pertenencia de cada usuario.



Si puedo, fantaseo:

Busco sentir intensamente las emociones que el libro evoca, a través de las piezas sonoras.

Soy muy imaginativ@ y busco que la pieza sonora me ponga en el lugar de los personajes.

Sino, me duermo:

Busco que la pieza sonora me cree un ritmo activo estándar para mantenerme concentrado y despierto.

Encuentro una necesidad en tomar las características rítmicas de la música y relacionarlas con el texto que estoy leyendo.

Todo un melómano:

Considero que la música es el factor motivacional más grande en la lectura.

Leo libros con referencias musicales y dejo que mi experiencia de lectura se guíe por aquello.

Mi atmósfera, mi contexto:

Sí necesito escuchar música mientras leo y busco una coherencia entre ambos contenidos.

Priorizo que la música tenga una coherencia con la lectura, por lo general en lo que es la época y/o contexto cultural.

Siempre a lo zen:

Busco crear un “background” para mi lectura, a través de sonidos que no vayan acorde al contenido que leo.

Me concentro mejor escuchando sonidos relajantes o que imitan a la naturaleza.

Si lo escucho, lo siento:

Sí necesito escuchar música mientras leo, sin embargo, priorizo el contenido lector antes que el musical.

Busco que la pieza sonora tenga relación con el contenido que estoy leyendo, sin afectar mi comprensión lectora.

Feedback:

“Me sentí muy identificado con algunas afirmaciones” -Dani.

“Encuentro que fue un buen trabajo de separar los arquetipos en afirmaciones” -Cote.

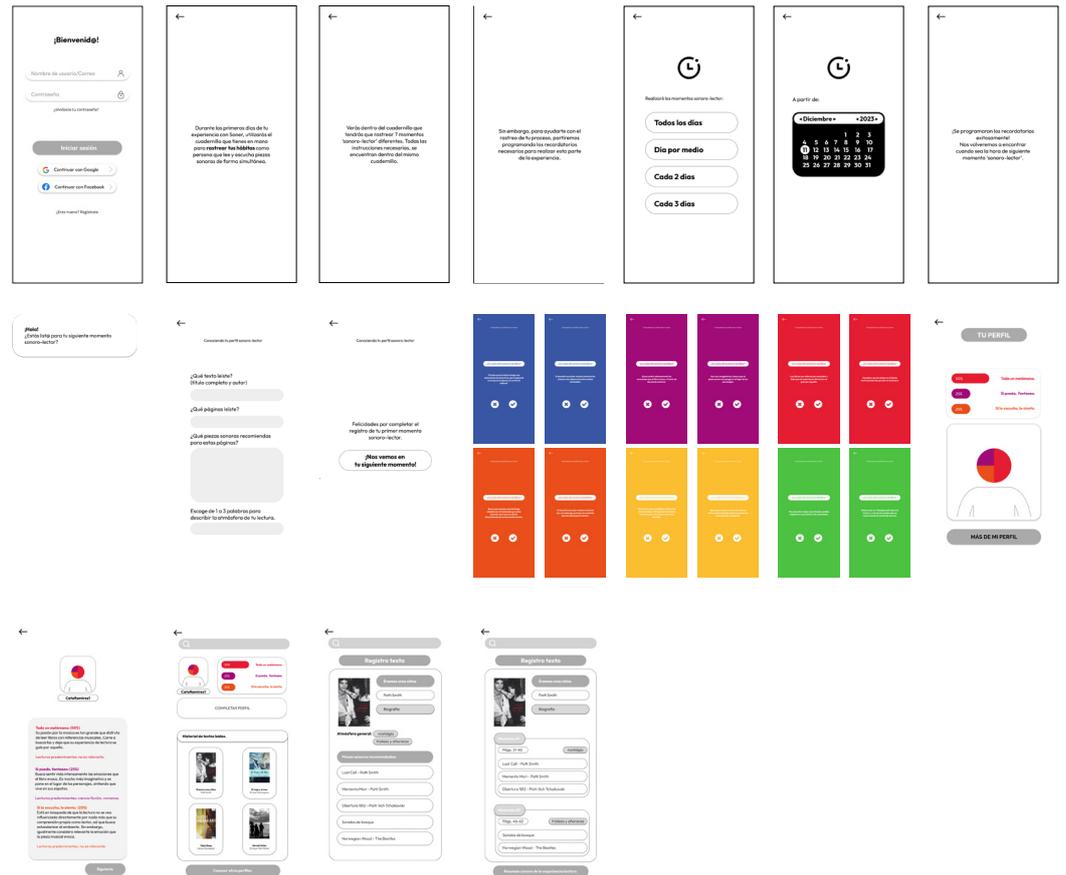
“Tienen sentido, pero de repente me confundía entre ‘sonido’ y ‘música’, debería hacer estado más atenta” -Jose.

Desarrollo del segundo prototipo - aplicación web

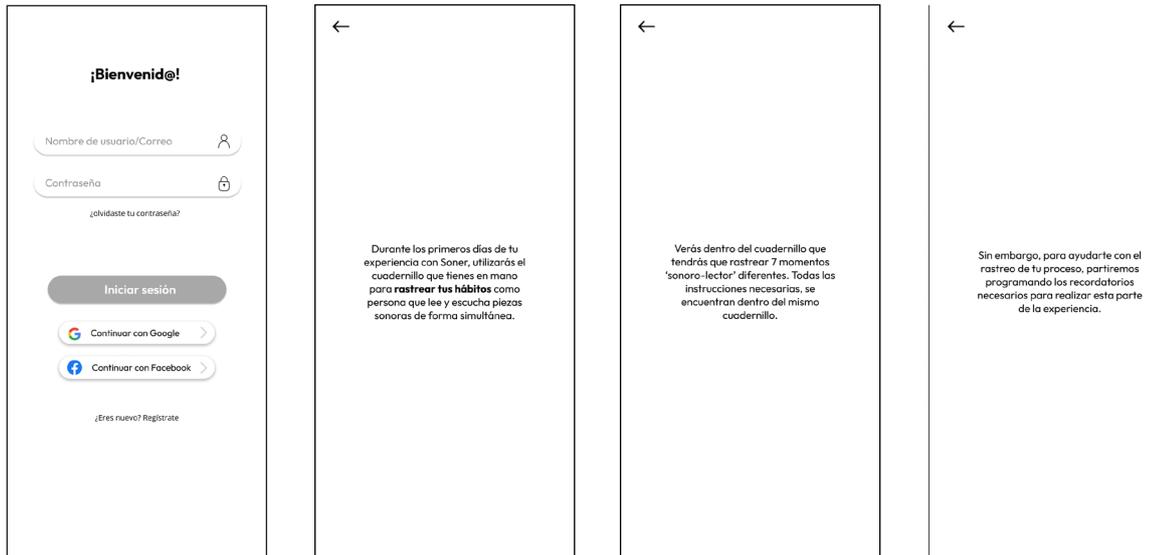
En base al feedback anterior, se creó un 2do prototipo con wireframes digitales, agregando el color necesario para hacer notar la influencia de los Arquetipos dentro de las interacciones de la aplicación. Estos fueron testeados de manera online y presencial.

A partir de este testeo, se buscaba validar las nuevas interacciones propuestas, en base al testeo anterior.

Además, se buscaba probar cuán intuitivas eran las interacciones que planteaba este segundo prototipado.



Desarrollo del segundo prototipo - aplicación web

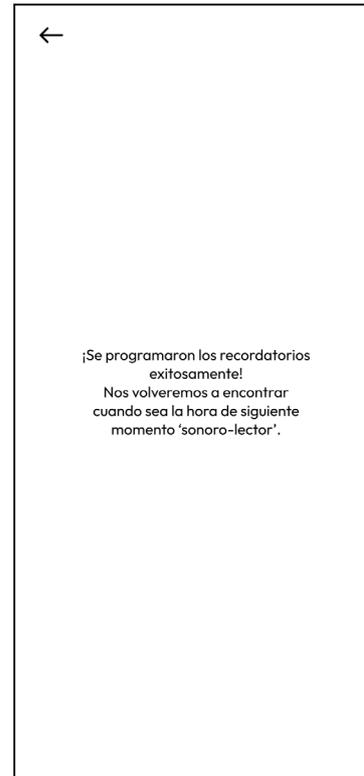


1. Registro e introducción a Soner

A parte del registro, a modo de vincular la experiencia entre el cuadernillo y la aplicación, la plataforma obligará al usuario a fijar recordatorios para realizar los momentos sonoros-lectores y, posteriormente, registrarlos.



Desarrollo del segundo prototipo - aplicación web



2. Registro de recordatorios

Estos registros permitirán opciones desde todos los días, hasta cada 3 días y entregará la opción de en qué fecha el usuario quiere partir. Una vez se registren los recordatorios, la aplicación no dejará que se vea ningún tipo de información, para no distraer al lector de su viaje a través del cuadernillo de autoconocimiento.



Desarrollo del segundo prototipo - aplicación web



3. Registro del momento sonoro lector.

Al haber fijado los recordatorios, el usuario deberá esperar a que le llegue una notificación para realizar el momento lector e ingresar ciertos datos requeridos que la aplicación, gracias a su base de datos interna, va a agrupar y categorizar luego en el perfil. Una vez que se termine el registro, el proceso se repite.
Notificación->registro->espera.



