

UNRN

Universidad Nacional
de Río Negro

Trabajo Final de la Licenciatura

Rediseño de Agenda Cultural Qué Hay

Área de conocimiento: Diseño Gráfico / UX

Autor: Santiago Daniel Tercic

UNRN

Universidad Nacional
de Río Negro

Licenciatura en Diseño Artístico Audiovisual

Escuela de Humanidades

Rediseño de Agenda Cultural Qué Hay

Área de conocimiento: Diseño Gráfico / UX

Autor: Santiago Daniel Tercic

Director: Alejandro Amoroso

UNRN – Sede Andina – El Bolsón – 2023



Contenido

Introducción

Marco preliminar	5	Públicos objetivo	7
Objetivos	6		

Primeras etapas

Nacimiento	9	Isologo digital	13
Iconografía de los tipos de eventos	10	Mayor presencial digital.	14
Va tomando color	11	Creación de los Stand Digitales	15
Cambios de logotipo	12	Pausa por pandemia	17

Relanzamiento

Volviendo a despertar	19	Aplicación móvil	28
Nuevo viaje del usuario	21	Revista impresa	29
Optimización general	22	Piezas de difusión gráfica	31
Nuevas secciones	23	Piezas de difusión digital	32
Sitio web	25	Análisis de la recepción del público	33
Secciones y Menú	27	Proyección comercial	34

Conclusiones 36

Agradecimientos 38

Bibliografía 40



Introducción

Marco preliminar

En este trabajo, analizaremos los desafíos de diseño que encontramos a lo largo de más de 13 años de historia de la Agenda Cultural Qué Hay. Haremos un recorrido desde el nacimiento de la Agenda como una revista impresa de dos colores hasta el desarrollo de una plataforma con estrategias transmedia.

Aunque en este trabajo hablaremos en plural, por convención, es importante aclarar que este proyecto fue realizado de forma individual, abarcando diversas áreas de desarrollo.

La Agenda Cultural Qué Hay nació hace más de 13 años como el único medio de difusión cultural en la Comarca Andina. Desde sus inicios, creemos que ha desempeñado un papel esencial en el sector artístico de la región, al proporcionar un canal independiente para la difusión de eventos, cursos, talleres y otras actividades relacionadas con el arte y la cultura, de forma gratuita y actualizada.

Siempre con la perspectiva del usuario final en mente y desde un enfoque transmedia, se planteó la idea de crear una plataforma interconectada que facilite la expansión del contenido entre los medios impresos y digitales. De esta manera, los residentes y visitantes de la comarca pueden acceder a información precisa, organizada y clara sobre las actividades culturales de la región.

Para lograr este rediseño, iniciamos un proceso de diseño de interfaz (UI) centrado en la experiencia del usuario (UX) para crear un diseño de interacción (IxD) que se materialice en una plataforma multimedia. Es importante aclarar que mientras el diseño de interfaz se enfoca en el producto en sí, como el sitio web, la aplicación móvil y la revista impresa; la experiencia del usuario se centra en el usuario final, y el diseño de interacción se ocupa de la interacción entre el usuario y el producto. En este sentido, entendemos el diseño según la afirmación de Steve Jobs, "El diseño no es solo lo que se ve y se siente. El diseño es cómo funciona". Por este motivo, el rediseño abarcará la funcionalidad e interactividad de la plataforma de la Agenda Cultural Qué Hay.

Por lo tanto, la misión es analizar los desafíos y soluciones de diseño a lo largo de la historia de la Agenda y desarrollar un rediseño que fomente la interacción del usuario, atendiendo a sus necesidades. Además, este diseño deberá permitir la expansión de la experiencia a través de múltiples medios interconectados, brindando así una experiencia cultural enriquecedora y dinámica.

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Analizar los rediseños sucesivos que tuvo la Agenda Cultural Qué Hay a lo largo de su historia hasta su situación actual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar las modificaciones en el diseño de las interfaces digitales e impresas para lograr un funcionamiento más intuitivo y cómodo para los usuarios.
- Examinar los sistemas implementados para la interacción entre las versiones impresa y digitales bajo una estrategia transmedia.
- Explorar la recepción del público para analizar la experiencia del usuario.
- Evaluar los cambios realizados en el relanzamiento de la plataforma luego de la pandemia.
- Analizar la viabilidad de expansión de la plataforma para ampliar el horizonte comercial a otras ciudades.

TEMA

Análisis de diseño de proyecto con estrategia transmedia, interactivo, de formato digital e impreso.

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Diseño gráfico / UX

Públicos objetivo

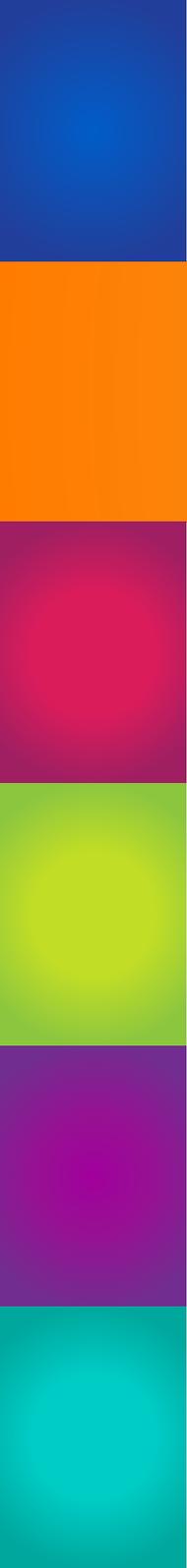
La Agenda Cultural Qué Hay se dirige a dos tipos de públicos destinatarios. Por un lado, los usuarios, quienes buscan información sobre el quehacer artístico-cultural de la zona, y por otro lado actores culturales: artistas, productores y gestores culturales vinculados a las producciones regionales.

USUARIOS

Los usuarios principales son residentes y visitantes de la comarca, tanto jóvenes como adultos con intereses artísticos-culturales, desempeñando el rol de espectadores y consumidores de actividades culturales. En este sentido, el público de mayor edad tiende a utilizar la revista impresa como su principal canal de vinculación con la Agenda, mientras que los individuos más jóvenes suelen preferir los medios digitales, como la página web, la aplicación y las redes sociales. De esta manera, los medios digitales y físicos en los que la Agenda Qué Hay se encuentra buscan diversificar el público.

ACTORES CULTURALES

Los actores culturales regionales, que incluyen a artistas, productores y gestores de espacios culturales, se relacionan con la Agenda Cultural Qué Hay para difundir sus ofertas artísticas a los usuarios. Este grupo es diverso en cuanto a edades y en su relación con la tecnología, lo que requiere la creación de diversos canales de comunicación para atender sus necesidades.



Primeras etapas

Nacimiento

A finales de 2010, identificamos la necesidad de crear un medio que promoviera los eventos culturales en la región, una plataforma para difundir los espectáculos, exposiciones, cursos y talleres culturales en la Comarca Andina del Paralelo 42, que abarque las localidades de El Bolsón, Lago Puelo, El Hoyo y Epuyén.

Con este propósito, surgió la Agenda Cultural Qué Hay, que consistía en una revista impresa de frecuencia quincenal y un sitio web complementario. A través de esta plataforma, buscábamos fomentar la difusión cultural y ampliar su alcance a todas las personas interesadas. Por lo tanto, decidimos que la revista sería completamente gratuita, tanto en su distribución como en la publicación de eventos. Para financiarla, dependíamos únicamente de los ingresos publicitarios de comercios locales y los eventos destacados.

Debido a consideraciones económicas y las limitaciones tecnológicas de la época, optamos por imprimir la revista en dos colores en la portada (rojo y negro) y en blanco y negro en su interior.

PRIMER LOGOTIPO

El primer logotipo tenía como objetivo reflejar un estilo dinámico, activo y desafiante, centrado en la pregunta sobre las actividades culturales disponibles. Para lograrlo, elegimos una tipografía y tamaños irregulares, combinando mayúsculas y minúsculas de manera poco convencional. Hicimos hincapié en el signo de interrogación, otorgándole un tamaño mayor y añadiendo una sombra blanca que lo destacaba del fondo.

También seleccionamos una combinación de colores en rojo y blanco sobre un fondo negro. El rojo, con su fuerza y carácter, mientras que el fondo negro buscaba enfatizar el misterio y aportar seriedad y elegancia. Optamos por un alto contraste, evitando grises y tonos intermedios, lo que generaba un estilo claro y definido, transmitiendo un mensaje de claridad en la información que proporcionaba el producto.



