

# TFG

---

## PROPUESTA DE DISEÑO DE PLATAFORMA INTERACTIVA PARA LA DIGITALIZACIÓN DE LOS FANZINES: DISEÑO DE INTERFAZ Y DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UI/UX).

Presentado por Andrea Valentina Nunes Sardi  
Tutor: María Salomé Cuesta Valera

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grado en Diseño y Tecnologías Creativas  
Curso 2020-2021



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## RESUMEN

Este proyecto abarca la ideación, diseño y desarrollo de *Arkiv*, un prototipo de plataforma digital interactiva destinada a la difusión y publicación de fanzines. El presente trabajo reúne la investigación y el proceso utilizado para la adaptación y digitalización de los fanzines, con la intención de preservar y promover este tipo de publicaciones en la actualidad. De igual modo, se documentan los procesos de elaboración del diseño de interfaz, diseño de experiencia de usuario, para finalmente crear el prototipo de *Arkiv*.

## PALABRAS CLAVES

*Fanzine*, diseño, diseño de interfaz, experiencia de usuario.

## **ABSTRACT**

This project encompasses the ideation, design and development of Arkiv, a prototype for an interactive digital platform intended for publication and broadcasting of fanzines. This work brings together the research and the process used for the adaptation and digitization of fanzines, with the intention of preserving and promoting these types of publications in today's context. In the same way, the processes of elaboration of the interface design and user experience design are documented, to finally create the prototype of Arkiv.

## **KEYWORDS**

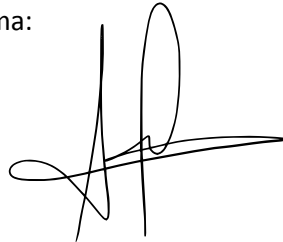
Fanzines, design, interface design, user experience.

## CONTRATO DE ORIGINALIDAD

El trabajo expuesto a continuación ha sido realizado íntegramente por la alumna Andrea Valentina Nunes Sardi. Este es el último trámite para la obtención del título de la promoción 2017/2021 del Grado en Diseño y Tecnologías Creativas de la Universidad Politécnica de Valencia.

El presente documento es original y no ha sido entregado como otro trabajo académico previo, y todo el material tomado de otras fuentes ha sido citado correctamente.

Firma:

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line on the left, a large loop on the right, and a horizontal stroke at the bottom.

Andrea Valentina Nunes Sardi.

## AGRADECIMIENTOS

A mi compañera de proyecto Sandra, por confiar en mí para la elaboración de nuestro TFG. Por tenerme paciencia y leer todos mis mensajes y sobre todo por apoyarme a lo largo de este proceso y animarme en todo momento.

A Salomé y a Geles, por acompañarnos en este proceso y guiarnos a lo largo del proyecto, por sus consejos, sus correcciones y sus conocimientos, que han sido esenciales para llevarlo a cabo.

A mis padres y mis hermanos, por todo el apoyo y ánimos que me brindaron durante la realización del trabajo. Al igual que mis amigos, quienes en todo momento estuvieron dispuestos a ayudarme y darme consejos cuando hizo falta.

A David, Adri, Carlos y Charly por ayudarnos en la sesión de fotografía de producto. Y finalmente a todas las personas que nos dejaron sus fanzines para poder dar vida a este proyecto.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>1.2. OBJETIVOS</b>	<b>7</b>
<b>1.3. METODOLOGÍA</b>	<b>8</b>
1.3.1 Metodología proyectual	8
1.3.2 Proceso y plan de trabajo	9
<b>2. CONTEXTUALIZACIÓN</b>	<b>10</b>
<b>2.1. DIGITALIZACIÓN</b>	<b>10</b>
<b>2.2. REFERENTES CONCEPTUALES</b>	<b>10</b>
<b>2.3. REFERENTES VISUALES</b>	<b>15</b>
<b>3. DESARROLLO</b>	<b>20</b>
<b>3.3. BRIEFING</b>	<b>20</b>
<b>3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO Y PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>20</b>
<b>3.3. RECOPIACIÓN DE FANZINES</b>	<b>21</b>
<b>3.4. DESARROLLO DE LA WEB</b>	<b>21</b>
3.4.1. Diseño de navegación (Diagrama de flujos)	22
3.4.2. Experiencia de usuario y adecuación al Público objetivo	24
3.4.2.1. <i>Relación entre el sistema y el mundo real</i>	24
3.4.3. Programación	25
3.4.4. Evaluación del prototipo	25
3.4.5. Resultados y análisis	25
3.4.6. Mejoras a partir de los resultados obtenidos	27
<b>3.5. PREDICCIÓN DE USO, IMPACTO Y DIFUSIÓN</b>	<b>28</b>
<b>4. PRESUPUESTO</b>	<b>30</b>
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>31</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>32</b>
<b>7. ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>33</b>
<b>8. ANEXOS (VER ADJUNTOS)</b>	
<b>ANEXO I. CAPTURAS DE PANTALLA DE LA WEB DE ARKIV</b>	
<b>ANEXO II. BUYER PERSONAS</b>	
<b>ANEXO III. TEST DE USUARIO REALIZADO PARA EL ANÁLISIS DE REFERENTES</b>	
<b>ANEXO IV. TEST DE USUARIO REALIZADO PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOTIPO</b>	
<b>ANEXO V. CÓDIGO</b>	

# 1. INTRODUCCIÓN

El término Fanzine compuesto por las palabras en inglés: *Fan* (aficionado) y *Magazine* (revista) hace referencia, como su nombre lo dice, a publicaciones editoriales donde la dirección de arte, producción y publicación, son llevadas a cabo por personas aficionadas a algún tema en particular y tienen por objetivo compartir su pasión con otros interesados o curiosos del tema. Se trata de publicaciones de completa libertad gráfica (ya que todo se hace a criterio del autor), bajo coste y pequeñas tiradas, que muchas veces son trabajadas de forma artesanal. Según el artículo “*A brief story of zines*” de Chloe Arnold (2016), el término “*Fanzine*” tiene su origen en 1930, EEUU, cuando un grupo de aficionados de ciencia ficción empezaron a publicar sus propias historias, sin embargo, no fue sino hasta los años 80, de la mano del movimiento punk, que se popularizaron. A pesar del éxito y popularidad que llegaron a tener, la llegada de la “era de la digitalización” supuso la sustitución y adaptación de muchos medios impresos como revistas, periódicos, etc. por alternativas digitales de menor coste y mayor alcance. Afectando a su vez, la cultura de los fanzines disminuyendo su producción y popularidad.

A raíz de esto, decidimos enfocar este proyecto a la recuperación y difusión de este estilo de publicaciones a través de *Arkiv*, una plataforma interactiva a modo de web, que permita a los usuarios navegar a través de una colección de fanzines e incluso, animarlos a crear sus propias ediciones. La idea es revivir esta cultura así como darla a conocer a aquellas personas que, ya sea por la digitalización o por algún otro motivo, desconozcan de su existencia. Este proyecto abarca la ideación, diseño y desarrollo del prototipo de *Arkiv*, y será realizado entre Sandra Guilabert (identidad visual, desarrollo de manual de marca y publicidad en redes) y Andrea Nunes (diseño de interfaz, diseño de experiencia y prototipado).

La realización de la interfaz se hará tomando en cuenta una serie de pasos, entre ellos: Planificación del proyecto, investigación sobre contexto, usuarios y referentes, desarrollo de wireframes, evaluación, análisis y elaboración de un prototipo final. Utilizando como herramientas principales Adobe XD, Indesign, Sketch y los lenguajes de programación HTML5, CSS y JavaScript.

En definitiva, se trata de un proyecto que busca crear un lugar donde las personas puedan vivir la experiencia del fanzine pero de forma digital, buscar inspiración e incluso publicar de forma gratuita sus propios Fanzines.

## 1.2 OBJETIVOS

El objetivo general de este TFG se centra en crear un prototipo de plataforma interactiva (web) para la digitalización de los fanzines, que permita di-

fundir y recuperar el fanzine como medio de expresión y adaptar los mismos, a soportes más actuales y de mayor alcance e intentando, al mismo tiempo, mantener sus características sensoriales. Aplicando a lo largo del proyecto, los conocimientos adquiridos durante grado en Diseño y tecnologías creativas.