Desarrollo del segundo prototipo - aplicación web



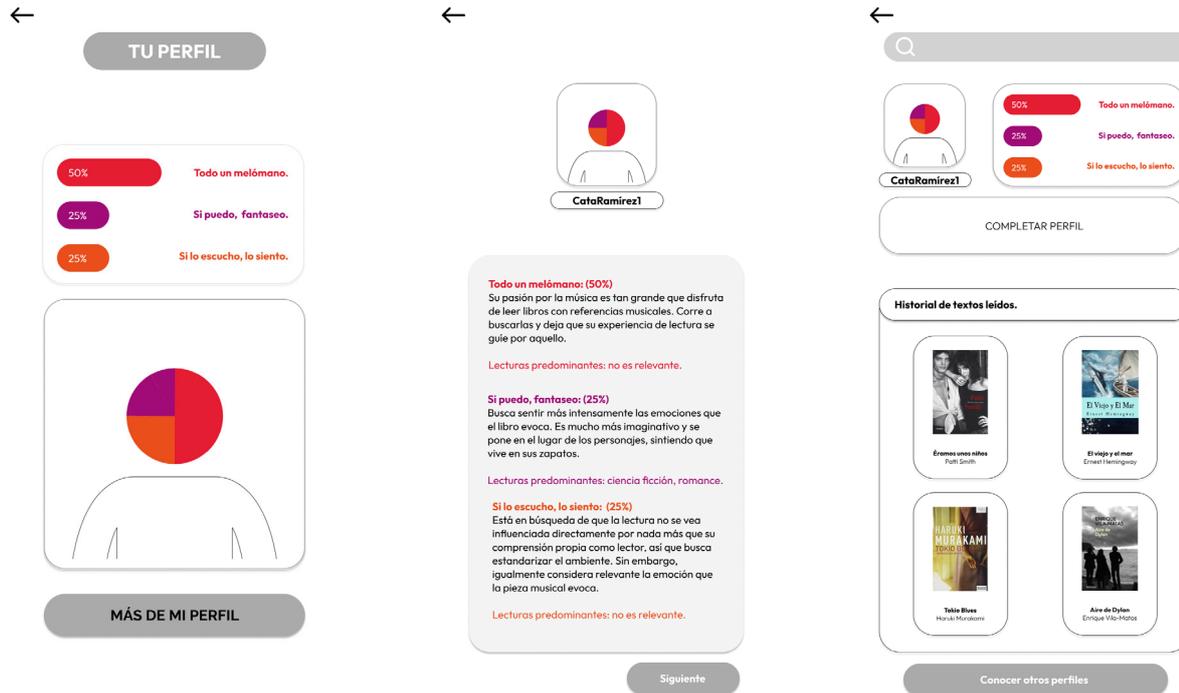
4. Afirmaciones en base a los arquetipos lectores

Considerando que son 6 arquetipos, en base a los 6 colores de la rosa cromática, se realizó un testeo de asociación de colores, cuyos resultados se pueden ver en las imágenes.

Las afirmaciones recibieron cambios mínimos en redacción y puntuación, y antes de que los usuarios se enfrentaran a el test, se les advirtió sobre la importancia de poner atención a la diferencia entre palabras como "música" y "sonido" y "sí" y "no".



Desarrollo del segundo prototipo - aplicación web

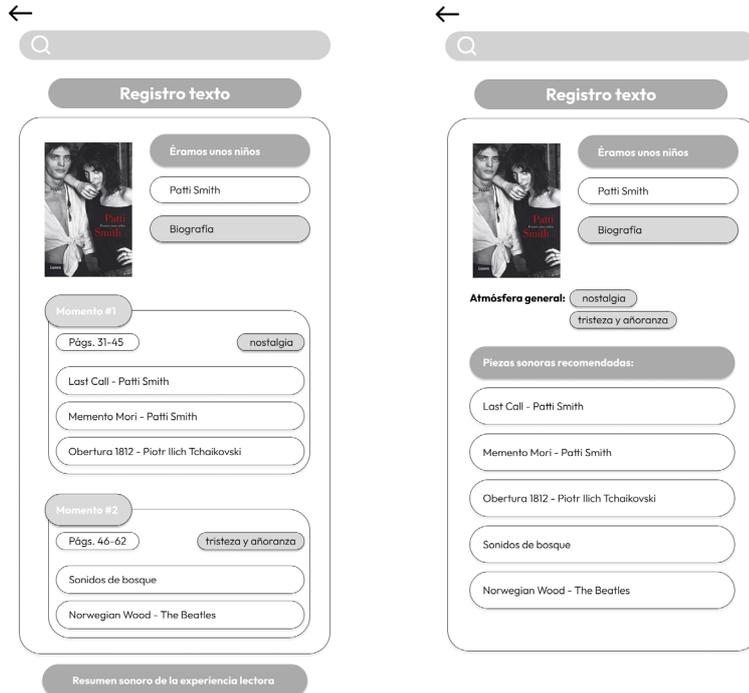


5. Muestra, explicación y primera visualización del perfil.

Junto con la visualización de los porcentajes de arquetipos que conforman el perfil sonoro del usuario, se añadió la opción de conocer las características concretas del perfil sonoro-lector. Junto con eso, se construyó el perfil con un avatar que representa a una persona cuya cabeza está coloreada de acuerdo a los resultados de su perfil.



Desarrollo del segundo prototipo - aplicación web



6. Visualización de los momentos sonoros/lectores y resumen de piezas sonoras.

A la visualización de los momentos sonoros se les agregaron los datos que se pidieron en un inicio al registrar cada momento sonoro-lector, como la atmósfera que el usuario percibía por cada uno. Además, en base al orden general propuesto, se espera que los usuarios entiendan que, luego de las muestras de los momentos sonoro, viene el resumen general de las piezas sonoras que se escucharon.

Este wireframe permitía también un primer acercamiento a cómo se verían los perfiles y momentos sonoro-musicales de otros usuarios de la aplicación móvil.



Segundo testeo y resultados - aplicación web

1. Feedback primer item.

“Lo encuentro claro, igual que la otra vez”

-Jose.

“Me gusta que me explique un poco más de la experiencia” -Bea.

*La introducción parece ser suficientemente clara para el usuario.

2. Feedback segundo item.

“Si la notificación me recordara cada más de 3 días, no me serviría mucho, así que me parece bien” -Bea.

“¿Qué tal si quiero registrar un momento sonoro-lector antes de que me llegue la notificación?” -Jose.

*Los tiempos resultaron aprobados por el usuario.

*Se ve la necesidad de agregar la posibilidad de ingresar un momento sonoro-lector fuera de las fechas programadas, porque eso depende de las ganas y el tiempo libre del usuario, que son cambiantes.

3. Feedback tercer item.

“Me encanta la idea de los recordatorios. Me ayudan a mantener una rutina” -Cote.

“Así lo entiendo más como sistema” -Dani.

*La incorporación de los recordatorios sirvió para cohesionar las partes de la experiencia.

4. Feedback cuarto item.

“Me hubiese acomodado más que estuviera escrito como parte de la app lo de prestar atención a ciertas palabras, no que me lo hubieses dicho tú” -Jose.

*Faltaba agregar información al prototipo para que se entienda la idea a comunicar.

5. Feedback quinto item.

“Me tinca mucho. Debo admitir que igual me gustaría conocer de los otros arquetipos, ¿eran 12 en total, verdad?” -Bea.

*Para satisfacer la curiosidad del usuario, se ve la necesidad de agregar la información de los otros Arquetipos, así también el usuario puede compararse y entender al resto de los perfiles.

6. Feedback sexto item.

“Me hace mucho más sentido el orden. No sé si serán los colores, pero igual tenía ganas de apretar cosas que no debería” -Dani.

“Espero poder ver los resultados de otros usuarios sin la necesidad de hablar o chatear con ellos” -Cote.

“¿Voy a poder agregar más recomendaciones, verdad? No sé si queda tan claro eso” -Bea,

*Se ve la necesidad de mejorar la interfaz, a través de la identidad gráfica y cambios mínimos de posición, para que el flujo de interacciones sea más intuitivo.

*Se ve la necesidad de crear una pequeña interacción entre los perfiles, sin caer en el intercambio de palabras, pero sí algo que indique el interés de un usuario a los resultados y recomendaciones de otros.

*Se ve la necesidad de especificar que, a partir de la entrega del perfil sonoro-lector, los usuarios podrán agregar recomendaciones de piezas sonoras para siguientes libros que lean.



05.1

Propuesta final

Desarrollo de la identidad gráfica

Naming:

Soner es una mezcla de las palabras 'sonido' y 'leer', apelando a que la guía de este proyecto es la relación entre las piezas sonoras y la lectura, de acuerdo a la experiencia de cada usuario. También, se busca por medio de un nombre corto y fácil de recordar, que los usuarios puedan entregarle el valor lúdico y entretenido a la "experiencia Soner" que desarrollarán en el proyecto.

Personalidad:

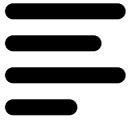
Soner busca ser un apoyo en el viaje de conocimiento sonoro-lector del usuario, que se destaca por la personalización y subjetividad. Es en base a esto que se caracteriza en ser una marca cercana, paciente y estructurada, pero también divertida.