Primer logotipo

Un diseño con alto contraste con la dominancia del signo de interrogación



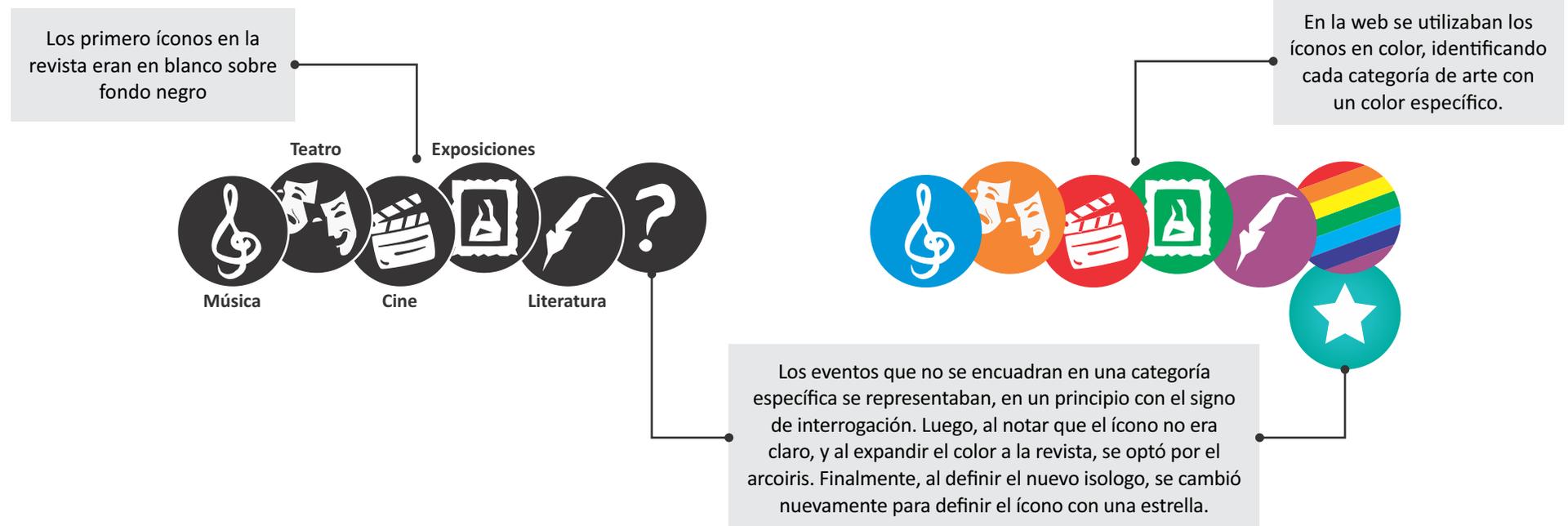
Primer sitio web

El diseño inicial del sitio web contenía gran cantidad de enlaces e información.

Iconografía de tipo de eventos

Uno de los desafíos más significativos del proyecto fue diseñar un sistema que permitiera a los usuarios identificar fácilmente las características de los eventos. Con este propósito, se decidió crear una serie de íconos para identificar cada tipo de evento, de manera que los usuarios pudieran reconocer al instante el tipo de evento al que se refería la información publicada.

En la revista impresa, esta iconografía inicialmente se presentaba en blanco y negro. Sin embargo, en el sitio web, desde el inicio, se optó por utilizar colores para enfatizar la distinción entre los tipos de eventos y facilitar su identificación de forma más rápida. Posteriormente, este sistema se trasladó a la revista impresa cuando se comenzó a imprimir a todo color.



Va tomando color

Casi cuatro años después, se evaluó la necesidad de que la revista impresa se imprimiera a todo color. La publicación en blanco y negro limitaba la capacidad de utilizar la simbolización de tipos de eventos por color, que ya se empleaba en el sitio web, y restringía las posibilidades de mostrar fotografías y obras visuales. Además, el tiempo que tomaba la imprenta generaba problemas para mantener los eventos actualizados.

Por esta razón, y motivados por el éxito comercial, a mediados de 2014, la revista comenzó a imprimirse a color en talleres propios utilizando dispositivos de chorro de tinta con sistema continuo. Este método de impresión se adoptó para agilizar los tiempos y evitar retrasos entre la creación de los originales y el proceso de impresión. De esta manera, una vez que se completaba el diseño de cada edición, la impresión podía comenzar de inmediato, permitiendo la distribución en menos de 24 horas.

A partir de ese momento, la revista incorporó el sistema de colores para los tipos de eventos, lo que facilitó a los lectores una identificación más rápida e intuitiva, mejorando la experiencia del usuario.

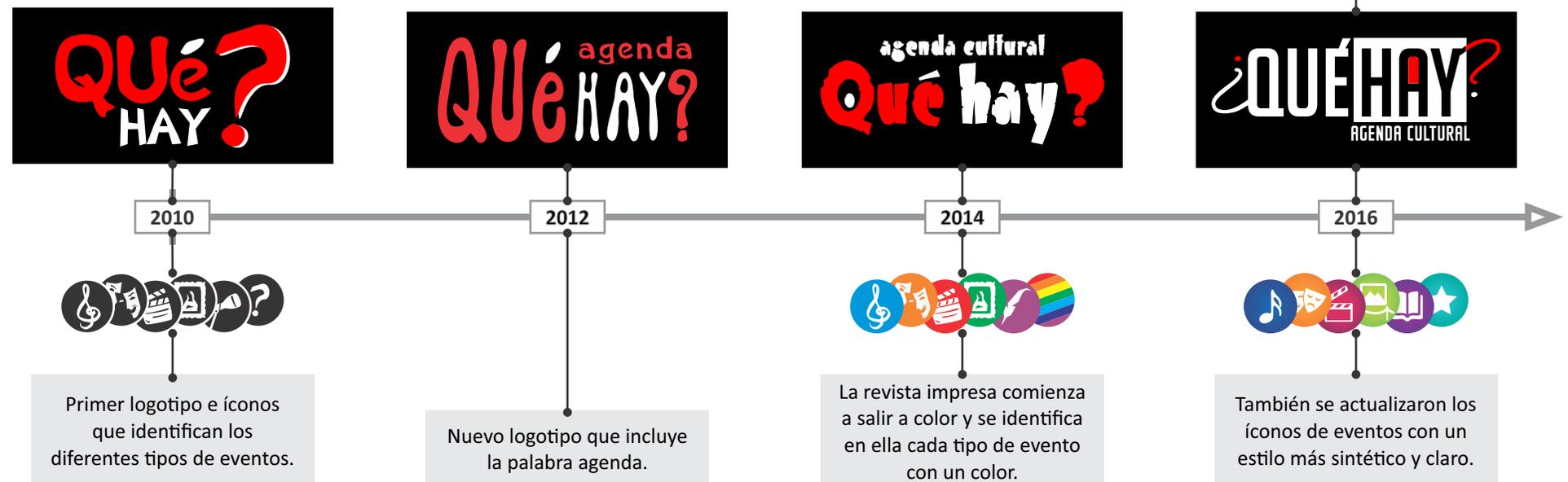


Cambios de Logotipo

Para adaptarse a las necesidades del usuario, el logotipo, la revista y el sitio web han ido evolucionando y actualizándose, tanto en diseño gráfico como en la organización del contenido.

En 2012, surgió la necesidad de aclarar que el producto era una agenda cultural, por lo que se decidió incluir en el logotipo una identificación más clara agregando la palabra "agenda". Luego, en 2014, se buscó posicionar de manera más firme a la revista como la "agenda cultural" de la zona. En este proceso, a la par de comenzar a imprimirse en color, se decidió añadir también la palabra "cultural" al logotipo, resultando en la designación completa de "Agenda Cultural Qué Hay".

Sin embargo, con la creciente conectividad y la popularización de los teléfonos inteligentes en 2016, se realizó el cambio más significativo en la imagen. Se creó un isologo orientado a los nuevos medios digitales.



Isologo digital

El avance de la telefonía celular, los nuevos dispositivos inteligentes y el aumento de la conectividad en la zona generaron la necesidad de fortalecer la presencia en los canales digitales. Por esta razón, a finales de 2016 se decidió mejorar las opciones digitales de la plataforma.

En la misma línea, se propuso un cambio significativo en el logotipo hacia un nuevo isologo. Se buscaba una imagen más clara, simple y adecuada para los medios digitales. Antes de su implementación y para asegurarse de que la nueva identidad fuera del agrado de los usuarios, se llevó a cabo una votación entre dos opciones de isologos. Una enfatizaba el dinamismo inicial y proponía disminuir el contraste, mientras que la otra mantenía los colores y contrastes en un diseño mucho más simple y definido. Más de trescientos seguidores participaron en la votación, y la opción elegida por una amplia mayoría (246 votos) es el isologo actual.

El nuevo isologo también impulsó la renovación de los íconos de eventos y el retoque de colores según el tipo de evento, definiendo el nuevo estilo gráfico de la marca.



Los usuarios eligen el nuevo logotipo
En la votación impulsada en Facebook gana por amplia mayoría el primer logo

Mayor presencia digital

La edición impresa de la Agenda Qué Hay presenta desafíos en cuanto a costos de impresión y distribución, lo que limita el espacio y la frecuencia de publicación. Esto dificulta mantener los eventos actualizados y restringe la cantidad de detalles que se pueden incluir debido a las limitaciones de espacio físico.