De igual modo, a partir de este objetivo general surgen varios objetivos específicos, entre los cuales tenemos:

- Concretar un público específico interesado en el área, así como, formas de atraer a un mayor público, determinar el área de mercado donde se situaría la marca al igual que posibles debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) y analizar referentes para obtener datos generales sobre el sector, así como, distinguir elementos esenciales a mantener o excluir.
- Recopilar y seleccionar el material (fanzines) para colocar en el prototipo así como digitalizar (mediante fotografías) los mismos.
- Diseñar una navegación adaptada al público objetivo, al igual que un diagrama de flujos y wireframes del prototipo.
- Programar el prototipo y adaptar los elementos a la imagen de marca, realizada por mi compañera Sandra Guilabert.
- Evaluar el prototipo y corregir aquellos errores que puedan surgir.

## 1.3 METODOLOGÍA

### 1.3.1 Metodología proyectual.

Para la realización de este TFG se siguieron una serie de pasos basados en diferentes estrategias y metodologías. La primera de ellas el *Design thinking* que es, según la web de Design Thinking España (s.f.), “Una metodología centrada en el usuario. Y orientada a la acción. Cuyo objetivo es generar soluciones de acuerdo a problemas detectados en un determinado marco de trabajo.” Esta estrategia consiste en el seguimiento de 3 etapas principales: Comprender, Explorar y Materializar, que a su vez se subdividen en los siguientes pasos: empatizar, definir, idear, prototipar, testear y finalmente implementar.

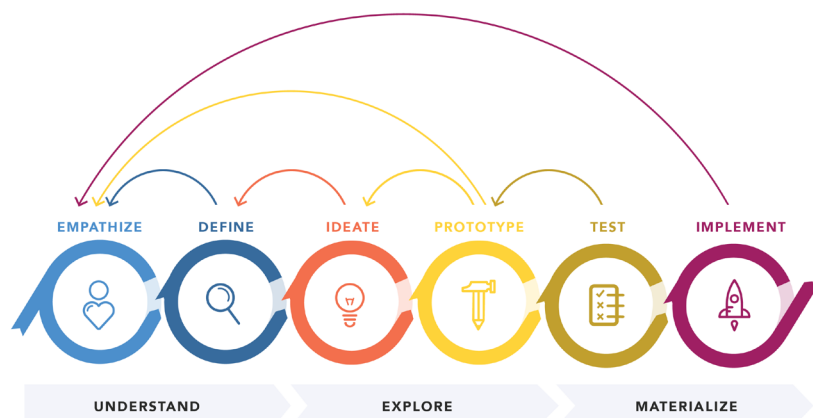


Fig. 1: Esquema de funcionamiento del Design thinking, McGuffin, 2020.



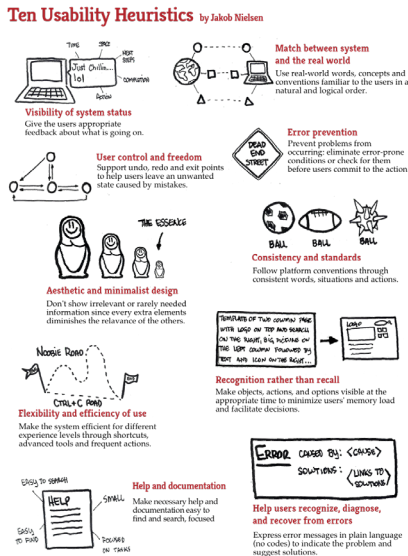


Fig. 2: Esquema los principios de usabilidad de Jakob Nielsen.

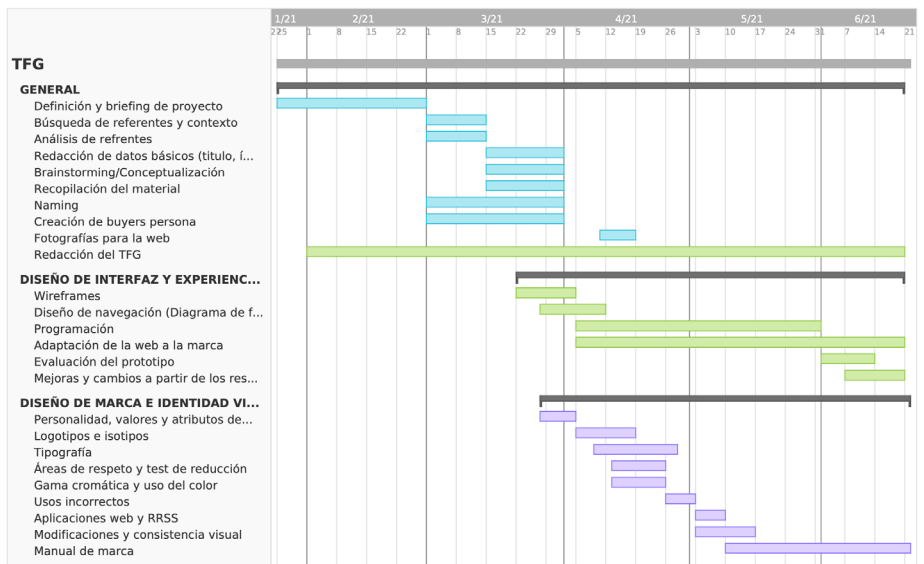
Esta metodología es muy utilizada en las diferentes áreas del diseño ya que permite desarrollar una solución de forma rápida y eficiente, que además está centrada en las personas. La combinación de esta metodología con un enfoque de diseño centrado en el usuario (DCU), da lugar a una web funcional, eficiente y atractiva. Además de esto, se tomaron en cuenta los 10 principios de usabilidad de Jakob Nielsen (1994): Visibilidad del sistema, Relación entre el sistema y el mundo real, Control y libertad del usuario, Consistencia y estándares, Prevención de errores, Reconocimiento antes que recuerdo, Flexibilidad y eficiencia de uso, Diagnóstico y solución de errores y finalmente Ayuda y documentación.

Cabe destacar que esta memoria ha sido realizada siguiendo las normas de citación y referencia APA (*American Psychological Association*), un sistema basado en Autor-Fecha, donde ambos datos (nombre del autor y fecha de publicación) se colocan junto a la cita y posteriormente, al final del documento, se indica la fuente de donde fue obtenida.

**1.3.2 Proceso y plan de trabajo.**

En cuanto al desarrollo y organización del trabajo grupal, este se dividirá en 3 bloques principales: Una primera fase "General" que consiste en un proceso de investigación en relación a contexto, usuarios, referentes y contenido. Luego, una segunda fase de diseño del prototipo, de interfaz, de experiencia y programación del prototipo. Y finalmente, una tercera fase, realizada por Sandra Guilabert Berlamas, que abarca el diseño de marca e identidad visual del proyecto. A la par de todo esto, se irá realizando la redacción de la memoria. A continuación se presenta un diagrama de Gantt con la programación del tiempo y distribución de tareas a lo largo del proyecto (Fig. 3).

Fig. 3: Diagrama de Gantt del Proceso y plan de trabajo del proyecto.



## 2. CONTEXTUALIZACIÓN

### 2.1 DIGITALIZACIÓN

La digitalización es un concepto con el cual las personas se han familiarizado los últimos años, que consiste básicamente en “la acción de pasar de analógico a digital.” De la Rosa, F. (2021). Concepto que, acompañado de “transformación digital” cada vez más, están presentes en el día a día.

Aunque es verdad, que desde la invención de las primeras máquinas durante la revolución industrial, el uso de tecnologías ha ido aumentando con los años (volviéndose algo cotidiano), en los últimos dos años el aumento ha sido exponencial, y esto se debe a la situación de aislamiento, que ha generado la pandemia causada por el COVID-19. Tratándose de una situación donde, “las limitaciones en la movilidad de la ciudadanía han acelerado la digitalización en España asentando fórmulas como el teletrabajo y el e-commerce. Ni el tamaño ni la antigüedad de los negocios deben frenar la incorporación de la tecnología” Banco Sabadell (2020).