Desarrollo de la identidad gráfica

Logo:

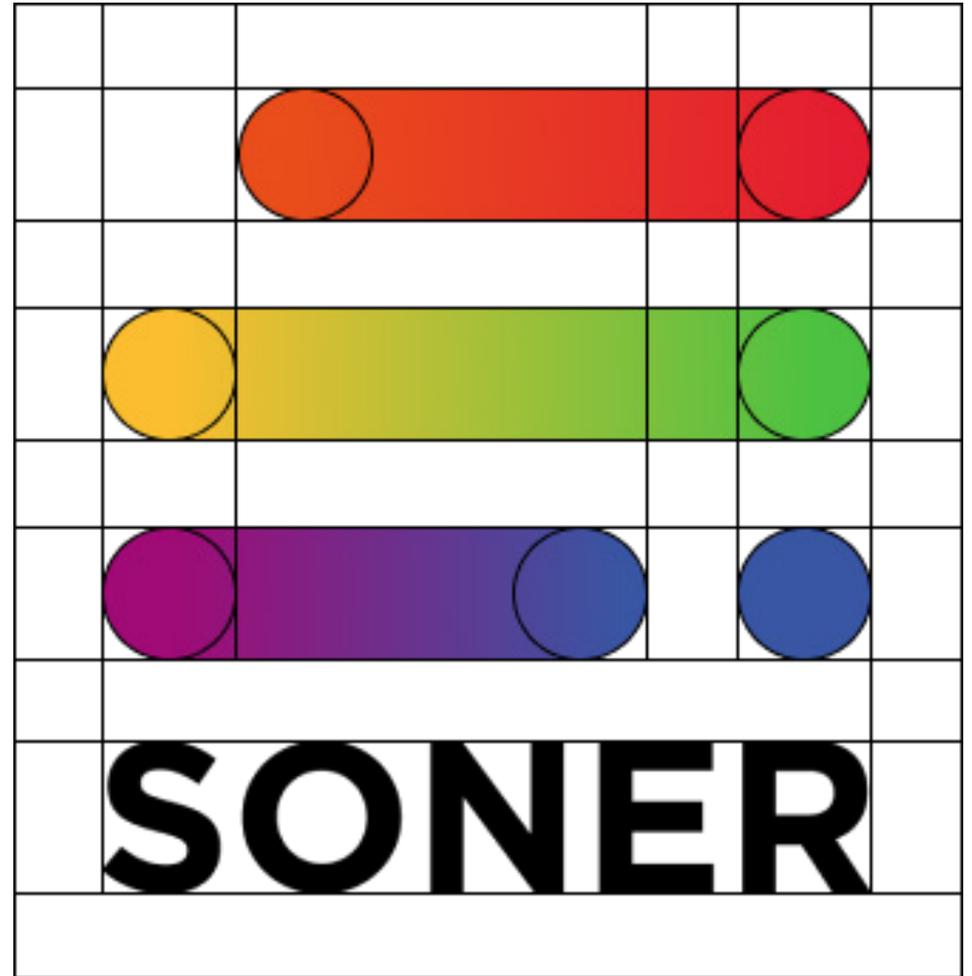
El logotipo de Soner busca poner el valor tanto el texto como el sonido. Es así que su forma se asemeja al ícono de un texto y la degradación de colores, a los niveles de sonido.



Ícono de texto.



Imagen que ilustra el volumen.



Imágenes que ilustran los ejemplos visuales, extraídas de The Noun Project y Dreamstime.cl, respectivamente.

Desarrollo de la identidad gráfica

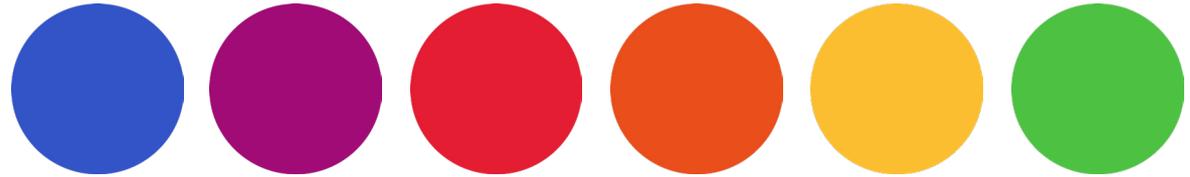
Paleta cromática:

La paleta cromática fue escogida de acuerdo a los 6 colores de la rosa cromática. Esto porque los arquetipos que se desarrollaron en la investigación del proyecto, fueron 6.

Tipografía:

La tipografía escogida para el logo fue **Gotham**. Su característica palo seco sin serifa, aporta a no ser una distracción del elemento superior del logo, que tiene más cuerpo y color.

A parte, se seleccionó otra tipografía para el desarrollo del cuadernillo y la aplicación móvil: **Outfit**, esta, con características similares a Gotham, seguía con la intención de no distraer de otros elementos y aportaba a la jerarquía y diferenciación del contenido de la experiencia. Sonar con el propio logo.



Gotham:

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Outfit:

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



Desarrollo de la identidad gráfica

Aplicaciones:

La aplicación de marca en el cuadernillo varía de la aplicación de marca de la app móvil, de acuerdo a las características de cada una.

*En el cuadernillo, las aplicaciones van en el logo y los colores, pero se añaden símbolos que tienen que ver con el contenido, desarrollo del cuadernillo y la personalización.

*En la app móvil: La aplicaciones buscan jugar con el dinamismo propuesto por la marca y el juego de color que se abarca a través del concepto de volúmen. Se permite algo más juguetón y aplicaciones “en movimiento”



Ejemplo cuadernillo:

EL MOMENTO SONORO LECTOR - instrucciones.

1 Anota la primera y la última página que leíste, y ordena los símbolos en la tabla. Si tu momento sonoro lector tuvo pausas, agrega este símbolo: /

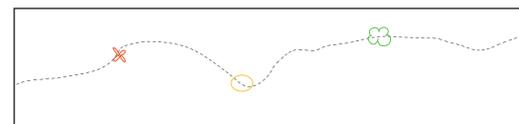
2 Luego, asigna un color a las siguientes líneas discontinuas, de acuerdo al número de páginas indicado, y une los símbolos en base a los **niveles de concentración** que percibiste a lo largo de tu lectura.

1-15 36-55 86-100
16-35 56-85

3 Selecciona las opciones que representen las **características de la/s pieza/s sonoras** que escuchaste.

Respecto a las piezas sonoras que escuchaste, selecciona:

Con letra Sin letra Ambas
 Conocía la/s pista/s No conocía la/s pista/s Ambas



Ejemplo app:

Verás dentro del cuadernillo que tendrás que rastrear 7 momentos "sonoro-lector" diferentes. Todas las instrucciones necesarias, se encuentran dentro del mismo cuadernillo.

Propuesta final - Experiencia Soner



Cuenta con una introducción para que el usuario entienda la importancia de esta actividad y de la experiencia completa de Soner.

Adquisición de Soner

Soner será una herramienta que, acorde al plan de implementación que se explicará más adelante, se adquirirá principalmente en bibliotecas universitarias y librerías.



Propuesta final - Experiencia Soner

Considerando que cada una de estas instancias se conforma a partir de dos factores clave: **las piezas sonoras y la lectura**, es importante que seas consciente de la **cantidad de páginas que lees** y de **las piezas sonoras que escuchas** para hacer una conexión óptima entre ambas y entender por qué escuchas una determinada pieza.

Para tener el rastreo de esto último, puedes tener en cuenta el **historial de piezas sonoras que estás escuchando** en cual sea la aplicación digital que estés utilizando o en la lista de tracks de tu CD, vinilo, etc.

OBJETIVO

El desafío es que, a través de la pausa que dedicas a realizar cada paso de esta actividad y a su reflexión posterior, logres un mayor **autoconocimiento** respecto a tus **hábitos** en cada "momento sonoro-lector" y, así, se afinen los criterios que aplicas a la hora de escoger la **pieza sonora** adecuada para cada lectura que realices a futuro.

¿List@ para comenzar?

¡REGÍSTRATE!

Antes de partir, deberás registrarte en la aplicación móvil de Soner. Para acceder a esta, escanea este código QR y sigue las instrucciones.

Una vez registrad@, da la vuelta a la siguiente página y te encontrarás con todas las instrucciones necesarias para hacer las actividades de cada "momento sonoro-lector".