Por otro lado, las ediciones digitales permiten una actualización constante, la inclusión de información más detallada y la adición de elementos como fotografías, audios y videos sobre los eventos. Por esta razón, en 2016 se tomó la decisión de impulsar y expandir los medios digitales. Se actualizó el sitio web con un diseño responsivo y se lanzó la primera versión de la aplicación móvil para celulares.

Esta nueva aplicación ofrece información similar a la del sitio web, pero en una forma de acceso más rápida y sencilla. Además, incorpora la ubicación de los eventos y ofrece avisos con promociones exclusivas.



Primer versión de la Aplicación para Android
A finales de 2016 se lanzó la aplicación para celulares eventos actualizados, promociones e información extra para el usuario.

Creación de los Stand Digitales

En 2017, con el objetivo de fortalecer la presencia en el turismo que visita la Comarca, se establecieron acuerdos con las municipalidades para la instalación de dispositivos físicos que permitieran a los visitantes acceder a información actualizada.

Con el respaldo de las municipalidades de El Bolsón, El Hoyo y Lago Puelo, y en colaboración con Guía Voy, la guía turística de la Comarca Andina, se diseñaron Stand Digitales interactivos, conocidos como tótems, para ser ubicados en las oficinas de información turística de cada localidad.

El desarrollo de estos dispositivos requirió la creación de un diseño basado en sistemas similares ya existentes. Se llevó a cabo una investigación en línea para analizar dispositivos y posibles soluciones tecnológicas. Se decidió utilizar tablets restringidas mediante una aplicación específica para ese propósito, que permitía a los usuarios acceder únicamente a las aplicaciones de Agenda Qué Hay y Guía Voy previamente instaladas. Además, la aplicación se configuró con una pantalla de bienvenida y espacios publicitarios.



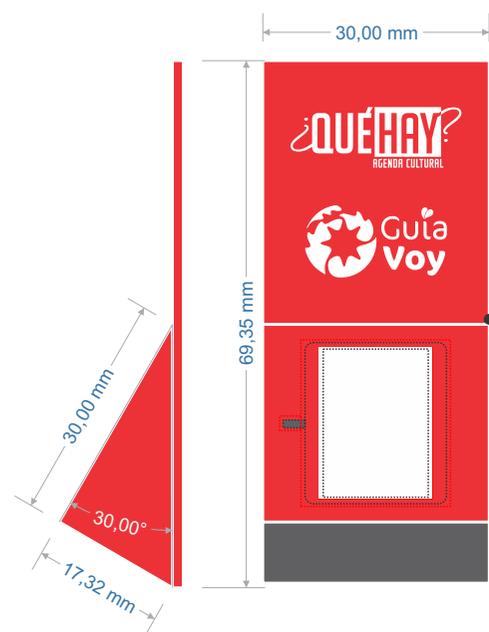
Lanzamiento del Stand Digital
Desde la Dirección de Turismo de la Municipalidad de El Bolsón promocionaron el nuevo servicio en su Oficina de Informes.

Stand Digital
Los Stand Digital cuentan con un sistema que incluye las aplicaciones de la Agenda Qué Hay y la Guía Voy, permitiéndoles a los visitantes consultar toda la información actualizada, tanto de eventos como de atractivos turísticos.

Por otro lado, el diseño industrial del soporte que albergaría la tablet se basó en modelos existentes y se adaptó a las necesidades específicas de nuestro sistema. Se creó un plano detallado que tenía en cuenta la altura media recomendada, la inclinación y la resistencia de los materiales a utilizar. Este diseño se materializó utilizando MDF (fibrofácil) que se selló, pintó y terminó con vinilo de corte.

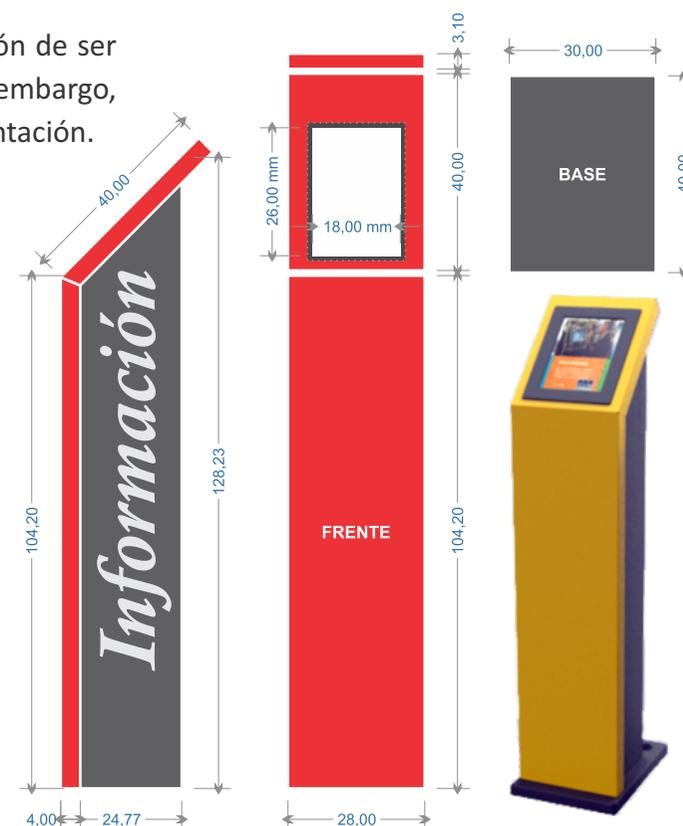
Se produjeron tres Stand Digitales que se instalaron y utilizaron en El Bolsón, El Hoyo y Lago Puelo. Estos dispositivos permitieron que el público accediera a todo el contenido digital de la Agenda Cultural de forma directa, sin necesidad de descargar la aplicación en sus propios dispositivos.

Además, se planificaron y diseñaron otros sistemas similares de menor costo con la intención de ser instalados de manera fijado a una pared en diversas instituciones y comercios regionales. Sin embargo, de estos sistemas solo se llegó a crear el prototipo, ya que su elevado costo dificultó su implementación.



Diseño de Stand Colgante
Este sistema más económico, pensado para ampliar el sistema a otras instituciones y comercios no llegó a desarrollarse por el alto costo de implementación.

Diseño del Stand
Medidas del despiece basadas en sistema tomado como base.

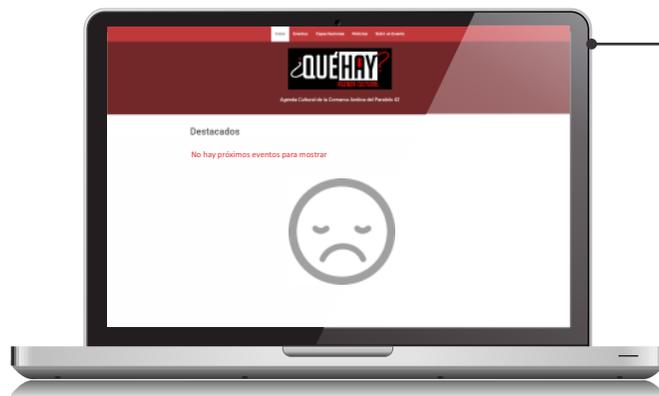


Pausa por pandemia

A principios de 2020, la Agenda Qué Hay enfrentaba desafíos financieros significativos. Desde su inicio, la Agenda ha operado de manera autogestiva sin apoyo estatal ni privado, dependiendo exclusivamente de la publicidad. La situación económica de los comercios locales no permitía generar suficientes auspicios, lo que resultaba en pérdidas financieras. En ese contexto, en marzo de 2020, la pandemia del Covid-19 provocó la cancelación de todas las actividades artísticas y comerciales. Como consecuencia, la edición impresa de la Agenda Qué Hay dejó de publicarse, y se decidió aprovechar el tiempo de aislamiento para renovar por completo el sitio web.

Sin embargo, lo que inicialmente fueron semanas de inactividad se extendieron a meses, y el nuevo sitio web quedó prácticamente sin utilizar debido a la falta de eventos. A pesar de esto, el sitio se mantuvo en línea con la esperanza de que, con la reanudación de las actividades, volviera a ser utilizado en su totalidad.

A medida que las actividades culturales se reanudaron parcialmente en diciembre de 2020, se comenzaron a publicar eventos en el sitio web y la aplicación de la Agenda. Aun así, la incertidumbre sobre la continuidad de las aperturas y la complicada situación económica de los comercios hicieron imposible relanzar la versión impresa. El sitio web y la aplicación no contaban con publicidad ni otro tipo de financiamiento, lo que dificultaba mantenerlos actualizados.