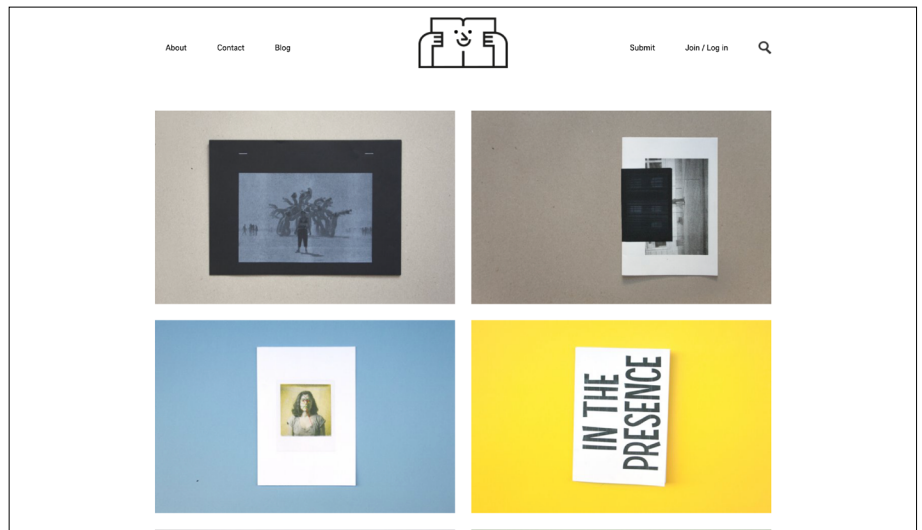
Es por esto que, con la digitalización muy presente y pensando en las consecuencias, que el aumento de la adaptación de formatos físicos a digitales implica; se decidió aprovechar para plantear la digitalización de los fanzines, partiendo de la receptividad que podría tener, ahora que todo se hace online y tomando en cuenta la repercusión y difusión que, un formato tan poco conocido podría tener al compartirse online.

### 2.2 REFERENTES CONCEPTUALES

Para analizar estas webs, se tomó como referencia el modelo de test de usabilidad planteado por Almazán, F. y Camus, J.C., quienes basados en las teorías de Nielsen y J. Márquez plantearon una serie de preguntas destinadas a determinar la efectividad de una web, tomando en cuenta los siguientes factores: Identidad, contenido, navegación gráfica web, búsqueda, *feedback* y utilidad. (ver Anexo III)

- *Save the fanzine* (<http://savethefanzine.com>), nuestro principal referente, es una web que posee una colección exclusiva de fanzines que se publican por invitación, es decir, ellos mismos contactan con los autores de los fanzines y deciden el contenido que es expuesto. Como explican en la web, buscan “no reemplazar, sino rendir homenaje a la cultura de las publicaciones propias (...)” *Save the Fanzine* (s.f.). Lo cual de cierta manera supone la difusión y colección de los mismos haciéndolo uno de los sitios webs, de entre los referentes, que más coincide con el objetivo de este TFG.

Fig. 4: Landing page de la web *Save the Fanzine*.



Se trata de una web con un diseño sencillo, muestra una breve descripción de la institución y posteriormente permite al usuario acceder a la página principal. Lo primero que vemos es el logo de la web, por lo tanto no hay pérdida. El contenido está distribuido a modo de retícula y a diferencia de los demás referentes que veremos luego, carece de “scroll infinito” y tiene, en cambio, un sistema de paginación donde el contenido se distribuye en diferentes páginas por las cuales el usuario se mueve gracias a una serie de botones que se encuentran al final.



Fig. 5: Sección de *About* de la web *Save the Fanzine*.

En relación a la navegación, la web posee en la parte superior una barra de menú, donde se distinguen los diferentes contenidos de la web. Gráficamente, tiene un estilo muy limpio y ordenado, que le da prioridad a las imágenes y presenta la información de forma clara. Al pasar sobre las imágenes, se pueden ver tanto el nombre del autor como de la obra, acompañados de un link de descarga, y al darle click a la imagen, se abre una pequeña galería donde se puede ver más detalladamente el proyecto, así como información referente al mismo (tanto datos de forma y composición como descripciones generales de la obra). A la hora de buscar un contenido en particular, la web tiene la ventaja de que se puede, mediante el buscador, acceder a fanzines según palabras claves.

En general, es una web con un objetivo muy claro y concreto, donde los fanzines son expuestos de forma que son ellos el elemento principal, y son de muy fácil acceso para los lectores. Pero que sin embargo, carece de ese elemento divertido y artesanal de los fanzines, que en el caso de este TFG se quiere transmitir.

- *E-fanzines*, es una colección online gratuita de alrededor de dos mil fanzines de ciencia ficción. En general, se trata de un sitio web que carece de identidad, si es verdad que se puede ver un logotipo en la parte superior

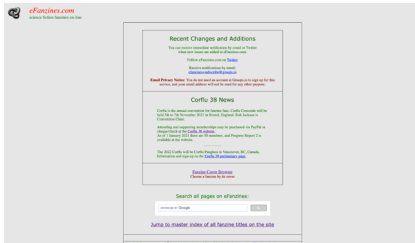


Fig. 6: Landing page de la web E-Fanzines.



Fig. 7: Landing page de la web E-Fanzines contenido.

izquierda (que incluso podría llegar a confundirse con un elemento decorativo), por lo demás los elementos parecen colocados sin ningún criterio en particular. La navegación de esta web, es a través de hipervínculos, y por lo tanto, remite a los inicios de las páginas web, para desplazarse dentro de cada sección, se realiza mediante un simple scroll hacia abajo y para volver al inicio, cada sección tiene un hipervínculo al final del todo, lo cual genera un inconveniente para el usuario, que debe llegar hasta el final para regresar.

Siendo una web con tanto contenido, este podría estar estructurado de forma que fuera más fácil para el usuario buscar algo o incluso, indagar en la web con mayor información sobre qué es lo que está viendo. En cuanto al contenido, a pesar de la amplia colección que ofrecen, (que además se mantiene actualizada) la web tiene una interfaz muy poco estética, que no presenta suficiente información sobre los fanzines y obliga al usuario a descargarlos si quiere verlos. Un punto a favor es que los contenidos se encuentran organizados por fecha, por lo tanto lo más reciente está arriba, sin embargo, es complicado hacer distinción de qué es exactamente, lo que se está viendo.

En el ámbito estético de la web, es muy poco visual. Las pocas imágenes que se muestran, son de pequeño tamaño y apenas se distingue de qué se trata, por lo demás no tiene ningún elemento gráfico en particular. Además de lo mencionado anteriormente, la web posee información correspondiente a sus redes sociales y correo de contacto, aunque no se ven a simple vista, igualmente, incluye una barra de búsqueda, pero que no funciona de forma amigable, ya que, te abre un segmento de búsqueda externo a la web. Finalmente, en cuanto a la utilidad, desde un primer momento no queda claro el contenido que se ofrece, por lo que frena un poco al usuario, ya que requiere de demasiado esfuerzo ponerse a buscar algo.

- *Fanzineología*, por otro lado, es uno de los colectivos de fanzines más reconocidos en España, se trata de un equipo interesado en fanzines y a su vez “interesado en el fenómeno que ha causado, causa y crea este soporte y lo que a su paso genera, así como los contenidos que posee cada uno de ellos.” (*Fanzineología*, 2013-2021). A diferencia de el referente anterior, ellos utilizan instagram (ver fig. 8) como medio para publicar su colección, lo que supone mayor visibilidad pero más limitaciones a la hora de publicarlos. Acompañado de esto, poseen una web (ver fig.9) con información referente a lo que hacen, eventos, etc.

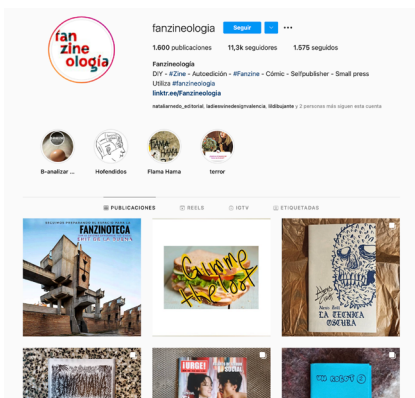
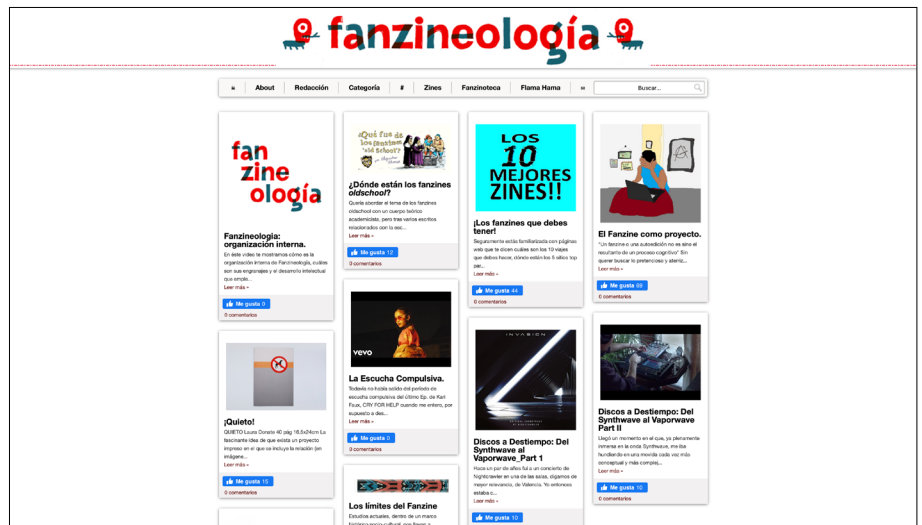


Fig. 8: Perfil de instagram de Fanzineología.