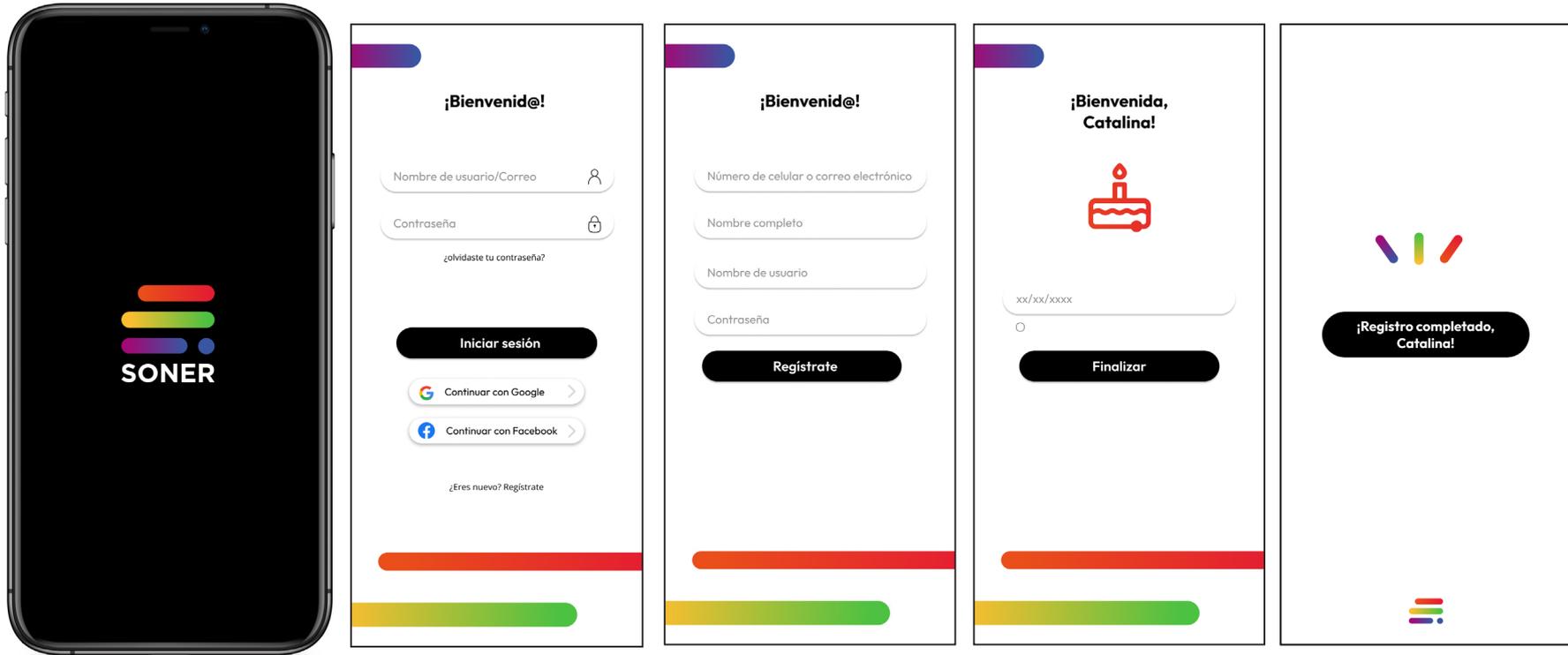
Introduce a la aplicación móvil como un acompañamiento para el desarrollo de este.

Adquisición de Soner

Soner será una herramienta que, acorde al plan de implementación que se explicará más adelante, se adquirirá principalmente en bibliotecas universitarias y librerías.



Propuesta final - Experiencia Soner

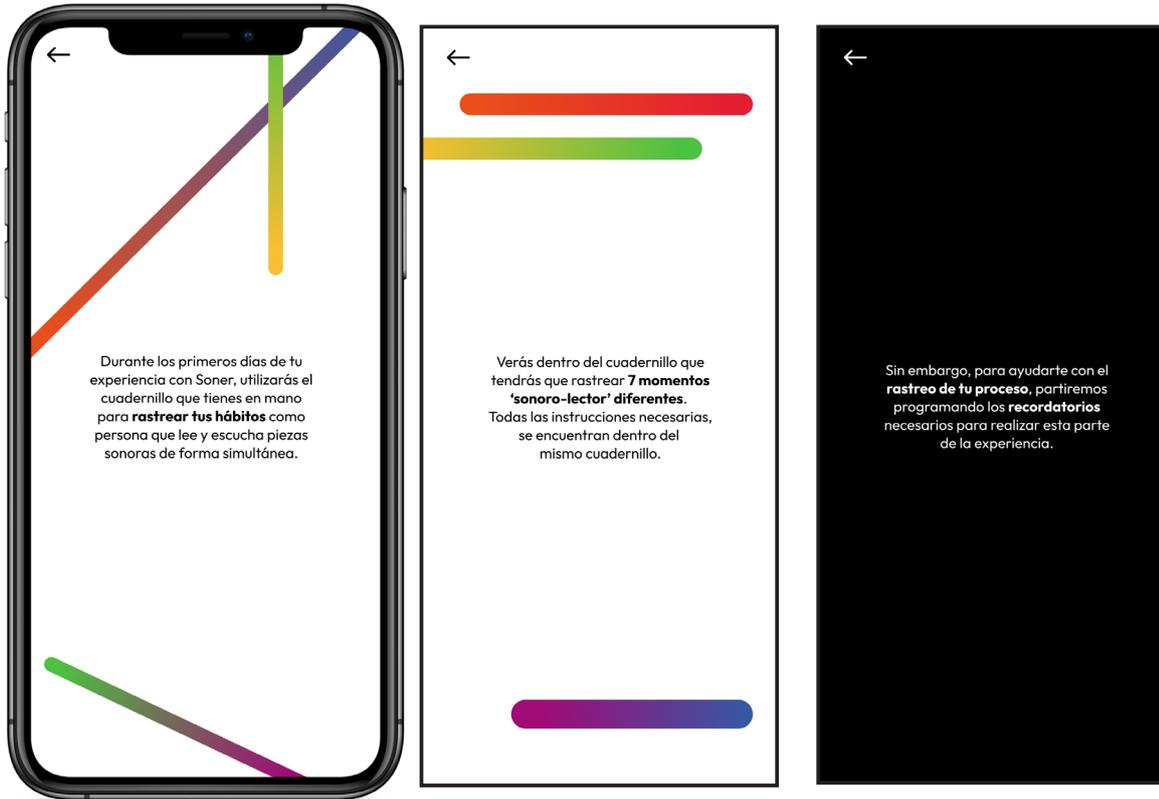


Introducción aplicación

Una vez se instala e ingresa a la página web, el usuario se debe registrar y poner datos personales relevantes para el desarrollo posterior de Soner, como su nombre, nombre de usuario, contraseña y cumpleaños.



Propuesta final - Experiencia Soner

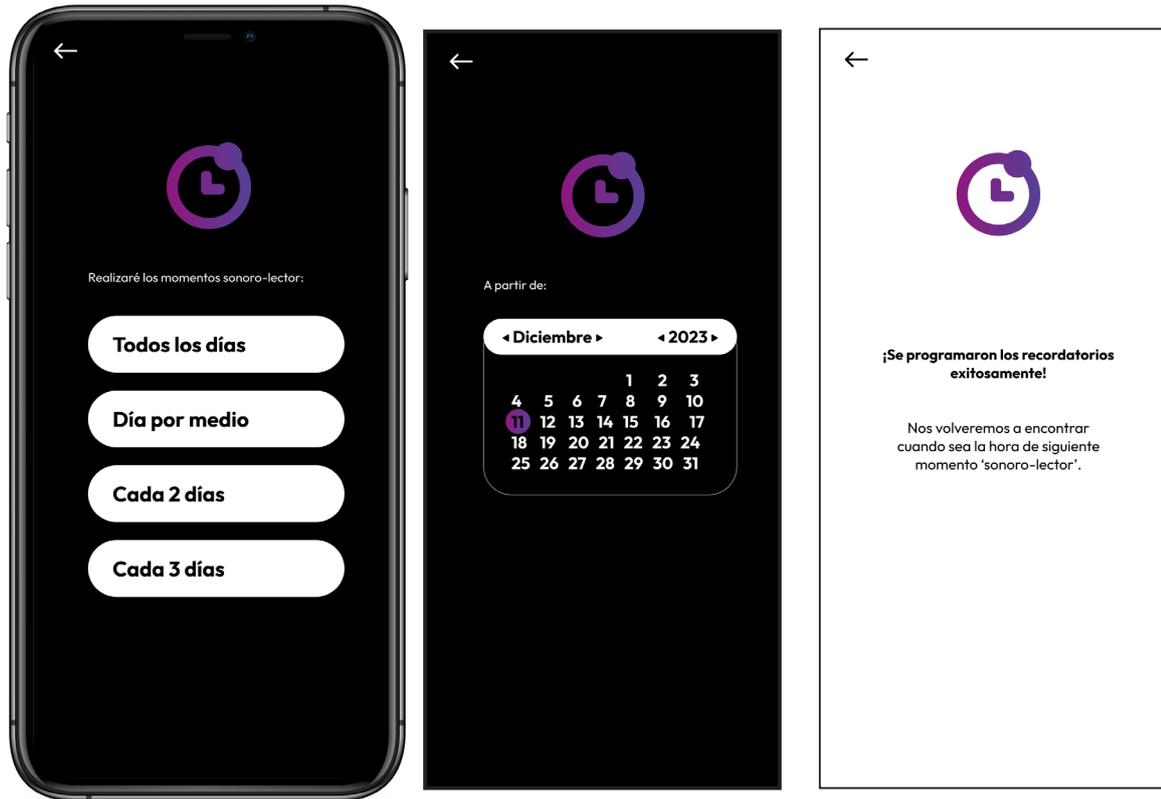


Entender Soner

Una vez el usuario se registra, se le introduce de manera escrita a la experiencia Soner, vinculándola con el cuadernillo y se propone la creación de recordatorios para realizar y registrar los momentos 'sonoros-lectores' del usuario, luego de haber hecho el desarrollo del cuadernillo.



Propuesta final - Experiencia Soner



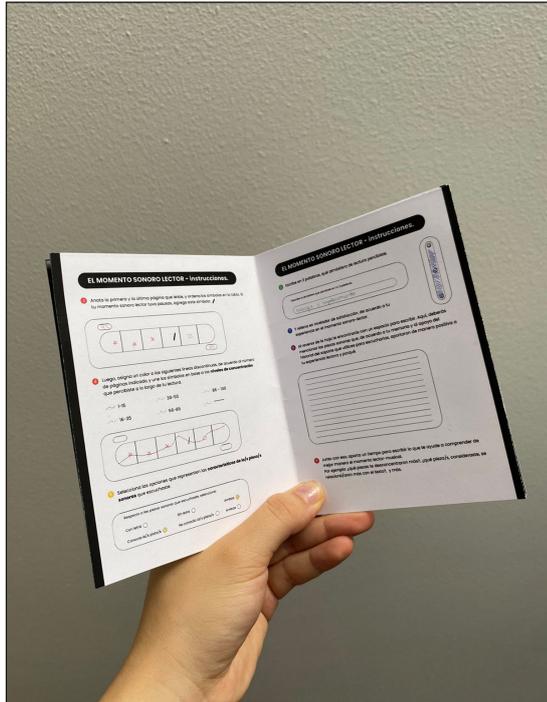
Fijar de recordatorios.