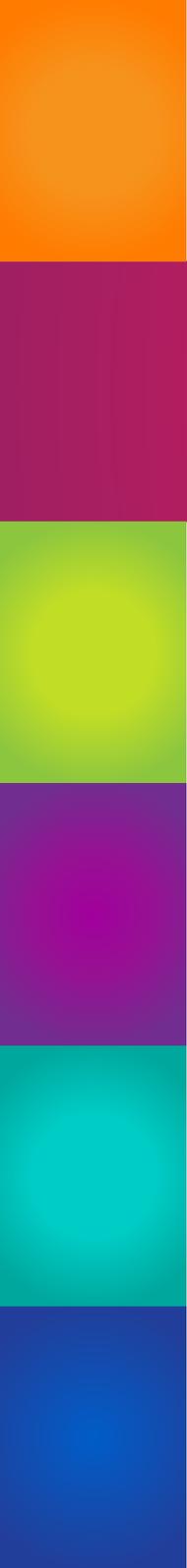


Sin eventos

A partir de la suspensión de actividades por la pandemia, el sitio estuvo varios meses sin contenido. Mientras tanto se realizó una renovación del sitio web y la app, a la espera de que se reanuden las actividades.



Último ejemplar antes de la pandemia
El 12 de Marzo de 2020 se publicó el último ejemplar impreso de la Agenda Qué Hay. Recién a fines de 2021, más de un año después, se retomaría la revista impresa.



Relanzamiento

Volviendo a despertar

A mediados de 2021, se tomó la decisión de relanzar la revista impresa junto con una actualización de los canales digitales de la Agenda Cultural Qué Hay.

En ese momento, el sitio web y la aplicación aún estaban en línea, pero se encontraban desactualizados. La Agenda tenía presencia en las redes sociales, con más de cinco mil seguidores en Facebook y poco más de cien seguidores en Instagram. Sin embargo, el contenido en estas redes también estaba poco actualizado.

Para analizar el estado actual de usabilidad, se optó por realizar encuestas digitales a través de formularios web. A partir de las respuestas de 362 usuarios, surgieron dos datos importantes que llevaron a considerar un rediseño basado en la experiencia del usuario.

Por un lado, se descubrió que muchos usuarios de las versiones digitales desconocían la existencia de la revista impresa, y la mayoría de los lectores de la revista no utilizaban con frecuencia los canales digitales. A pesar de las acciones previas en la revista para promover el uso del sitio web y la aplicación, la estrategia no había tenido éxito.

Por otro lado, gran parte de los usuarios expresaron la necesidad de obtener más información sobre los artistas mencionados en los eventos publicados, así como sobre los lugares donde se llevarían a cabo esos eventos. La mayoría de estos artistas y lugares no tenían una presencia digital adecuada, lo que dificultaba que los usuarios encontraran detalles precisos.

Basándose en este análisis, se decidió implementar dos acciones para el relanzamiento de la plataforma. En primer lugar, se trabajó en un sistema de interacción más claro, simple e intuitivo, que resaltara el potencial de la edición digital y permitiera a los lectores de la revista impresa acceder fácilmente a información ampliada en el sitio web. Para lograrlo, se optó por la utilización de códigos QR que permitieran a los lectores escanear y acceder rápidamente a información detallada de eventos culturales utilizando sus teléfonos móviles.

En segundo lugar, se incorporaron secciones específicas en la plataforma para dar espacio a los

En la revista impresa se publicaban recuadros incentivando el uso de la aplicación y la consulta del sitio web para encontrar más eventos e información ampliada.