En la web de *Fanzineología*, podemos ver como se incluye un poco de su identidad de marca, tanto en los colores corporativos como el logotipo que nos recibe apenas entrar a la página. Una vez dentro, la primera impresión es que se trata de una web poco común con una estética obsoleta pero que a la vez, pareciera hecha adrede y que, aparte de los botones de “me gusta” que

Fig. 9: Landing page de la web Fanzineología.



parecen estar un poco fuera de lugar, se nota una estética común. Queda claro que va dirigida a un público muy específico, conformado principalmente por artistas a los cuales les gusta este tipo de publicaciones e incluso son los propios autores de algunas de las obras.

Con respecto al contenido de la web, esta nos muestra en un primer lugar una serie de artículos actuales, con una breve descripción del contenido lo que ayuda al usuario a saber si es un tema de interés, o no, antes de abrirlo. Igualmente encontramos en la barra de menú, el resto del contenido que podemos ver en la web, aunque cabe destacar que tiene una serie de elementos que pueden generar confusión, como por ejemplo, tanto en el botón que dirige a inicio, como en el que dirige a contacto, en vez de texto, hay un par de iconos que además de que tienen un tamaño muy pequeño, apenas se pueden distinguir. Uno de ellos es una calavera (que lleva al inicio) y el otro, un sobre (que lleva a contacto). Por otro lado, algunas de las secciones del menú tienen nombres como: “Flama Hama” y “#”, que realmente, no hacen sino confundir al usuario. Por lo demás, la navegación dentro de la web, es bastante sencilla, no obstante, posee una gran cantidad de enlaces externos (links que te dirigen a otras páginas) obligando al usuario a entrar en otros lugares que puede que no quiera visitar (ejemplo: *Instagram*).

La parte gráfica de la web, destaca por su estilo retro y que recuerda a las primeras webs de los años 90's y 00's. Que a pesar de que puede que esté hecho con esa intención, se podría mejorar un poco la distribución de los elementos para dar mayor importancia al contenido (por ejemplo aumentando el tamaño de las imágenes). La web permite ponerse en contacto con ellos, aunque, como se mencionó anteriormente, el apartado de contacto es complicado de encontrar. En definitiva, se podría decir que se trata de una web con un contenido interesante y variado, pero que pierde un poco por su estética y por la falta de información más clara en algunos puntos.

- Por último se tomó en cuenta Libros de artista UPV (<http://librosdeartista.upv.es>), una base de datos de publicaciones de artistas egresados o estudiantes de la UPV, muy similares a los fanzines. Su objetivo principal es el de conservar y difundir estos trabajos. Esta web, nos permitió ver las publicaciones online desde un punto de vista diferente a los mencionados anteriormente, ya que se trata de una colección académica y por lo tanto mucho más formal.

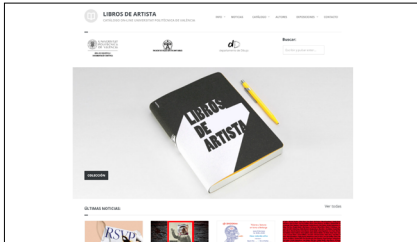


Fig. 10: Landing page de la web *Libros de artista UPV*.

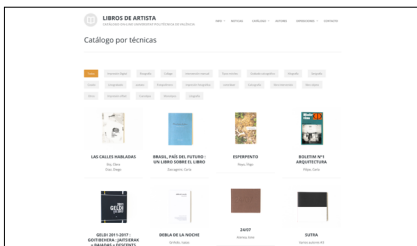


Fig. 11: Colección de la web *Libros de artista UPV*.

De todos los referentes conceptuales, se podría decir que este es el que posee una identidad más clara. Siendo una web institucional, está muy bien definida tanto la estética como la forma en que se muestra el contenido. Si es verdad que se podría hacer un poco más dinámico y dar mayor visibilidad al elemento principal: los libros de artista. Pero en general, tiene una disposición muy correcta de los elementos, está claro la institución a la que pertenece y quienes la financian, se muestran las publicaciones con breves descripciones, y hay un orden cronológico a la hora de presentar las publicaciones.

La navegación a través de la web, es bastante sencilla, y permite al usuario mantenerse ubicado en todo momento, así como volver atrás en caso de ser necesario. Además del buscador y la barra de menú, la web consta de varios filtros que permiten buscar según criterios específicos.

En resumen, la web tiene una composición muy clara, donde es fácil para el usuario desplazarse por cada sección y sentirse seguro y ubicado. Se pueden encontrar secciones claramente identificadas y con breves descripciones que acompañan las imágenes, así como imágenes de calidad. Sin embargo, es verdad que, aunque muy correcta, podría considerarse un poco aburrida y monótona.

Tras analizar estos referentes, se observó que a pesar de perseguir en algunos casos objetivos diferentes (de archivación, análisis o exposición) poseen todos, ya sea de forma directa o indirecta, una característica común: La preservación, publicación y difusión de estas publicaciones propias. De la misma manera, otra característica común que poseen, es que estéticamente, se trata en su mayoría de webs bastante arcaicas que remiten a los inicios de las páginas web como se puede ver en las imágenes (Fig. 6 y Fig. 9), haciendo que, a pesar de tener colecciones extensas de material, resulte complicado desplazarse a través de ellas generando desconfianza y haciendo que el usuario pierda el interés.

Tomando esto en cuenta, lo que se busca en este proyecto es dar lugar a un espacio virtual que además de cumplir con sus objetivos conceptuales, sea accesible, confiable y atractivo para los usuarios.

## 2.3 REFERENTES VISUALES

Simultáneamente, se recopilaban una serie de referentes pero en este caso visuales y en su mayoría, pertenecientes a editoriales independientes. Estas plataformas fueron seleccionadas tomando como base su efectividad a la hora de exponer y presentar publicaciones editoriales, de una forma atractiva e intuitiva. Alejándose un poco de lo que se suele encontrar en webs de bibliotecas o editoriales comunes, y dándole siempre importancia al producto.

- Entre los sitios tomados en cuenta, tenemos *Torque editions* (<http://torquetorque.net>), una editorial “cambiante” encargada de crear y promover libros, eventos y exhibiciones independientes. Desde el momento en que el usuario accede a la web se nota que está dirigida a un público joven, por su aspecto moderno y composición poco común, que le aporta un toque divertido y diferente. En una sola pantalla, podemos ver tanto el logo de la institución, como el contenido que ésta ofrece, de una forma muy visual, ya que recuerda un escritorio o una mesa con los libros encima. Que como expone Nielsen en sus teorías, genera una adecuación entre el sistema y el mundo real el cual, acompañado de una animación de desplazamiento muy fluida, confiere al usuario rapidez y facilidad para ver el contenido. La estructura poco convencional que podemos observar en la web, permite detectar rápidamente el contenido que se ofrece y cómo acceder a él.

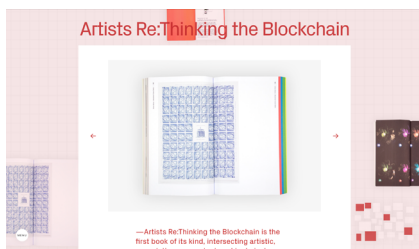
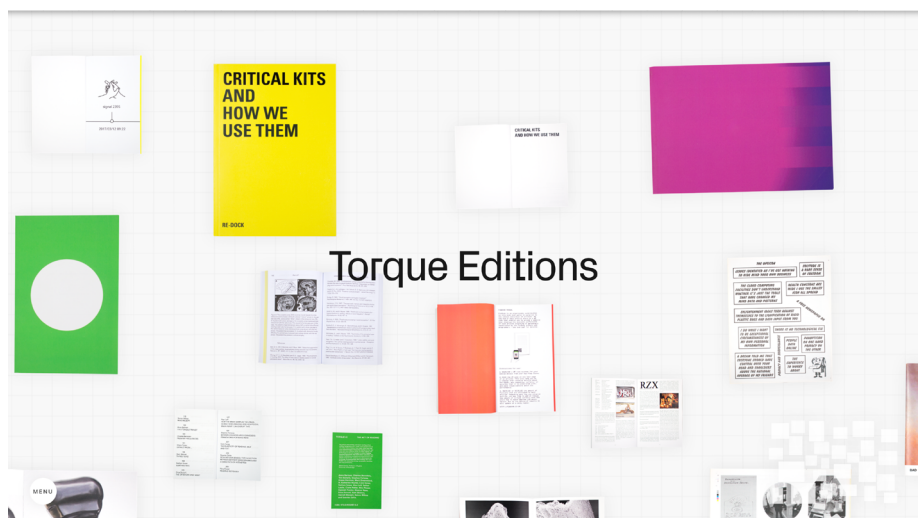


Fig. 12: Ejemplo de ficha de la web *Torque Editions*.