Se le entrega al usuario la opción de fijar recordatorios para registrar sus momentos sonoros-lectores, sin quitar la opción de ingresar momentos lectores cuando estime conveniente.

Una vez fijados los recordatorios, llegarán notificaciones los días programados.



Propuesta final - Experiencia Soner



EL MOMENTO SONORO LECTOR - instrucciones.

Como mencionado antes, cada una de estas instancias se conforma a partir de dos factores clave: **las piezas sonoras y la lectura.**

Es importante ser consciente de la cantidad de páginas que lees y de las piezas sonoras que escuchas para hacer una conexión óptima entre ambas y entender porqué escuchas lo que escuchas. Junto con lo anterior, para conocer su relación y **cómo te afectan** cuando actúan simultáneamente, **es importante visualizarlas.**

Para esto, sigue los siguientes pasos:

- Identifica el **nombre** del texto que leerás y anota la **fecha** correspondiente a tal día.

Nombre del texto: El Gran Gatsby
 Fecha: 11/11/2023
 Hora de inicio: 11:30 Hora de término: 12:30
- De acuerdo a los siguientes símbolos (~~X~~, \otimes , \odot), anota las veces que te **desconcentraste** en cada pieza sonora que escuchaste y agrega el nombre de la pieza que más te desconcentró.

- \star Cambié la pieza porque no me gustó.
 - \otimes Cambié la pieza porque no iba acorde a la lectura.
 - \odot Cambié la pieza porque preferí escucharla antes que leer.
 - \circ Me desconcentré, sin embargo no cambié la pieza.

\star	<u>La Gran Gatsby</u>	
\otimes	<u>La Gran Gatsby</u>	
\odot	<u>La Gran Gatsby</u>	
\circ		
\circ		
\circ		

Registro de momentos sonoro-lectores en el cuadernillo.

Luego de recibir los recordatorios, el usuario utilizará el cuadernillo creado para registrar los momentos sonoro-lectores. Este contará con las instrucciones necesarias para que entienda la importancia de esta actividad y de la experiencia completa de Soner, y con las instrucciones necesarias para realizar las actividades propuestas.



Propuesta final - Experiencia Soner

EL MOMENTO SONORO LECTOR - instrucciones.

1 Escribe en 3 palabras, qué atmósfera de lectura percibiste.

Describe la atmósfera que percibiste en 1 a 3 palabras:

Nostalgia y empoderamiento.

2 Y rellena en nivelador de satisfacción, de acuerdo a tu experiencia en el momento sonoro-lector.

3 Al reverso de la hoja te encontrarás con un espacio para escribir. Aquí, deberás mencionar las piezas sonoras que, de acuerdo a tu memoria y al apoyo del historial del soporte que utilices para escucharlas, aportaron de manera positiva a tu experiencia lectora y porqué.

4 Junto con eso, aparta un tiempo para escribir lo que te ayude a comprender de mejor manera el momento lector-musical.
Por ejemplo: ¿qué piezas te desconcentraron más?, ¿qué pieza/s, consideraste, se relacionó/aron más con el texto?, y más.

EL MOMENTO SONORO LECTOR - instrucciones.

3 Anota la primera y la última página que leíste, y ordena los símbolos en la tabla. Si tu momento sonoro lector tuvo pausas, agrega este símbolo: /

47

✖	✖	✖	/	☹	
---	---	---	---	---	--

65

4 Luego, asigna un color a las siguientes líneas discontinuas, de acuerdo al número de páginas indicado, y une los símbolos en base a los **niveles de concentración** que percibiste a lo largo de tu lectura.

~ 1-15 ~ 36-55 ~ 86 - 100
~ 16-35 ~ 56-85 —

5 Selecciona las opciones que representen las **características de la/s pieza/s sonoras** que escuchaste.

Respecto a las piezas sonoras que escuchaste, selecciona:

Con letra Sin letra Ambas

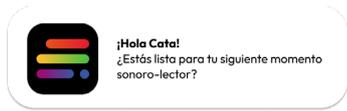
Conocía la/s pista/s No conocía la/s pista/s Ambas

Registro de momentos sonoro-lectores en el cuadernillo.

Luego de recibir los recordatorios, el usuario utilizará el cuadernillo creado para registrar los momentos sonoro-lectores. Este contará con las instrucciones necesarias para que entienda la importancia de esta actividad y de la experiencia completa de Soner, y con las instrucciones necesarias para realizar las actividades propuestas.



Propuesta final - Experiencia Soner



Registro de momentos sonoro-lectores en la aplicación móvil.

Una vez terminado el registro en el cuadernillo, el usuario ingresará a la aplicación para registrar su momento sonoro-lector en la aplicación y así seguir con el recorrido del registro de los 7 momentos.

La aplicación le hará preguntas clave para la construcción del perfil y para el posterior compartir de la experiencia sonoro-lectora.

Una vez estos datos se hayan registrados, la base de datos interna de la aplicación, con ayuda de la inteligencia artificial, registrará las respuestas, las categorizará y las asignará a la imagen de la portada del libro, paper o texto que haya leído. Esto último, se verá más adelante.



Propuesta final - Experiencia Soner



Término de los 7 registros en el cuadernillo y en la aplicación.

Una vez terminados los 7 registros necesarios para seguir con la siguiente etapa, tanto el cuadernillo lo dejará en claro como la aplicación móvil.

A partir de este momento, se espera en el usuario un nivel de autoconocimiento óptimo para seguir únicamente con la etapa digital de la experiencia, que se lleva a cabo en la aplicación móvil.



Propuesta final - Experiencia Soner



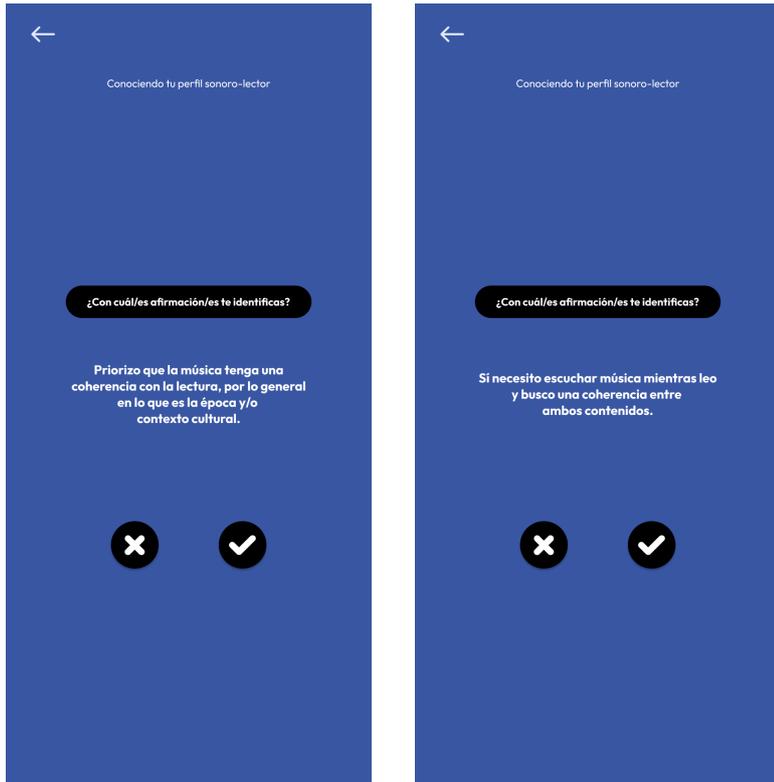
Introducción al desarrollo del test para descubrir su perfil.

El siguiente paso es un test para que, en base a su postura respecto distintas afirmaciones de sus hábitos sonoro-lectores, descubran cuál es su perfil sonoro-lector. Esto les va a permitir seguir con las interacciones dentro de la aplicación web y les causará una motivación y sentido de pertenencia para con la experiencia.