Todos los EVENTOS en la APP Disponible en
Descargala en Quehay.ar/app 

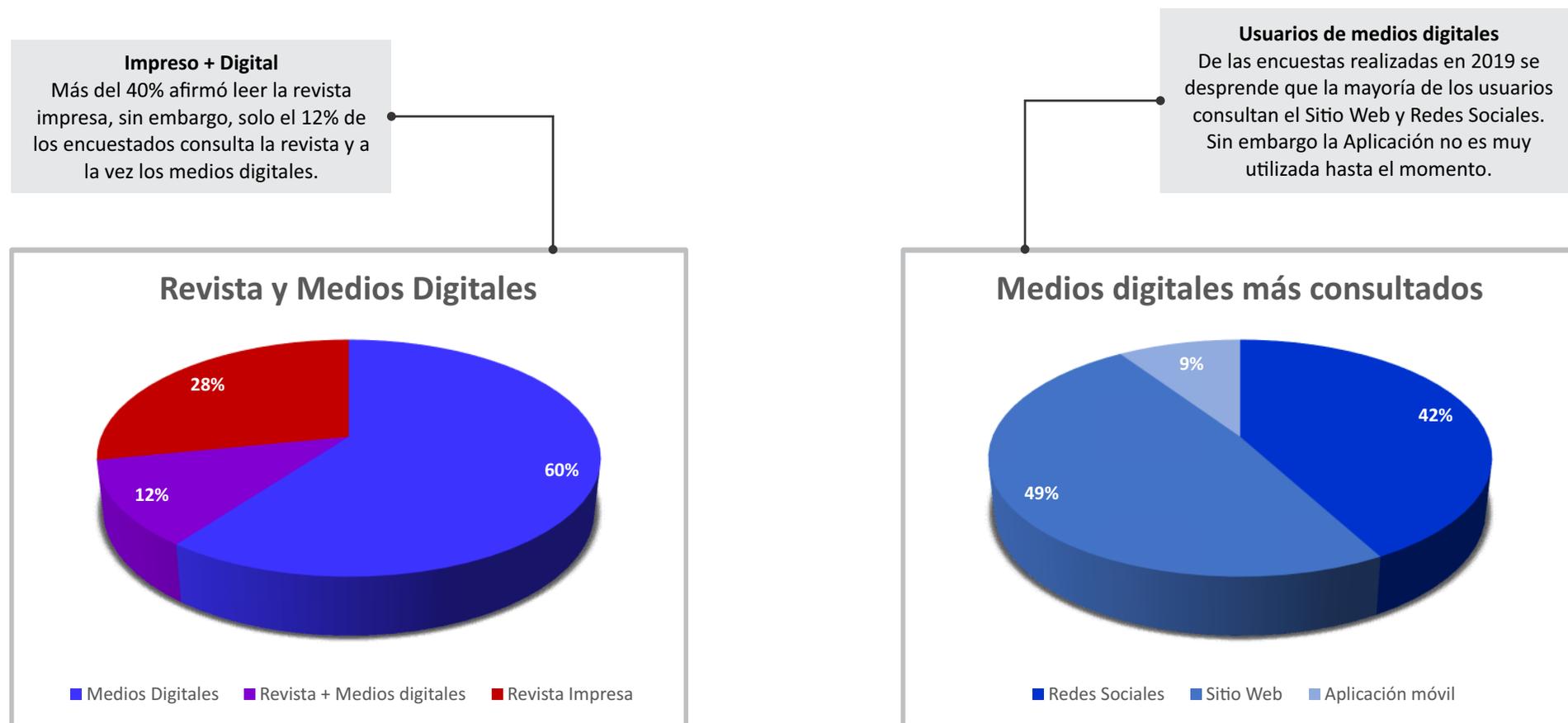


Encontrá **+Eventos** actualizados en www.QueHay.com.ar

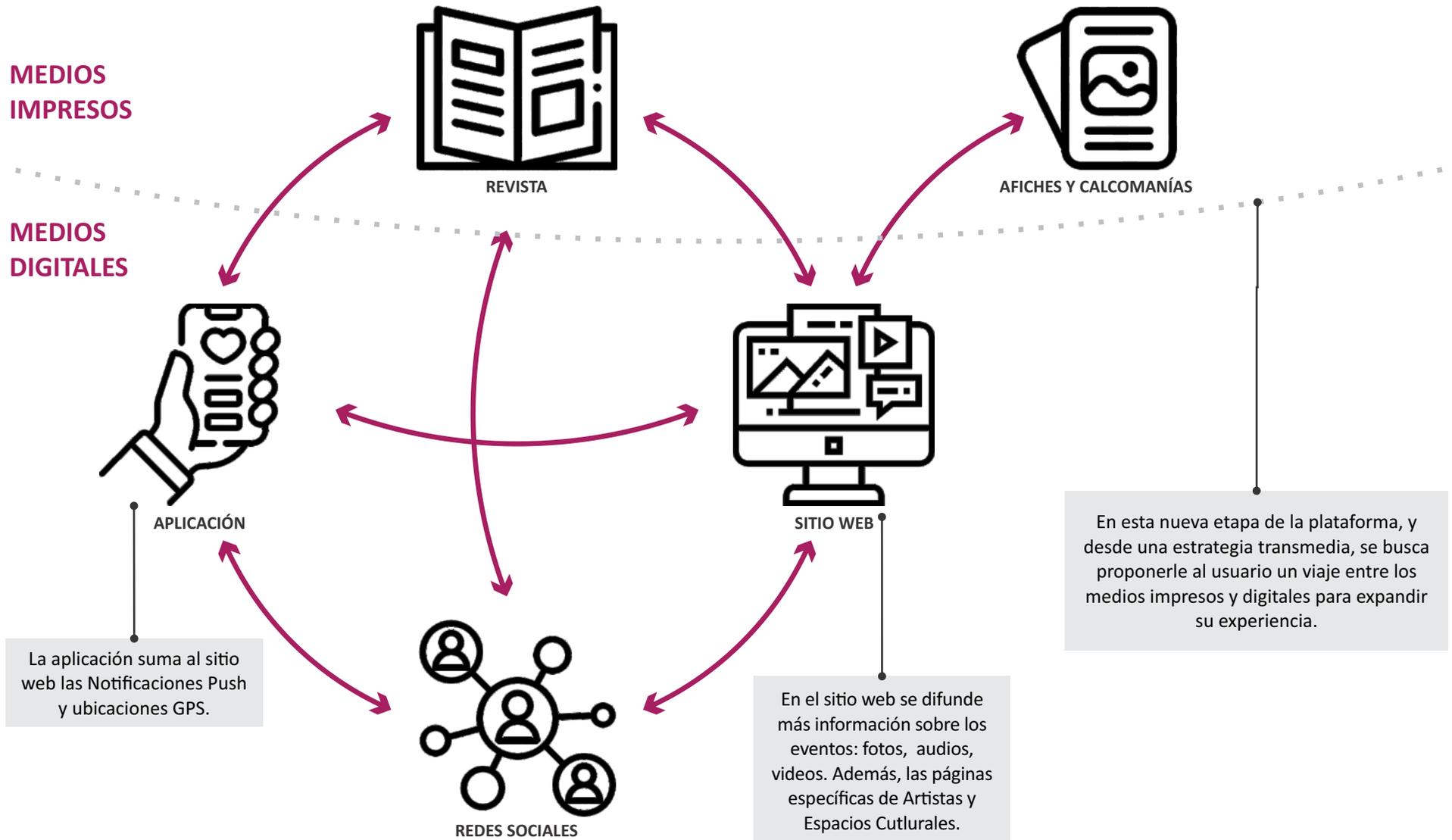


Encontrá **+ info** de los eventos en www.QueHay.com.ar

artistas, grupos y espacios culturales de la zona. Cada uno de estos actores culturales tendría su propia página web, lo que buscaba fortalecer el papel de la plataforma como una referencia cultural en la comarca.



Nuevo viaje del usuario



Optimización general

Con el objetivo de optimizar el producto, se establecieron dos líneas de trabajo. La primera buscaba mejorar la conexión entre los medios gráficos y digitales existentes, y la segunda tenía como objetivo diversificar la información a difundir, otorgando un papel más destacado a los espacios culturales y artistas.

Dentro de estas dos líneas, se llevaron a cabo acciones de optimización tanto a nivel general como en cada medio que formaba parte de la Agenda Cultural Qué Hay.

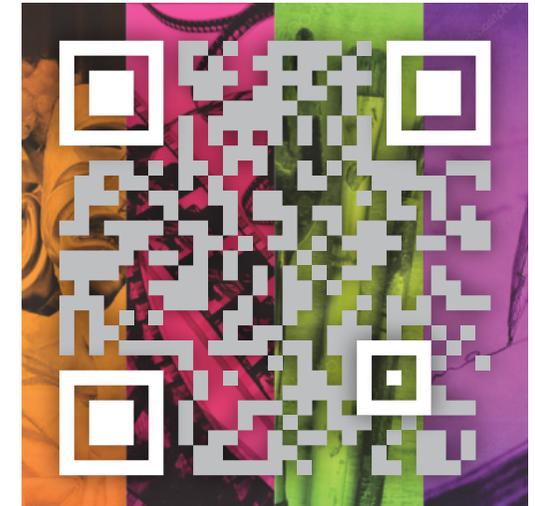
INCORPORACIÓN DE CÓDIGOS QR Y ENLACES CORTOS

Como herramienta de interacción y vinculación entre la edición impresa y los medios digitales, se optó por utilizar un sistema de códigos QR que facilitaría a los lectores acceder y expandir la información publicada. Para implementar estos códigos, se realizaron acciones tanto en el sitio web como en la revista impresa.

En el sitio web, se instaló una extensión llamada "QR-Code der Seite", que generaba automáticamente códigos QR en las páginas de eventos. Esto permitía a los usuarios compartir eventos de manera práctica y sencilla.

Además, se crearon enlaces cortos para simplificar la generación de códigos QR en la edición impresa. Se diseñaron elementos de menú y se crearon URL cortas para eventos (por ejemplo, quehay.ar/e), lo que posibilitaba la utilización de QR más compactos.

En la revista impresa, se reservaron espacios exclusivos para insertar estos códigos QR junto a los eventos, invitando a los lectores a escanearlos. Esto les permitía acceder a información exclusiva, como la ubicación GPS del espacio cultural, fotos y videos del evento, enlaces para la compra de entradas y las redes sociales de los artistas y espacios culturales.



QR para expandir

Se decide utilizar los códigos QR para que el usuario pueda ampliar la información de los eventos publicados en la revista.

Nuevas secciones

Con el objetivo de consolidar a la Agenda Cultural Qué Hay como un espacio de referencia cultural, se decidió incorporar dos nuevas secciones para mejorar el servicio al usuario y la experiencia de los actores culturales.

Espacios Culturales: Esta sección se enfoca en proporcionar páginas exclusivas para los diversos lugares donde se llevan a cabo actividades culturales en la comarca. En la página de cada espacio cultural, se podrá publicar información detallada sobre todos los eventos programados, así como datos de contacto, enlaces a redes sociales, galerías de imágenes, videos, ubicación GPS y una descripción del espacio y sus propuestas culturales.

Las nuevas secciones ofrecen un espacio específico para que artistas y espacios culturales difundan su información.

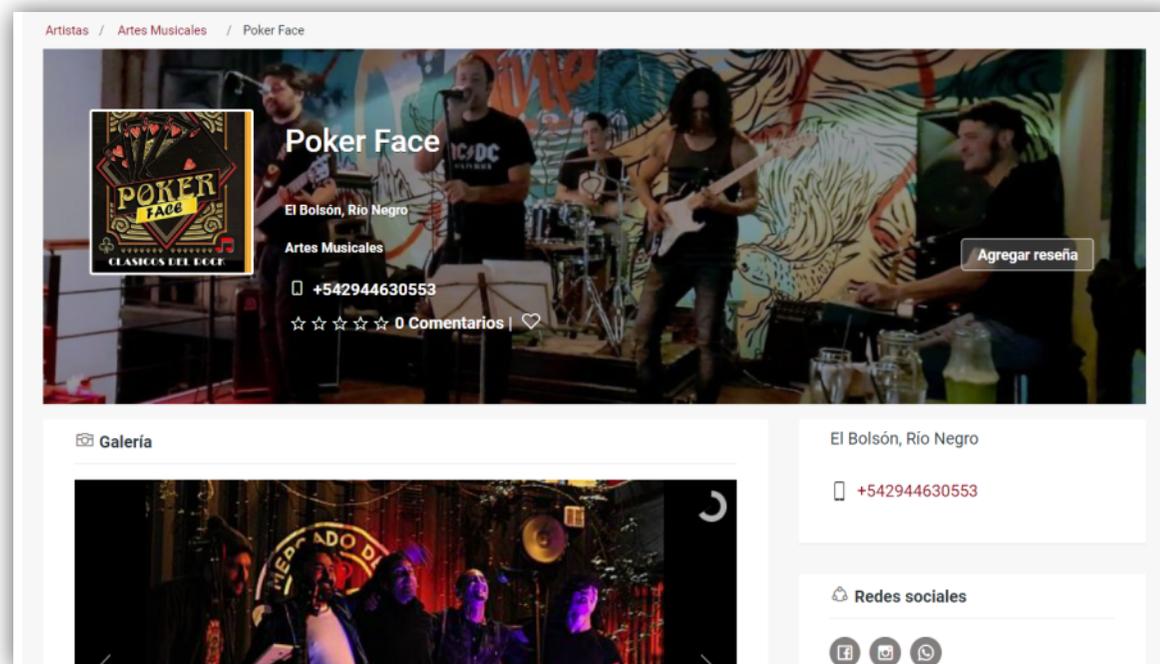


Artistas: En esta sección, se brinda un espacio de difusión para los grupos y artistas locales. Cada artista o grupo tendrá su propia página con información de contacto, enlaces a redes sociales, biografía, galerías de imágenes y videos.

Cada espacio cultural y artista que aparezca en estas nuevas secciones contará con su propio código QR exclusivo, que llevará directamente a su página correspondiente en la plataforma.