Como se mencionó anteriormente, la navegación dentro de *Torque editions*, es muy entretenida y sencilla de entender, en el momento en que el usuario mueve el ratón, toda la pantalla se desplaza, de forma que una vez consciente de esto, el usuario aprende a moverse dentro de la web. Es interesante que incluso, al ser una composición distinta a las que se acostumbran, el desarrollador decidió agregar un mapa esquemático del contenido en la parte inferior izquierda, por lo que si en algún momento el usuario se pierde, puede fácilmente ver donde se encuentra.

Fig. 13: *Landing page* de la web *Torque Editions*.



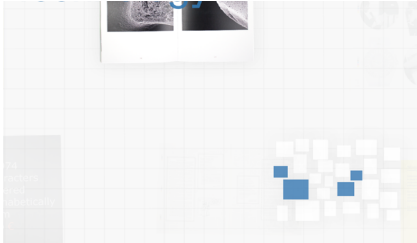


Fig. 14: Mapa interactivo de la web *Torque Editions*.

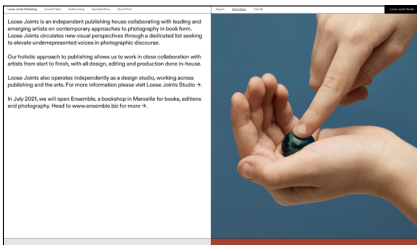



Fig. 15: Pantalla de información de la web *Loose Joints*.

En cuanto al ámbito gráfico, es una web muy bien organizada, donde todos los elementos se distinguen perfectamente, y además van acompañados de ligeras animaciones que le dan vida y dinamismo. Los colores utilizados, así como, la tipografía y el estilo en general, le aportan una imagen actual y confiable. Al momento de buscar un contenido en particular, se puede realizar esta acción mediante el desplazamiento del ratón, o incluso, para quienes no quieran ir uno por uno, se puede acceder al contenido a través del menú abajo a la izquierda. Finalmente, destacar de este referente la distribución tan original que tiene, la sencillez a la hora de exponer el contenido, la efectividad, el diseño y el dinamismo.

- *Loose Joints* (<https://loosejoints.biz>) es otra de las webs usadas como inspiración para el proyecto, es una editorial independiente, que publica y vende libros de artista enfocados principalmente en la fotografía contemporánea. En esta web podemos detectar una identidad de marca muy definida, donde destacan tipografías pequeñas y simples acompañadas de imágenes muy grandes, de forma que estas últimas se vuelven el centro de atención desde el primer momento. Si es verdad, que el nombre de la web/logo podría destacar un poco más ya que, tal como está, parece parte del texto y es importante que las personas sepan y recuerden el nombre de la institución. Al tratarse de una editorial de libros de artista de fotografías, las imágenes toman protagonismo y se vuelven el principal elemento visual. El contenido de la web está distribuido en forma de retícula, con la información más actual en la parte superior, permitiendo al usuario ver de forma ordenada lo que hay. No obstante, se le podría agregar de alguna forma un poco de información antes de entrar a la imagen.

La navegación en este sitio, es simple y sencilla de entender, donde el usuario puede ubicarse en todo momento gracias a un subrayado que apa-

Fig. 16: Ejemplo de ficha de la web *Loose Joints*.

Loose Joints Publishing	Current Titles	Forthcoming	Special & Rare	Out of Print	Search	Information	Cart (0)	Loose Joints Studio
<p>Paul Rousteau - Seascapes</p> 					<p>€30.00</p> <p>Add to Cart</p>		<p>French artist Paul Rousteau is known for his alchemical light and colour-banding approach to photography. Seascapes is a series made by Rousteau while artistic-residence on a boat off the Coral Sea, in Australia. Inspired by the wandering horizons around him, Rousteau retreated to the darkroom to invent mental topographies of his own, reducing the landscape down to the barest constituent elements - water, air and light. Often saturated, interrupted or out of focus, his photographs are a series of playful experiments negotiating between figuration and abstraction, painting and digital art. These constructed landscapes invite us to consider the point where human imagination intersects with the landscape - how fantasies of distance, displacement and faraway places are projected onto the horizon. Existing somewhere between vision, imagination and a surreal, submerged reality, Rousteau extends this fiction through gliding captions and an innovative design that invites readers to flip away and reappropriate the seascapes as their own.</p>	
<p>Paul Rousteau (b.1955) graduated from the Woody photography school in Switzerland in 2005. By pushing the camera to its limits, he creates new forms of perception. The result is made of acid colours and elegant figures has something of a diagram with a touch of mathematical reduction. Moving from the arts and fashion, his photographs have been published in the New York Times, Le Monde, Dazed &amp; Confused and The New Yorker. Paul Rousteau has also worked for companies such as Hermès, BMW or Louis Vuitton. In 2012 he was part of the final selection of the Pirelli festival of fashion and photography and was nominated in 2009 for the FCBP prize. He is represented by Galerie du Jour-Agès in Paris and by the Forum Art Contemporain in Switzerland.</p>					<p><b>AS Seascapes Edition: this available</b></p> <p>US color: \$38.00 incl. A&amp;P</p> <p>128 pages, 64 color plates, 160 x 240 mm</p> <p>Series softcover perfect-bound with cold glue</p> <p>Designed by Piya &amp; Gabe</p> <p>ISBN 978-1-947793-01-0</p> <p>July 2021</p>		<p><b>Book signing at</b>  <b>Librairie du Palais,</b>  <b>Aries, Friday 09 July</b></p> <p>Paris book launch Thursday 22 July, Librairie Tom Lambert, 18:00-21:00</p>	



rece sobre la sección seleccionada. Y posee también un buscador en caso de que este quiera ir directamente a un contenido en particular.

En cuanto a la parte gráfica, el sitio web posee imágenes nítidas y coherentes, que van acompañadas de los nombres de los autores y obras, aportando al usuario una información general sobre el producto. Otro elemento interesante que se puede ver en algunas partes, es una banda con información que va rotando horizontalmente y que aporta un toque moderno y entretenido a la web. En general, es una distribución bastante simple, pero donde resaltan los elementos fundamentales y el usuario puede, en cualquier momento, buscar algún contenido en particular.

De ahí que, su diseño moderno e innovador, sirviera como referente para este proyecto. Aunque tomando en cuenta también los fallos que tiene o características que se podrían mejorar en cuanto a jerarquías visuales.

- De forma similar a *Loose Joints*, *Blackbook Publications* (<https://blackbookpublications.com>), otro de nuestros referentes, se encarga de publicar libros de artistas emergentes destacados en la fotografía contemporánea del sector escandinavo. Una vez más, nos encontramos con una web que a pesar de que mantiene un mismo estilo gráfico a lo largo de la misma, y tiene elementos comunes que generan una identidad de marca, no tiene un logotipo definido que ayude al usuario a detectar dónde se encuentra, de forma que, si no es por la barra del buscador que pone el nombre, o si no es un usuario común que ya conoce el sitio, no hay forma de distinguir a qué institución pertenece. Por otro lado, esta web brinda al usuario un contenido muy claro y fácil de distinguir. Probablemente dirigida a un público joven atraído por la fotografía, *Blackbook publications*, logra presentar de forma muy simple una serie de imágenes, que incluso al darles click, se pueden ver con más detalle. Estas van acompañadas de breves descripciones, títulos, autores y fechas de publicación. De esta web se tomó en cuenta la forma en la que se presentan las imágenes, cuyo fondo en común genera una coherencia entre todas las imágenes y que además con la integración de las manos de la persona, añade un poco de valor sensorial a las imágenes, ya que estas pasan de ser un una simple foto a un elemento físico.