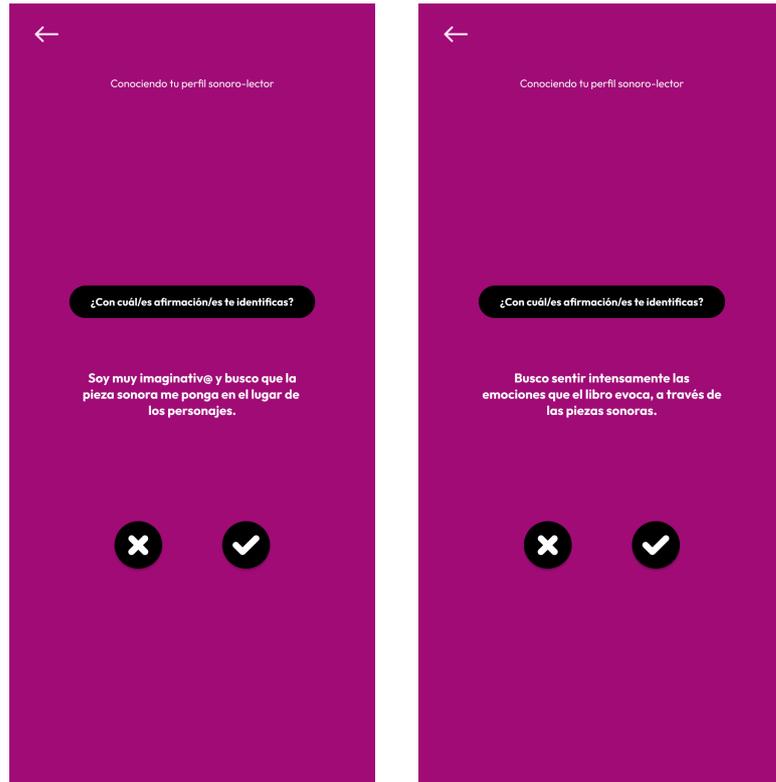
Aquí, se entregarán instrucciones para realizarlo y se hará énfasis en la importancia de estar atentos a la diferenciación de algunos conceptos.



Propuesta final - Experiencia Soner



Afirmaciones arquetipo 'Mi atmósfera, mi contexto'



Afirmaciones arquetipo 'Si puedo, fantaseo'

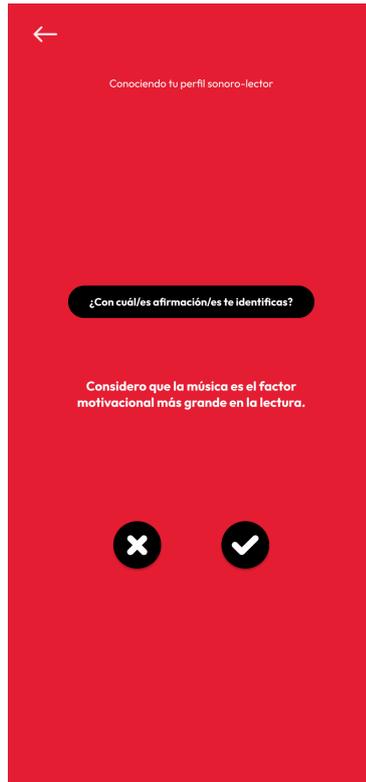


Test para descubrir el perfil sonoro lector.

Propuesta final - Experiencia Soner



Afirmaciones arquetipo 'Todo un melómano'.



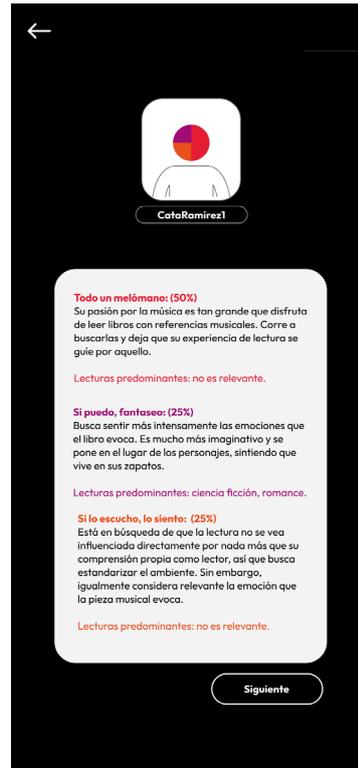
Afirmaciones arquetipo 'Si lo escucho, lo siento'.



Test para descubrir el perfil sonoro lector.



Propuesta final - Experiencia Soner



Muestra de resultados

Luego de realizar el test, se mostrarán los resultados del perfil evidenciando la cantidad de porcentaje que se tiene de cada arquetipo y, posteriormente se mostrarán las características de cada arquetipo.

Al hacer doble click en esta última, se mostrarán también el resto de los arquetipos existentes dentro del marco del test.



Propuesta final - Experiencia Soner



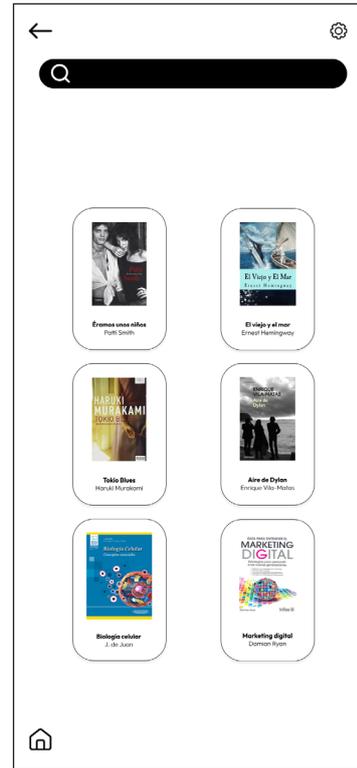
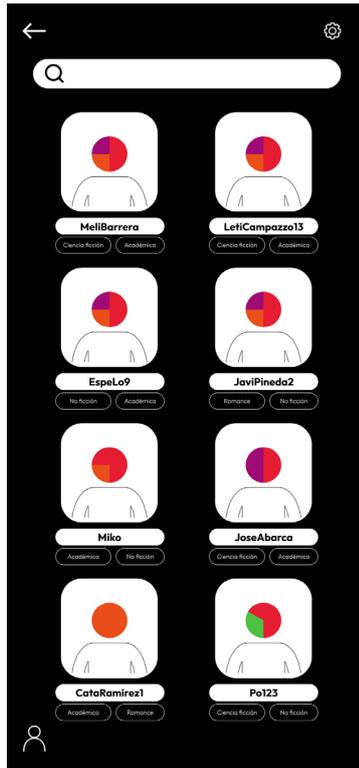
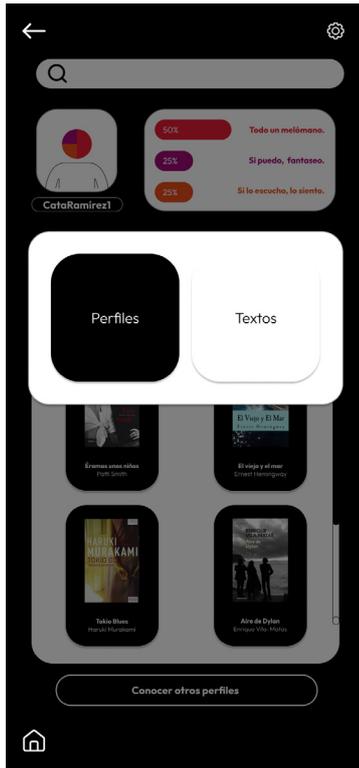
Haciendo click en este símbolo, gracias a los criterios desarrollados en la etapa de registro de momentos sonoro-lectores, el usuario podrá agregar libros y recomendaciones de piezas sonoras. La aplicación le hará **las mismas preguntas** que cuando registraron los momentos sonoro-lectores por primera vez.

Perfil

Una vez el usuario tenga los resultados de su perfil sonoro, tendrá acceso a su perfil, en donde se dará la opción de completarlo. Ahí tendrá que responder a 2 preguntas para saber sobre sus preferencias en el estilo de la lectura, cuyos resultados se aplicarán rápidamente al perfil.



Propuesta final - Experiencia Soner



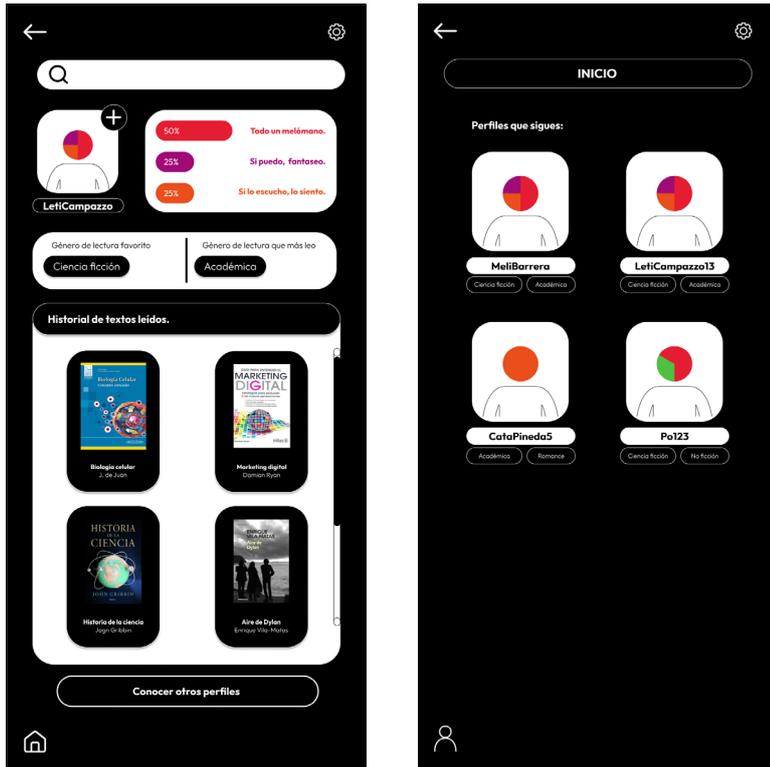
Opciones de búsqueda

Como se vio en el perfil, en la parte superior de la interfaz, hay un símbolo que indica “búsqueda”, aquí, el usuario tendrá la opción de buscar tanto a perfiles como a libros y, de acuerdo a lo que seleccione, se mostrarán diferentes opciones.