Además, en la revista impresa se publicará un listado de Espacios Culturales y Artistas junto con el código QR correspondiente. Esto permitirá a los lectores acceder a la información ampliada en el sitio web y la aplicación.

Los espacios incluyen datos de contacto, enlaces a redes sociales, bibliografía, galería de fotos y videos.



Sitio Web

A través del análisis del estado inicial del sitio web, se propone realizar cambios de diseño con cambios funcionales en busca de generar un producto más intuitivo basado en la usabilidad. Esto permitirá incorporar orgánicamente las nuevas secciones para Espacios Culturales y Artistas.

En el sitio se utilizaba un sistema para publicar los eventos que permitía organizarlos en categorías y mostrar el listado en forma simple. Sin embargo, se considera necesario contar con otras características que mejoren la experiencia del usuario. Esto incluye la agrupación de eventos por espacio cultural, con mapas que permitan visualizar la ubicación y un sistema de filtrado más intuitivo. Estas mejoras permitirán a los actores culturales publicar eventos de manera más rápida, sin tener que introducir toda la información del lugar en cada evento nuevo, y facilitarán que el público encuentre eventos de manera más sencilla.

Por otro lado, surge la necesidad de diseñar un sistema de directorio que permita crear listados limpios y modernos para ser utilizados en las secciones de Espacios Culturales y Artistas.



Sitio web responsivo

El sitio web adaptó su diseño con un sistema responsivo, diseño adaptable automáticamente a los diferentes tamaños de dispositivo. Posibilitando así que el usuario pueda ver la información con un estilo similar en los diferentes dispositivos dónde navegue.

En ese sentido, se agregaron dos sistemas a la plataforma. En primer lugar, un nuevo gestor de eventos más intuitivo y funcional, que agiliza la publicación de eventos y mejora la búsqueda dentro de la plataforma. Una de las funciones destacables es la posibilidad de crear ubicaciones de eventos guardadas, evitando la carga repetida de datos en cada evento y permitiendo la agrupación de eventos en un mismo lugar.

El segundo sistema es un directorio que ofrece un diseño limpio y moderno, con la flexibilidad para adaptarse a la imagen de la plataforma. Este sistema cuenta con un diseño intuitivo y organizado que facilita la publicación de información de manera clara.

Antes
La ubicación del evento debía ser escrita como texto en la descripción del eventos.

Ahora
El nuevo sistema permite tener la ubicación GPS del evento en forma instantánea.





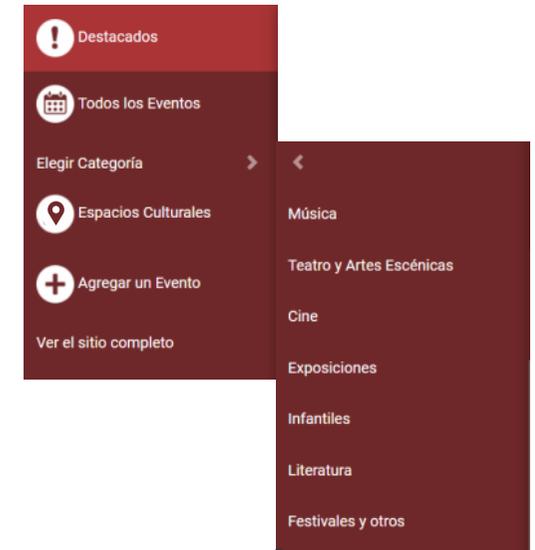
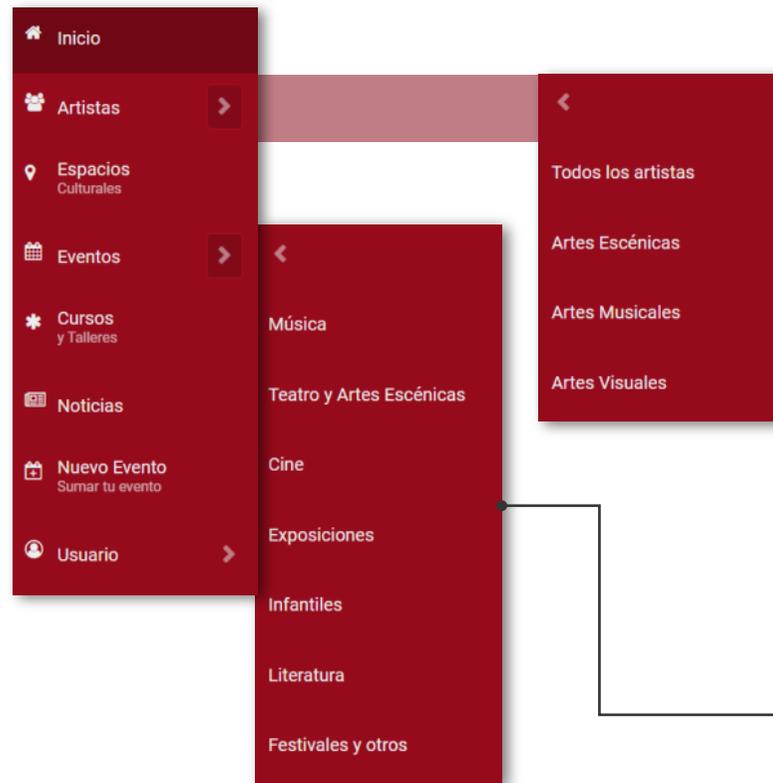
Fernando Cabrera en Lago Puelo
Jue 5 Oct 05-10 21:00 hs. GRATIS
| Música
Espacio Cultural Lago Puelo

El artista uruguayo vuelve para reencontrarse con su público y compartir las nuevas canciones y las de siempre, además de las de su reciente disco SIMPLE (lanzado en pandemia y presentado por streaming desde Montevideo en 2021). La gira de conciertos lo llevará a recorrer las provincias de Neuquén, Río Negro y Chubut en lo que prometen ser grandes espectáculos junto a reconocidos artistas regionales.

Secciones y Menú Web

El menú del sitio web se reorganiza para generar una experiencia de usuario más clara e intuitiva y dar lugar a las nuevas secciones propuestas.

Se crean dos nuevas secciones: Artistas y Espacios Culturales. Para lo cual se genera un elemento en el menú principal para cada una de ellas. A su vez, se crean submenús al menú Artistas para las diferentes categorías de las artes.



El menú de la app cuenta con un recorte de opciones y una imagen más intuitiva orientada a los usuario de dispositivos móviles.

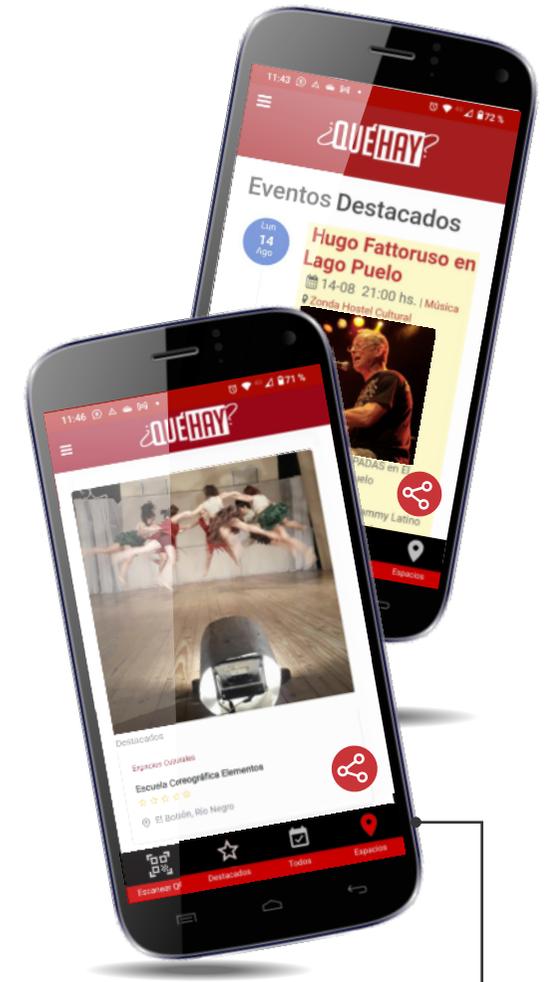
El nuevo menú web incorpora la nuevas secciones y da la posibilidad al usuario de filtrar por tipo de evento.

Aplicación móvil

Se analiza que la aplicación de la Agenda Cultural estaba diseñada para replicar el contenido y funcionamiento del sitio web, sin ofrecer nuevas funciones ni una experiencia ampliada en comparación con la navegación web.

Por lo tanto, se decide actualizar la aplicación generando en el sitio web un menú específico que permita mostrar la información de forma más limpia y adaptada a las pantallas de dispositivos móviles. Además, se opta por crear un panel inferior como menú, que brinde a los usuarios de dispositivos móviles un acceso más sencillo a las funciones principales de la plataforma. Este panel incluye únicamente cuatro botones: Escaner QR, Eventos Destacados, Todos los Eventos y Espacios Culturales. También se incorpora un botón flotante "Share" para que los usuarios puedan compartir los eventos con un solo clic en redes sociales y otras aplicaciones, todo ello diseñado con un sistema intuitivo de íconos.