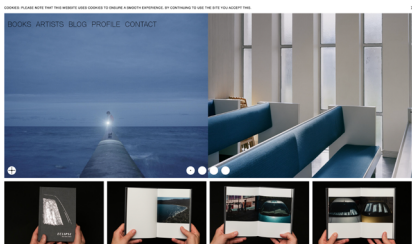


Fig. 17: Landing page de la web *Blackbook Publications*.

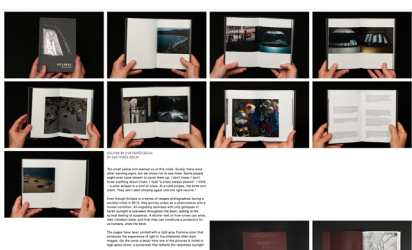


Fig. 17: Contenido de la web *Blackbook Publications*.

Para ver los diferentes elementos de la web solo hace falta desplazarse hacia abajo o dirigirse al menú en la barra superior. Esta web está realizada sobre un único html, por lo tanto al acceder a la barra del menú, no redirige al usuario a otro segmento, sino que simplemente aparece la información al pasar el ratón sobre las palabras (ver Fig. 18). Para encontrar algún contenido en particular, no posee un buscador, sin embargo, al ser una colección muy reducida, en la barra del menú en el apartado de Books, se encuentra el listado del contenido de la web. Gráficamente, no destaca ningún elemento en

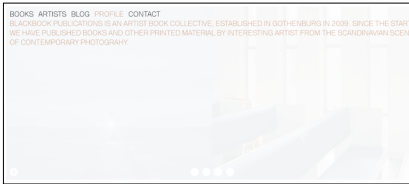


Fig. 18: Barra de menú de *Blackbook Publications*.

particular, más que las imágenes, que como ya se mencionó anteriormente, aportan cohesión a la web.

Si es verdad, que aunque la información se le presenta de forma muy cómoda al usuario, es decir, que este no debe hacer casi nada para acceder a ella. La web se queda un poco estática e incluso aburrida, ya que más allá del contenido que ofrece, no hay nada que atraiga al usuario y lo haga quedarse más tiempo en ella o incluso volver a usarla luego.

- Finalmente, se analizó la web de *Catarina Freitas* (<https://www.catarina-freitas.com>), que a diferencia del resto, se trata de un portafolio online perteneciente a la diseñadora gráfica y editorial Catarina Freitas. Este sitio web, posee una identidad muy definida donde se utiliza el fondo negro para contrastar con los colores vivos de las diferentes imágenes a lo largo de la web, a pesar de que no posee un logotipo como tal, se puede ver el nombre de la autora en diferentes partes.

Al ser un portafolio, el público al que va dirigido son empresas interesadas o incluso otros profesionales del área, por lo tanto toda la información de contacto se encuentra a primera vista y de fácil acceso en una cinta giratoria en la parte inferior de la web (a modo de *footer*). En cuanto al contenido, este se expone de forma clara y dinámica, a través de galerías de imágenes o

Fig. 19: *Landing page* de la web *Catarina Freitas*.

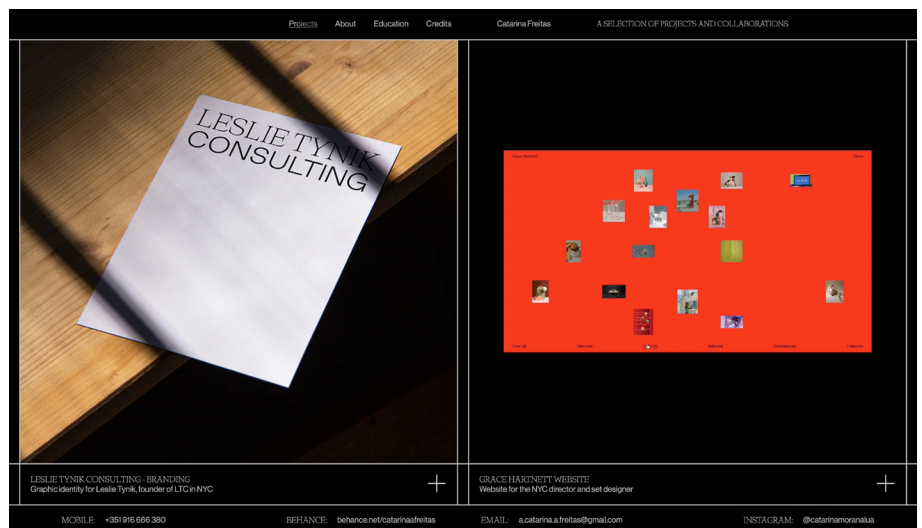


Fig. 20: Ejemplo de proyecto de la web *Catarina Freitas*.

vídeos que muestran una parte de cada proyecto, de los cuales si posteriormente, el usuario quiere indagar más, puede acceder a fichas individuales de los mismos. Cabe destacar, que para acceder a estas fichas individuales (o secciones con información), el usuario debe clicar sobre un elemento en particular (un símbolo de "+") que además de que se camufla con el resto de la web, es poco intuitivo y genera inconvenientes para el usuario. La navegación es relativamente sencilla gracias a que no hay demasiado contenido,

pero es verdad que para acceder a las diferentes áreas de la web, en algunos momentos se vuelve confuso y ralentiza el proceso del usuario.

Desde un primer momento, se puede detectar que se trata de una web dinámica con mucho movimiento por todas partes, que a pesar de que le da mucha vida y capta rápidamente la atención del usuario, también entorpece un poco la búsqueda de información y el desplazamiento por la web. Para concluir, cabe destacar la fotografía y la forma tan atractiva en la que se exponen los proyectos, que logran contrarrestar los botones incómodos y el exceso de animaciones.

Tras analizar que características poseen en común estos referentes que los hacen tan atractivos, se concluyó que es importante destacar sobre todas las cosas los *fanzines* y presentarlos de una forma sencilla e intuitiva donde el usuario se pueda mover cómodamente. Igual que, aunque se trate de un esquema básico, se pueden agregar elementos que le den vida a la página y que la hagan mas moderna, entretenida y atractiva.

## 3. DESARROLLO

### 3.3 BRIEFING

Para desarrollar este proyecto, el primer paso fue definir una serie de pautas y objetivos denominados *briefing*. También conocido como encargo, un *briefing* es un documento que establece las pautas del diseño a desarrollar. Álvarez, N L, Lleras, S (2015).

En este caso, se trata de un autoencargo, donde la intención era crear el prototipo de una página web que sirviera para archivar y exponer una serie de *fanzines*, con un diseño gráfico capaz de darle coherencia a todo el proyecto, así como crear un vínculo entre el usuario y la página, enfocado principalmente a un público de entre 15 a 35 años.

Del mismo modo, era muy importante para nosotras usar como recursos para el prototipo, *fanzines* realizados por nuestros compañeros y personas cercanas, para demostrar así, que se trata de un medio utilizado en la actualidad y que son muchas las personas que les gustaría tener un lugar donde compartirlo. Aportando así más valor e intencionalidad al proyecto.

### 3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO Y PÚBLICO OBJETIVO

Como se mencionó anteriormente, la propuesta se plantea enfocada a un público de entre 15 a 35 años. Principalmente, artistas, creativos o aficionados; aunque intentando siempre que sea funcional, incluso para personas externas a ambos rangos.

Para el desarrollo del prototipo y la marca fue necesario crear dos buyer personas. La primera una chica de 23 años, estudiante del máster de diseño e ilustración, preocupada por el medio ambiente y que está trabajando en un fanzine, pero que tiene dudas respecto a cómo publicarlo (Ver Anexo II). El segundo, es un diseñador editorial de 34 años, que investiga la historia de la autopublicación así como su impacto social, y quiere dar a conocer su importancia.

Ambos perfiles, permitieron desarrollar una aplicación centrada en: un usuario que está involucrado en el tema, que sabe moverse en el ámbito digital (ya que está acostumbrado a usarlo), que busca alternativas a los formatos físicos pero que a su vez, aprecian la sensorialidad de estos y que conocen algo sobre diseño.

De igual modo, tomando en cuenta esta información y combinándola con el contexto actual, se desarrolló un diagrama DAFO, donde se exponen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del proyecto.