Esto fue creado con el objetivo de que el usuario pueda buscar perfiles, en base a las preferencias lectoras u otras características y a que, en caso de aventurarse a la lectura de otro libro, pueda ver con qué piezas sonoras manejaron esta aventura otros perfiles.



Propuesta final - Experiencia Soner

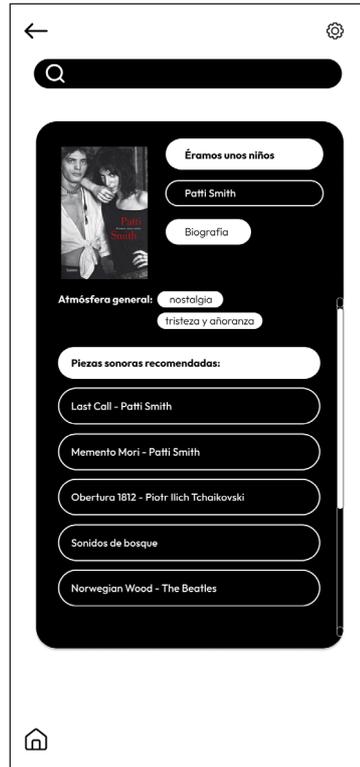


Visualización de perfiles, cómo añadirlos y página de inicio.

La visualización de los perfiles de otros usuarios será igual que el suyo, solo que, en el caso del perfil externo, el usuario en cuestión tendrá la oportunidad de seleccionar el signo "+", que le permitirá seguir al perfil y convertirlo en uno de los perfiles que le verá en la página de inicio, así podrá saber sobre las 'updates' de sus experiencias sonoras-lectoras.



Propuesta final - Experiencia Soner



Visualización textos leídos y sus momentos sonoro-lectores.

La visualización de los textos leídos

Propuesta final - Experiencia Soner



Configuración de perfil.

Por último, el usuario tendrá la opción de cambiar su mail, sus preferencias lectoras, su nombre de usuario, entre otros. Esto para asegurar una personalización cómoda.



06

Implementación

Modelo de negocios | Plan de implementación | Financiamiento.

Modelo de negocios

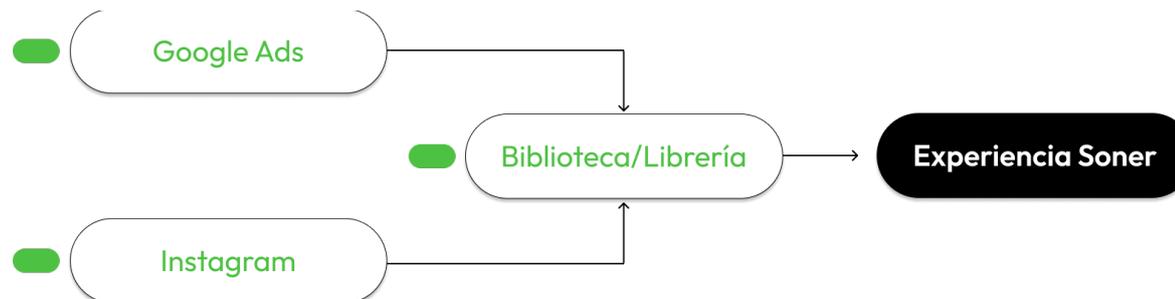


Plan de implementación

Si bien, es un proyecto con deseos de expandirse nacional y globalmente, dentro del marco sonoro-lector los primeros acercamientos hacia la implementación y adquisición del cuadernillo se busca hacer a través de librerías de nicho, tiendas de música de nicho y bibliotecas universitarias. Las primeras dos, porque son tiendas dirigidas tanto a la lectura como a la escucha y porque el factor “nicho” (segmento de un mercado mayor que cuenta con consumidores que poseen características similares y que no tienen satisfechas sus demandas y necesidades con la oferta de las empresas de este mercado mayor), permite un acercamiento a menor escala hacia el resto del mercado, para que el proyecto se de a conocer; y la tercera, porque

aplica al target de nativos digitales con la necesidad de leer a lo largo de sus estudios. Es a través de asociaciones con tales lugares que el proyecto tendrá su partida tangible, en la adquisición del cuadernillo.

Se proyecta que, tanto la publicidad online a través de Google Ads o RRSS, como la entrada a una biblioteca o librería sean los primeros puntos de partida. Sin embargo, luego de ver la publicidad online, para adquirir el cuadernillo que parte la experiencia Soner, sí o sí deben acercarse a su biblioteca universitaria o librería más cercana.



Plan de implementación

En un primer acercamiento a la validez de interés en el proyecto, se consultó con múltiples librerías, de las cuales destaca la librería y plataforma 'Alma Negra'.

Al respecto, la doctora en Historia y socia de la librería Silvana Vetö, demostró un interés en el proyecto via mail, indicando que:

“Es muy interesante y no tendríamos problema en tenerlo disponible en el futuro para quienes se interesen”.

Dentro del marco de bibliotecas universitarias, se consultó con la actual jefa de la Biblioteca de Humanidades de la Pontificia Universidad Católica de Chile, por medio de una reunión presencial.

Al respecto, demostró su interés mencionando:

“Sería un gran aporte a para las bibliotecas de la universidad un proyecto de este tipo, en especial con el estudio detrás. Podríamos hacer también gestión con los clubes de lectura que tiene la universidad, para que sean de los primeros partícipes”.

Gracias a eso acercamientos hacia la validez del interés del proyecto, se identifica un gran interés de parte de estas posibles alianzas tanto académicas como comerciales y se ve prosperidad en torno a la implementación del proyecto.

Costos

Considerando que es la autora del proyecto la encargada de Diseño, los costos aproximados del proyecto se reducen y abarcan a tres áreas principales.

En primer lugar, los costos de impresión del cuadernillo. En segundo lugar, los costos de implementación de la aplicación web (programación, registro de dominio y hosting. Y, en tercer lugar, los costos mensuales del mantenimiento de la página.

Se cotizó en OCM gráficas y, el precio por cuadernillo impreso en papel bond de 90 grs, es de \$1850.

En segundo lugar, se evaluaron varias opciones de servicios de alojamiento web, sin embargo, de acuerdo a sus valoraciones de usuario a través de Google, destacó: HN; quienes se auto consideran “el mejor hosting de Chile”.

Este incluye los siguientes beneficios por \$64.900 CLP anualmente:

- 25 GB de espacio en disco
- 20 cuentas de correo
- Panel, Webmail, Softaculous
- Transferencia ilimitada
- 2 Dominios adicionales
- 10 Bases de datos

Y, en tercer lugar,

El dominio, a 2023, tiene un valor de \$12.900 anualmente. Y, un programador web tiene una cotización promedio de \$850.000 CLP mensuales.

Para subir la aplicación web a Google Play se tiene que hacer un pago único de \$22.000 aproximadamente, y para subirla a la App Store se debe pagar \$87.000 anuales, aproximadamente.

Financiamiento

Para el financiamiento de este proyecto, se busca contar con el apoyo de distintos fondos concursables. Dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

Crea y valida

Apoyar el desarrollo de nuevos o mejorados productos (bienes o servicios) y/o procesos, que requieran I+D, desde la fase de prototipo, hasta la fase de validación técnica a escala productiva y/o validación comercial, fortaleciendo las capacidades de innovación en la empresa.

Según categoría de proyecto:

Proyecto individual: \$180.000.000 (180 millones de pesos).

Proyecto colaborativo: \$220.000.000 (220 millones).

Porcentaje de cofinanciamiento dependiendo del tamaño de la empresa:

Empresa micro y pequeña: 80%.

Empresa mediana: 60%.

Empresa grande: 40%.

www.corfo.cl
innovacion@corfo.cl
Moneda 921, Santiago.
600 5868 000

Semilla Inicia

Apoya a emprendedores y emprendedoras que cuenten con proyectos de negocios de alto potencial de crecimiento, mediante el cofinanciamiento de actividades para la validación técnica y comercial del emprendimiento, además de acceso a servicios de apoyo para su implementación y desarrollo.

Hasta el 75% del costo total del proyecto, con un subsidio no reembolsable de hasta \$15.000.000 (15 millones de pesos). Para los emprendimientos liderados por mujeres, el cofinanciamiento de Corfo es de hasta un 85%, con un subsidio no reembolsable de hasta \$17.000.000 (17 millones).

www.corfo.cl
semillainicia@corfo.cl
Moneda 921, Santiago.
600 5868 000

Semilla Inicia/ empresas lideradas por mujeres.

El programa Semilla Inicia para Empresas Lideradas por Mujeres está orientado a apoyar emprendimientos innovadores, estos es, proyectos que presenten un nuevo o mejorado producto o servicio respecto de otras soluciones ya disponibles, que corresponda a un desarrollo del equipo emprendedor, que atienda una problemática u oportunidad relevante, al menos, a nivel regional y tenga potencial para expandirse a nuevos mercados (nivel nacional y/o internacional).

Cofinanciamiento de hasta \$17.000.000 (17 millones de pesos) no reembolsables que cubrirán hasta el 85% del costo total del proyecto.

www.corfo.cl
semillainicia@corfo.cl
Moneda 921, Santiago.
600 5868 000

07

Cierre

Impacto | Proyecciones | Conclusiones y Aprendizajes.

Impacto

Impacto social

El impacto que Soner espera tener en las personas que deciden leer mientras escuchan piezas sonoras, es la transformación desde una decisión inconsciente y aleatoria a una decisión sostenida en desde el autoconocimiento. Soner espera que el momento de 'sonoro-lector' sea un momento en el cual las piezas sonoras puedan apoyar al máximo el rendimiento de la lectura, mejorando así la relación del usuario con esta.