Además, se añade la función de notificaciones push a la aplicación mediante el servicio de OneSignal. Esto permite establecer un canal directo con el usuario para enviar notificaciones con información relevante sobre eventos destacados, cambios de fechas, ofertas especiales, sorteos y otros datos importantes relacionados con la escena cultural.



Nuevo panel intuitivo

El usuario de la App podrá acceder fácilmente a las secciones y herramientas más utilizadas de la agenda cultural.

Revista impresa

Tras analizar la funcionalidad de la revista impresa, se identifican varios problemas, como la dificultad de lectura debido al tamaño vertical original, los altos costos de distribución y la falta de interacción con las versiones digitales, ya que solo se ofrecen los enlaces en forma de texto.

Para abordar estos desafíos en el rediseño de la revista impresa, se decide realizar retoques mínimos en el diseño general para mantener la identidad visual. Sin embargo, se opta por cambiar el tamaño de la revista para garantizar una lectura más cómoda. Este nuevo tamaño también permite establecer un acuerdo con la revista local Mercado42, una guía comercial de amplia distribución en la zona. La Agenda

Los espacios culturales incluyen en sus avisos el QR que permite a los lectores acceder a su página dentro de la web y app.

The image shows a digital layout of a magazine page. On the left, under the heading "Espacios Culturales", there are four vertical cards for cultural spaces: FIDELA (Patio Cervecero), Escuela Coreográfica Elementos, Alameda (Escuela Técnica y Coreográfica), and ESPACIO Ave Fenix. Each card includes a logo, contact information, and a QR code. On the right, under the heading "Agenda de Eventos", there is a "Referencias" section with icons for Música, Literatura, Infantil, Teatro/Artes Escénicas, Cine/Audiovisuales, Exposiciones, and Festivales/Otros eventos. Below this, there are two event highlights: "Del 5 al 9 de Octubre" featuring the "PICHI-KECHE - 6° Festival Internacional de Teatro Infantil" and "SÁBADO 8 de Octubre" featuring "MOCCHI PRESENTA 1990". A callout box on the right explains that each highlighted event includes a QR code for more information.

Cada evento destacado permite al lector acceder a más información mediante el código QR.

Cultural Qué Hay se publicará como un suplemento en Mercado42, lo que contribuirá a reducir los costos de distribución.

Otra modificación principal en el diseño, como adelantamos en la sección de “Optimización general”, es la adopción de códigos QR para fomentar la interacción con las versiones digitales de la revista. Se ha incorporado un código QR en la portada de la revista junto al logotipo, acompañado de un llamado a la acción que invita a los lectores a escanearlo y acceder al sitio web. Además, se han creado códigos QR específicos para las secciones y eventos destacados, que enlazan directamente a la información detallada de cada sección o evento.

En las nuevas secciones “Espacios Culturales” y “Artistas”, se destacan espacios con códigos QR personalizados que dirigen a los lectores a sus páginas exclusivas en el sitio web. Por último, se han incluido anuncios que llaman a la acción, animando a los lectores a consultar más información y eventos actualizados, e incluso a publicar eventos directamente escaneando el código QR.

**MÁS EVENTOS
MÁS INFORMACIÓN**
quehay.ar/eventos

**SUMÁ TU EVENTO
GRATIS**
quehay.ar/sumarevento

WhatsApp

Sumate a nuestro Grupo de Eventos



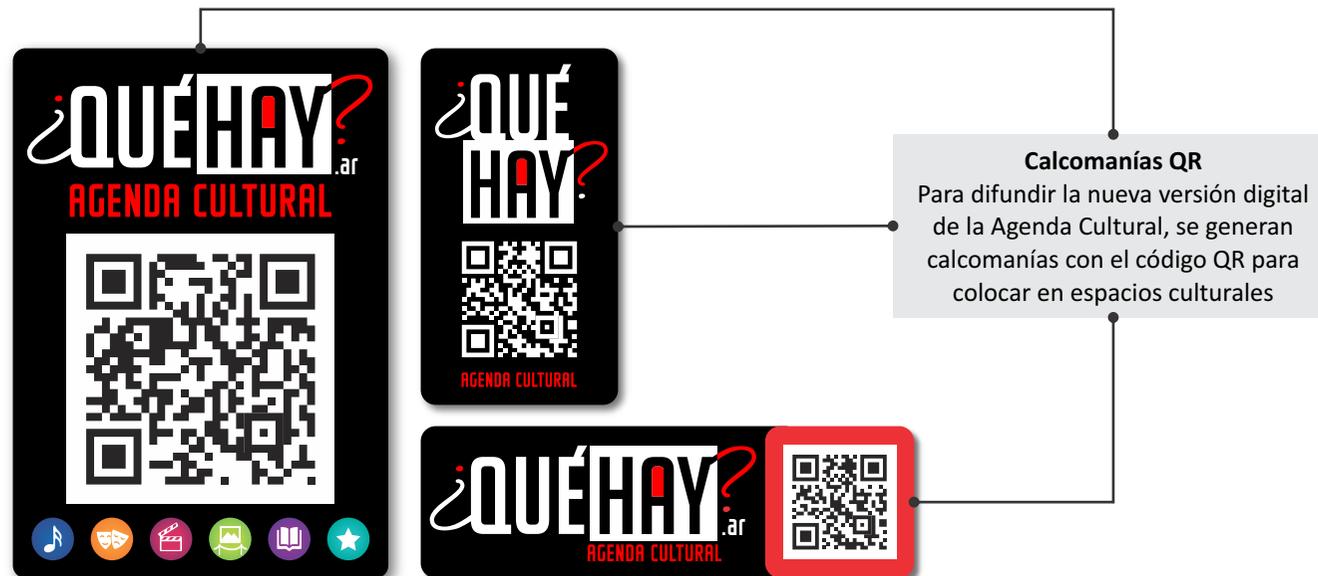
Los códigos QR se utilizan también para simplificar el acceso a más eventos, la publicación de nuevos eventos y al acceso a las redes sociales de la plataforma

Piezas de difusión gráfica

Para fortalecer los medios digitales y mejorar el posicionamiento de la plataforma como referencia cultural, se ha tomado la decisión de crear materiales gráficos adicionales para la difusión.

Se han diseñado calcomanías que ponen un énfasis especial en el código QR. Para las calcomanías más pequeñas, se ha optado por una versión simplificada que incluye únicamente el logotipo y el código QR que dirige a la página web. En la versión más grande, se han incorporado íconos que representan los tipos de eventos. Estas calcomanías se han fabricado para ser colocadas en locales relacionados con el ámbito artístico de la zona, así como en espacios públicos como las Casas de la Cultura y las oficinas de Informes Turísticos.

Además, se han creado afiches que siguen la identidad visual de la plataforma e incluyen el código QR de cada espacio cultural. Estos afiches presentan un llamado a la acción para acceder a la información de la agenda cultural de ese sitio en particular. Se han dispuesto estos afiches en los espacios culturales con el objetivo de fomentar la interacción con sus visitantes.



Afiches en espacios culturales
Cada espacio cultural contará con su afiche con código QR para dirigir a sus clientes hacia su espacio exclusivo en la web.

Piezas de difusión digital

Para fortalecer las redes sociales de la plataforma y difundir las novedades, se desarrollan piezas digitales que informan sobre el relanzamiento de la Agenda Cultural Qué Hay, las características de interacción y las nuevas secciones. Estas piezas se comparten en las redes sociales Facebook e Instagram, así como a través del grupo de WhatsApp de la Agenda Cultural.

Asimismo, se crean piezas digitales acompañadas de textos explicativos destinados a artistas y espacios culturales. Estas piezas los invitan a formar parte de las nuevas secciones de la plataforma.

En un esfuerzo por promover la plataforma, se realizan acuerdos con productoras regionales para llevar a cabo concursos que incluyen sorteos de entradas para eventos relevantes.



Piezas de llamado a la acción
Con diferentes publicaciones se convocó a gestores culturales y artistas a sumarse a la renovada plataforma.



Análisis de la recepción del público

De acuerdo con el análisis de las encuestas realizadas para evaluar la nueva plataforma, se observa una amplia valoración del sistema de códigos QR, con más del 60% de los encuestados afirmando que es útil. Sin embargo, un 25% expresó que aún no conocía este sistema, y solo un 15% consideró que no le resultaba útil.