Fig. 20: Análisis DAFO del Proyecto.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Es un tema muy poco conocido en la actualidad, por lo tanto hay un público muy reducido.</li> <li>-Al digitalizar los fanzines, pierden muchas de sus características sensoriales.</li> <li>-La falta de autores en la actualidad puede suponer que haya poco material en la web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Plataformas que incluyen contenido similar, por ejemplo Behances o bibliotecas especializadas.</li> <li>-El rápido crecimiento del sector tecnológico puede dejar a nuestra web atrás.</li> <li>-El usuario está acostumbrado al medio físico, y tendría que adaptarse al medio digital.</li> <li>-Obsolescencia tecnológica.</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Concepto innovador que da la oportunidad a una pequeña comunidad de personas interesadas en los fanzines.</li> <li>-En la actualidad no hay ninguna web igual, donde puedas encontrar este tipo de contenido tan específico.</li> <li>-Las pocas colecciones de fanzines que existen online no son nada atractivas y en su mayoría, complicadas de usar.</li> <li>-Aparición de la risografía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Al ser una nueva idea, a nivel directo no hay competidores.</li> <li>-Dar visibilidad a la cultura de las auto-publicaciones.</li> <li>-Oportunidad de explorar alternativas sensoriales.</li> <li>-Aumentar la popularidad de los fanzines y por consecuencia su producción.</li> <li>-Inspirar a otras personas a desarrollar proyectos similares.</li> </ul>

Fig. 21: Campaña gráfica utilizada para la recopilación de *Fanzines* en RRSS.

### 3.3 RECOPIACIÓN DE FANZINES

Para la realización del prototipo, fue necesario recuperar una serie de *fanzines* que sirvieran para dar una idea visual de cómo quedaría la página con la colección. Para ello, se hizo una campaña de recopilación de fanzines a través de la red social instagram (ver fig. 21) donde, finalmente, se pudo contactar con alrededor de 20 personas que accedieron a dejar sus *fanzines* y libros de artista para el proyecto. Una vez obtenido todo el material, se procedió a hacer fotos de los mismos para finalmente usarlos en la web.

La fotografía del producto, fue realizada en el plató de la UPV. El montaje consistió en un foco de gran tamaño para conseguir una escena con una iluminación muy limpia y suave. Un trípode horizontal para lograr un plano cenital de las revistas, y finalmente un reflector paralelo al foco para contrarrestar la luz.

Fig. 22: Fotografía del interior de un fanzine para la web de Arkiv.

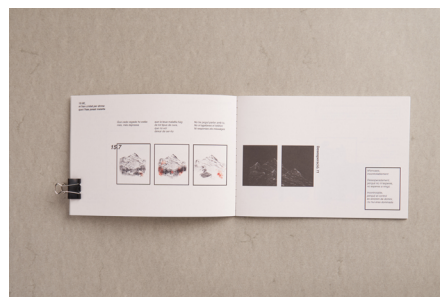


Fig. 23: Fotografía de portada de un fanzine para la web de Arkiv.



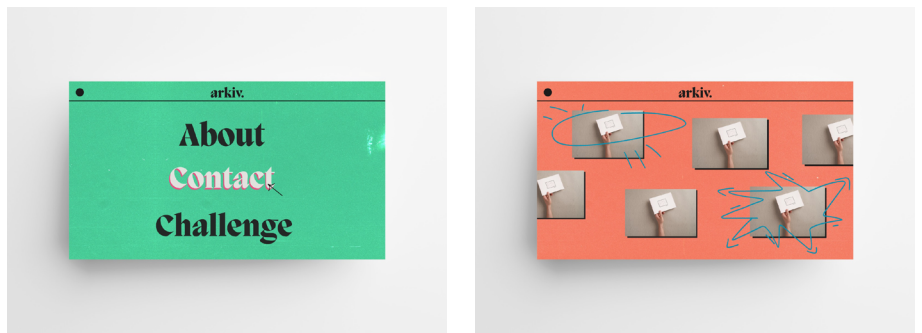
### 3.4 DESARROLLO DE LA WEB

Para el diseño de la web, se utilizó Adobe XD, el objetivo principal era conseguir un equilibrio entre una visión moderna y atractiva pero que a su vez fuera funcional e intuitiva. Contando con la ventaja de ser dedicada a un

público mayoritariamente joven, la web tiene un formato menos convencional, donde se presenta la información y el contenido horizontalmente, sin embargo manteniendo una serie de elementos fijos para que el usuario no se pierda, y pueda desplazarse de un sitio a otro de la web de forma rápida. Del mismo modo la estética general e identidad visual, se basan en el manual de marca realizado por mi compañera de proyecto Sandra Guilabert Berlamas.

Fig. 24: Aplicación de identidad de marca en el menú de *Arkiv*, planteada por Sandra Guilabert.

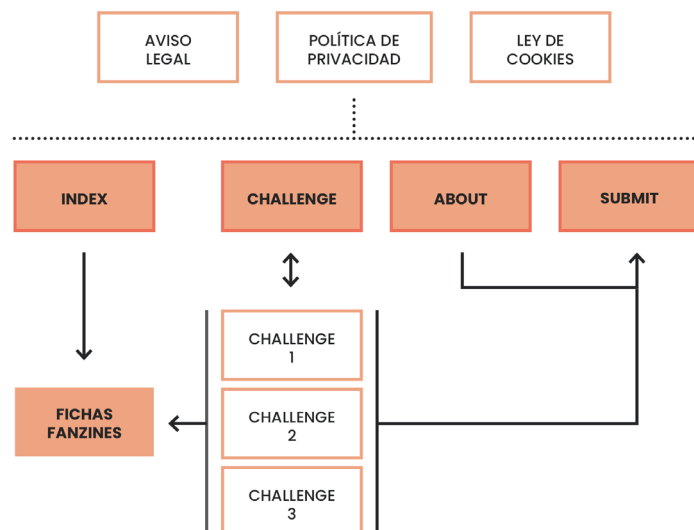
Fig. 25: Aplicación de identidad de marca en la *Landing page* de *Arkiv*, planteada por Sandra Guilabert.



### 3.4.1 Diseño de navegación (Diagrama de flujos)

La navegación de la web se divide en 4 bloques principales: *Index*, *Challenges*, *Contact* y *Submit*. En un primer lugar, está el *index*, donde se encuentra la colección de fanzines así como, fichas informativas de cada uno, distribuidos horizontalmente a lo largo del tablero. Al clicar alguno de estos fanzines, la página redirige al usuario a la ficha informativa correspondiente.

Fig. 26: Diagrama de flujos de la web de *Arkiv*.



En segundo lugar, está la sección de *Challenges*, donde se encuentran una serie de temáticas diferentes correspondientes a desafíos que *Arkiv* va proponiendo a través de redes sociales para impulsar la creación de nuevas obras. En estas carpetas se van almacenando *Fanzines* que cumplen con alguna característica determinada.

En tercer lugar, está el *Contact*. Esta se trata de una sección puramente informativa donde se habla sobre el proyecto, aquí podemos encontrar información como ¿Qué es Arkiv?, ¿Cómo surge el proyecto?, autoras, colaboradores, etc. Así como información de contacto a través de redes, correo y dirección.

Finalmente, en la sección de *submit*, se encuentra un formulario donde las personas pueden solicitar la publicación de sus *fanzines* en la web. Sin embargo, cabe destacar que la web no permite subir proyectos de forma directa, ya que estos tienen que cumplir con una serie de características para ser publicados.