Junto con eso, se espera que, a través del autoconocimiento que propone Soner y la relevancia de la experiencia personal de cada usuario, se expanda un sentido de comunidad entre estos, se de espacio a la validez de cada experiencia y que esta se transforme en algo que se entiende y se comparte.

Impacto cultural

Soner busca cambiar el paradigma de la lectura y la escucha de piezas sonoras simultáneamente.

Se espera que, a través de este proyecto, las personas le tomen el peso al rol del autoconocimiento sonoro-musical y logren entender las razones detrás de su importancia. Es decir, que no esperen las soluciones neurobiológicas estándar que se mencionaron al inicio de la investigación de campo, si no que entiendan el valor que tiene la experiencia de cada usuario y la necesidad del autoconocimiento en esta.

Así, se espera que Soner sea un canal para fomentar el conocimiento científico y cultural detrás de este fenómeno sonoro-lector.

Proyecciones

A modo de proyección, se espera que Soner llegue a la mayor cantidad de personas posibles, concientizando sobre la importancia del autoconocimiento sonoro-lector.

Si bien, la creación de la experiencia Soner es un resultado de un exhaustivo estudio de escritorio y de entrevistas con profesionales, también es el resultado de un estudio de comportamiento del usuario; y, considerando que el comportamiento del ser humano está en constante evolución, sus hábitos cambian y su manera de enfrentarse a la vida también, es probable que esto afecte a los resultados con los que trabaja la aplicación; puede ser que la cantidad de arquetipos se expanda o se disminuya, que sus características cambien, etc. Por lo tanto, parte de las proyecciones van a que Soner sea una vía para desarrollar más estudios relacionados con el comportamiento sonoro-lector e, inevitablemente, itere con el tiempo en contenido. Siguiendo con esto, considerando que parte de la experiencia es una aplicación móvil, naturalmente la manera en la que se interactuará con ella de acuerdo a las nuevas tecnologías y avances digitales estará en constante evolución, por lo que parte de la proyección va a hacerse cargo de tales actualizaciones.

Por otro lado, se espera generar alianzas estratégicas para que los usuarios de Soner puedan vincular sus recomendaciones de las piezas sonoras que escuchan con plataformas de música digitales existentes, como Spotify o YouTube Music, y así, crear comunidad e iterar las interacciones de la aplicación móvil para compartir tales preferencias sonoras a través de tales plataformas.

Para finalizar, se proyecta una estrategia de difusión a través de redes sociales digitales, publicidad online y colaboradores influencers, que permitirán desarrollar una estrategia de marketing a través de canales como Instagram, X, Tiktok y Google Ads.

Conclusiones y Aprendizajes

Sin duda, las piezas sonoras son un elemento clave en la experiencia lectora de ciertos nativos digitales, sin embargo, se ha visto que ellos no son capaces de identificar las variables que los llevan a escoger tales piezas sonoras para tales lecturas.

Este proyecto permitió un desarrollo de nuevos criterios y expandir el punto de vista respecto a la influencia de las piezas sonoras en la lectura; además de explorar su influencia, relevancia y su característica psicológica.

El tratar a las piezas sonoras como un fenómeno psicológico, permitió salir del paradigma de “lo que le funciona a uno, debe funcionarle a otro, según la ciencia”, porque, en el caso de la sonoridad, eso no es real. Esto mismo permitió una exploración subjetiva y completamente centrada en el usuario. Es así que, fue inevitable ver la riqueza del proyecto en el estudio del usuario y en la co-creación.

Son proyectos así, que permiten una innovación desde el comportamiento humano, de los cuales deseo seguir siendo parte.

Referencias bibliográficas

Referencias

Fuentes escritas:

Amodio, D. M., Jost, J. T., Master, S. L., & Yee, C. M. (2007). Neurocognitive correlates of liberalism and conservatism. *Nature Neuroscience*, 10(10), 1246-1247

Arancibia, C. (s.f.). 12 ejemplos de textos literarios y sus características. *Cultura genial*. <https://www.culturagenial.com/es/ejemplos-textos-literarios-caracteristicas/#:~:text=Los%20textos%20literarios%20son%20composiciones,los%20pueblos%20o%20a%20una%20cultura>.

Carr, N. (2018). Superficiales: Qué está haciendo el internet con nuestras mentes. *Debolsillo*.

Chalkho, R. J. (2014). Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*.

Díaz, N. (2008). Efectos del baile trance sobre la ansiedad en grupo de mujeres de la Comunidad terapéutica "Refugio de los Ángeles" de Huachipa. Tesis de licenciatura. Lima. Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

Díaz, M. & Giráldez, A. (2007). Aportaciones Teóricas y Metodológicas a la Educación Musical. *Grao.ads/2019/07/Millennials.pdf*.

Goleman, D. (2013). *Focus: The Hidden Driver of Excellence*. Bloomsbury.

Goodman, K. (2002). El proceso de lectura: consideraciones a través de las lenguas y del desarrollo. En E. Ferreiro & M. Gómez (Eds.), *Nuevas Perspectivas sobre los procesos de lectura y escritura* (pp. 13-28). Barcelona: Siglo XXI.

Haas, L. J. (2004). *Handbook of primary care psychology*. Oxford University Press.

Jámblico. (2016). *Vida pitagórica*. Protréptico. Gredos. Rescatado de: <https://www.perlego.com/book/2993489/vida-pitagrica-protrptico-pdf>.

Jauset, J. (2008). *Música y Neurociencia: la musicoterapia sus fundamentos, efectos y aplicaciones terapéuticas*. Editorial UOC.

Killingsworth M. A., Gilbert D.T. A Wandering Mind Is an Unhappy Mind. *Science* 330,932-932(2010). DOI:10.1126/science.1192439

Martínez, M. C. (1999). Hacia un modelo de lectura y escritura: Una perspectiva discursiva e interactive de la significación. *Signos*, 32(45-46), 129-147. doi:10.4067/S0718-09341999000100013.

Méndez Sáenz, L., & Mogollón, S. C. (2009). La lectura puerta abierta a un mundo lleno de conocimiento y beneficios: Dificultades de lectura en los estudiantes de Licenciatura en Lengua Castellana, Inglés y Francés de segundo, cuarto y sexto semestre, jornada diurna de la Universidad de La Salle. Rescatado de: https://ciencia.lasalle.edu.co/lic_lenguas/470

Morales García, J. A. (2022). Dopamina: el neurotransmisor que nos da la felicidad, pero también nos la quita. *The Conversation*. Recuperado de: <https://theconversation.com/dopamina>.

Moya, A., Cruz, J. & López, W. (2004). Influencia de los Tonos Musicales en el Condicionamiento Clásico de Preferencia Hacia Figuras Geométricas. *Universitas Psychologica*, 3(2), 223-230.

Muiños, M. & Villaroing, L. (2018). La atención: principales rasgos, tipos y estudios. *Universitat Jaume I, España*.

Pascal, B. (2015). *Pensamientos*. Alianza Editorial.

Referencias

Papalini, V. (2013). Aproximaciones a los modos de leer: sobre la lectura como experiencia, como práctica y como herramienta. In VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata." Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales"(La Plata).

Pezzulo, G., Candidi, M., Dindo, H., & Barca, L. (2013). Action simulation in the human brain: twelve questions. *New Ideas in Psychology*, 31(3), 270-290.

Sadin, E. (2020). La era del individuo tirano: El fin de un mundo común. Caja negra.

Taylor, S. (2012). *Back to Sanity: Healing the Madness of Our Minds*. Hay House, Inc.

Thompson, W. F., Schellenberg, E. G., & Letnic, A. K. (2012). Fast and loud background music disrupts reading comprehension. *Psychology of Music*, 40(6), 700-708. Turkle, S. (2012). *Alone together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.

Varao Sousa, T. L., Carriere, J. S., & Smilek, D. (2013). The way we encounter reading material influences how frequently we mind wander. *Frontiers in psychology*, 4, 892.

Villena-González, M. (2019). Huellas de una mente errante: un terreno fértil para el florecimiento de la creatividad. *Pasos para una ecología cognitiva de la educación*, 59-72. Viveros Lorenzo, C. (2023). El distanciamiento al hábito de la lectura por parte de la generación z en el nivel superior. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 9575-9585. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5158

Tejada, J. (2010). Diseño de un modelo de adiestramiento rítmico mediante programas informáticos en conservatorios de música. In Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales (2010). Universidad Sevilla.

Fuentes orales:

Christian Anwandter [30/06/2023, vía Google Meet], académico, investigador y director ejecutivo del Diplomado en Cultura escrita y formación de lectores de la Universidad Adolfo Ibañez.

Sergio Candia

Juan Ignacio Cifuentes, [05/05/2023, presencial] psicólogo clínico con orientación Cognitivo Conductual, docente y psicólogo en el Centro de Apoyo al Rendimiento Académico de la Pontificia Universidad Católica de Chile (CARA UC)

José Manuel Izquierdo [19/05/2023, vía teléfono celular], musicólogo, director de Investigación y Posgrado en la Facultad de Artes de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Tomás Koljatic

Carolina Muñoz [12/05/2023, vía Zoom], académica y Coordinadora del Programa de Especialización en Musicoterapia en la Escuela de Postgrado de la Facultad de Artes de la Universidad de Chile.