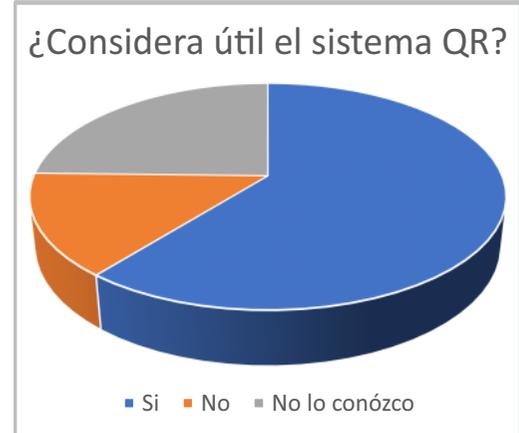
En lo que respecta a las nuevas secciones para artistas y espacios culturales, solo la mitad de los encuestados afirmó conocerlas y encontrarlas útiles. No obstante, entre los encuestados que se identificaron como artistas o gestores culturales, casi el 90% destacó la utilidad de estas secciones.

En cuanto al uso de los medios de la plataforma, la mayoría (42%) indicó que principalmente utiliza el grupo de WhatsApp y las redes sociales, mientras que un 40% utiliza la plataforma web y la aplicación móvil. Solo un 18% afirmó que utiliza principalmente la revista impresa.

La mayoría de los encuestados valoró positivamente que la plataforma proporciona información completa y actualizada sobre diversos eventos culturales de la región. También destacaron la disponibilidad de varios medios para obtener información detallada.

Entre los puntos a mejorar o reforzar que mencionaron los encuestados, se destaca el interés en una constante actualización y la inclusión de más eventos. Además, varios sugirieron la creación de un espacio donde los espectadores puedan publicar comentarios sobre los espectáculos.

En resumen, las encuestas indican una mayor migración de los usuarios hacia los canales digitales y una valoración positiva del sistema de códigos QR implementado. Sin embargo, la mayoría de los usuarios espectadores aún no están al tanto de las nuevas secciones destinadas a artistas y espacios culturales.



Proyección de expansión comercial

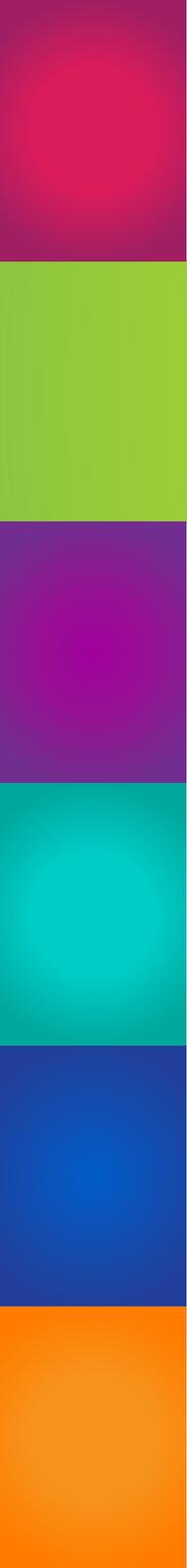
La Agenda Cultural Qué Hay actualmente abarca la Comarca Andina del Paralelo 42, difundiendo eventos principalmente en El Bolsón, Lago Puelo, El Hoyo y Epuyén. Sin embargo, como parte de la proyección comercial, se planea expandir su alcance hacia otras localidades y regiones. Esto se logrará mediante la creación de subdominios específicos en el sitio web principal y un sistema en la aplicación que registre la ubicación del usuario y le indique eventos cercanos.

Las primeras expansiones regionales previstas incluyen las localidades de **Bariloche, Villa La Angostura y Esquel**. Para implementar este sistema, el dominio principal (quehay.ar) alojará enlaces a cada una de las diferentes localidades, y allí se mostrarán los eventos destacados de cada área.

Esta estrategia de expansión permitirá que la Agenda Cultural Qué Hay se convierta en un producto fácilmente extrapolable a otras ciudades y regiones, ampliando su mercado y ofreciendo información cultural actualizada y relevante en diversas áreas geográficas.



Logotipos específicos para cada región con sus dominios web específicos.



Conclusiones

Balance y conclusión

A lo largo de su historia, la Agenda Cultural Qué Hay ha logrado avances significativos en su transformación desde una revista gráfica y web tradicional hacia una experiencia interactiva, en línea con los objetivos planteados en este trabajo.

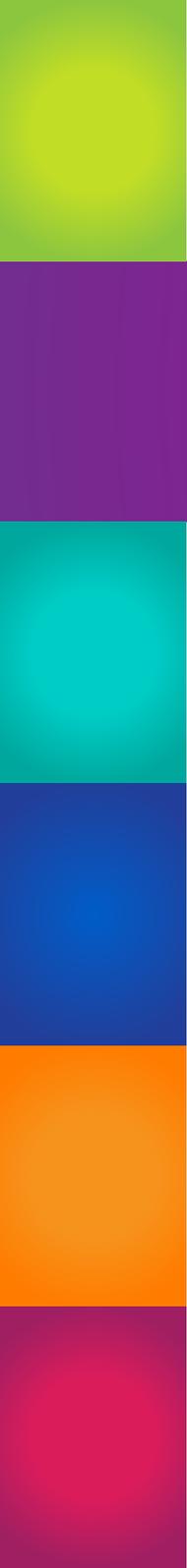
Uno de los objetivos específicos se centró en investigar las modificaciones en el diseño de las interfaces digitales e impresas para lograr un funcionamiento más intuitivo y cómodo para los usuarios. El análisis revela que se ha evolucionado desde las primeras ediciones impresas hacia el mundo digital, incorporando productos innovadores como los Stand Digitales. Esto demuestra un compromiso con la mejora continua desde una perspectiva basada en la experiencia del usuario.

Con respecto a la interacción entre las versiones impresa y digital bajo una estrategia transmedia, se abordó a través de la implementación de códigos QR que permiten a los usuarios acceder a información ampliada. Además, se ha rediseñado la estructura web para mejorar la usabilidad, proporcionando una experiencia más intuitiva.

La incorporación de secciones dedicadas a Espacios Culturales y Artistas demuestra la voluntad de fortalecer el vínculo con los actores culturales regionales, alineándose con los objetivos planteados en el trabajo. Sin embargo, se destaca la importancia de realizar un análisis más profundo de la recepción y el uso del público para obtener una visión más completa sobre la efectividad y la satisfacción de los cambios implementados, en línea con el objetivo de explorar la experiencia del usuario.

En cuanto a la expansión a otras ciudades, se plantea como parte de la estrategia de crecimiento comercial, pero se reconoce la necesidad de abordar de manera más detallada las estrategias específicas y evaluar en profundidad la escalabilidad y los posibles desafíos.

En resumen, este análisis de los rediseños de la Agenda Cultural Qué Hay es un hito importante en la evolución de la difusión cultural en la Comarca Andina, alineando la plataforma con las demandas de los usuarios y proporcionando un producto interactivo que enriquece la experiencia cultural de la Comarca. Continuar construyendo sobre estos cimientos sólidos permitirá que esta plataforma siga desempeñando un papel vital en la promoción y difusión del arte y la cultura en la región y más allá, en consonancia con los objetivos planteados al comienzo de este trabajo.



Agradecimientos

Agradecimientos

Agradezco a todas las personas e instituciones que apoyaron y colaboraron con la realización del presente trabajo:

- Mi familia
- Casa de la Cultura de Lago Puelo
- Casa de la Cultura de El Bolsón
- Espacio Cultural Ave Fénix
- Centro Cultural Eduardo Galeano
- Domo Nuevo Brote
- Attitude escuela técnica y coreográfica
- Escuela coreográfica Elementos



Bibliografía

Bibliografía consultada

- Aguirre Erwind, R y otros (2020) UX Design: una metodología para el diseño de proyectos digitales eficientes centrados en los usuarios. Revista Espacios, vol. 41, pág. 9
- Soler-Adillonm, J. (2012) Principios de diseño de interacción para sistemas interactivos.
- Costa, J. (2004) Hablando de diseño... en revista La Puerta FBA, Universidad Nacional de La Plata
- De Pietro, S. (2010) Diseñar hoy: visión y gestión estratégica de diseño. Ed. Novuko, Buenos Aires.
- Krug, S. (2010). Haz fácil lo imposible: La guía práctica para aficionados sobre cómo encontrar y solucionar problemas de usabilidad. Madrid: Anaya Multimedia.
- Krug, S. (2015). No me hagas pensar, actualización: Una aproximación a la usabilidad en la Web y los móviles. Madrid: Anaya Multimedia.
- Rodríguez Martínez, D. (2021) Diseño de producto. Proceso de diseño de Neiva. Universidad Oberta de Catalunya, España.
- Ramírez Acosta, K (2017) Interfaz y experiencia de usuario: parámetros importantes para un diseño efectivo. Revista Tecnología en Marcha. Instituto Tecnológico de Costa Rica.
- Saquero Ros, C. (2019) Diseño y desarrollo de una metodología de evaluación de la UX, Universidad de Alicante, España.

UNRN

Universidad Nacional
de **Río Negro**