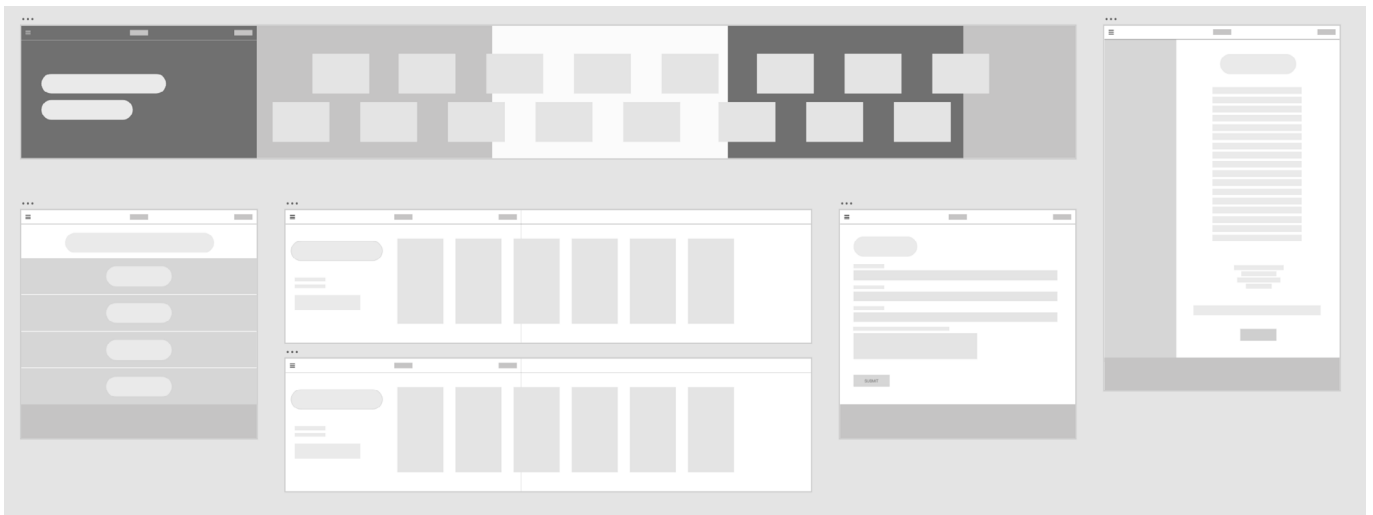


Fig. 27: Wireframes de baja fidelidad de la web de Arkiv

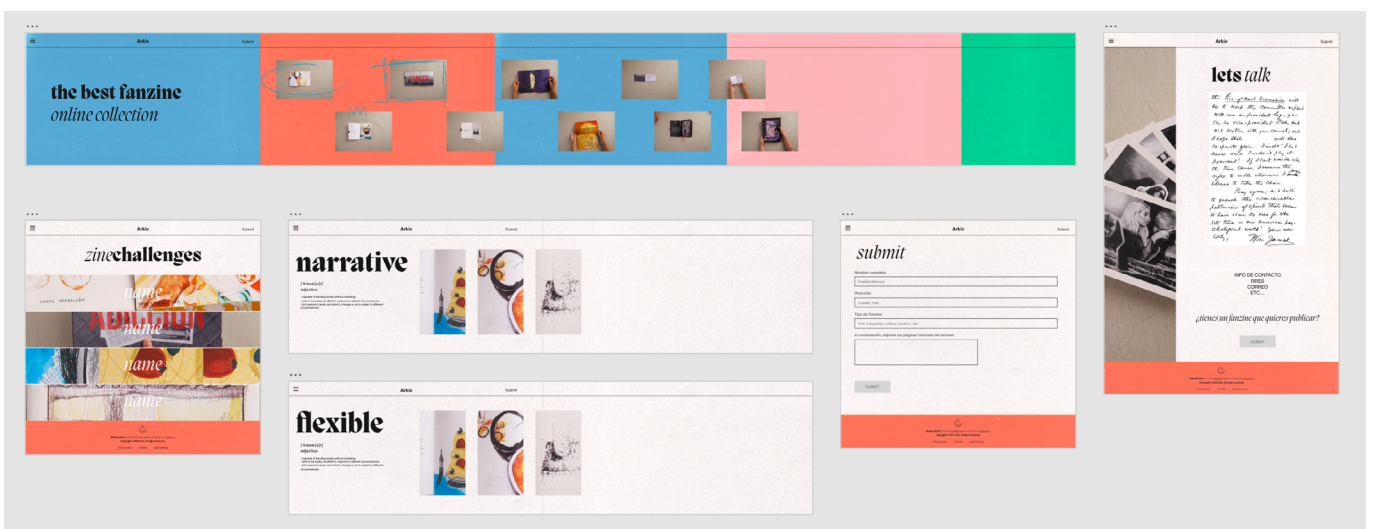


Fig. 28: Wireframes de alta fidelidad de la web de Arkiv

### 3.4.2 Experiencia de usuario y adecuación al Público objetivo

Para que una web pueda ser considerada óptima, tanto en diseño como en funcionalidad, es fundamental que el usuario sepa desplazarse a través de ella y que lo haga de forma intuitiva y rápida. En este caso, la idea era combinar esto, con algunos elementos que sorprendieran al usuario e hicieran de esta navegación una experiencia memorable. Con esto en mente, en la página principal, se creó un *scroll* horizontal que presenta los fanzines a modo de galería. Que asemeja a las galerías y museos en el mundo real.

Para hacer la web más dinámica, se utilizó un menú de hamburguesa que aparece de izquierda a derecha mostrando las diferentes páginas. Una vez en estas, ya se puede observar un *scroll* clásico (vertical), que sin embargo, en algunas partes se combina con divisiones de pantalla.

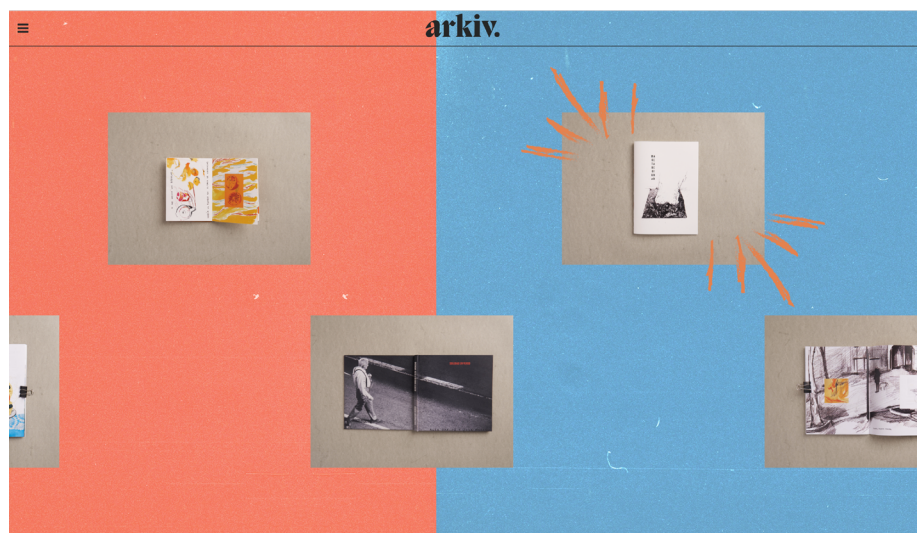
#### 3.4.2.1 Relación entre el sistema y el mundo real

La composición de la web, desde un primer momento, fué pensada para ser lo más intuitiva y sencilla para el usuario. Es por esto que, como se mencionó anteriormente, se basa en las galerías de arte o museos. Los cuales las personas están acostumbradas a visitar, es decir, donde se van exponiendo las obras, una por una, sobre paredes horizontales. De forma similar, al entrar en *Arkiv* el usuario se encuentra con una composición diferente, pero conocida, a través de la cual aprende a desplazarse rápidamente.



Fig. 29: Captura de pantalla del menú desplegable de la web de *Arkiv*.

Fig. 30: Captura de pantalla de la página inicial de la web de *Arkiv*.



De igual modo, en el resto de la web podemos encontrar elementos comunes que ayudan al usuario a mantenerse ubicado y saber cómo ir de un sitio a otro dentro de la web (como los títulos o la barra superior).



### **3.4.3 Programación**

La programación de la web, fue realizada de cero, utilizando principalmente los lenguajes HTML5 y CSS, con algunas animaciones en Javascript y un formulario hecho con PHP. El proceso consistió en la creación de una primera versión estática, con las funcionalidades básicas y la estructura principal. Y luego se le fue añadiendo poco a poco el estilo, animaciones e imágenes.

### **3.4.4 Evaluación del prototipo**

Para la evaluación del prototipo, se seleccionó un grupo de 5 personas pertenecientes al rango de edad del público objetivo y se les pidió que realizaran una serie de tareas, mientras que narraban en voz alta las acciones que iban haciendo. Al mismo tiempo, un evaluador, se encargó de apuntar los resultados obtenidos. Para esta evaluación, se utilizó el mismo modelo de test de usabilidad de Almazán, F. y Camus, J.C. con el cual se evaluaron los referentes del proyecto. Sin embargo, se adaptó a preguntas más específicas centradas en Arkiv.

Por motivos de seguridad, a causa de la situación actual de pandemia, los test de usuario, fueron realizados online, a través de plataformas de video-llamada como Teams, Google meets, etc. que permiten al usuario compartir pantalla con el evaluador e ir conversando al mismo tiempo.

### **3.4.5 Resultados y análisis**

Tras culminar la evaluación del prototipo, (ver Anexo IV) la valoración de los resultados se centró en aquellos detalles comunes entre los usuarios entrevistados, o comentarios de algún usuario en particular que sirvieran, para mejorar el funcionamiento de la web.

Tomando en cuenta esto, en general, los usuarios consideraron que la web posee una identidad visual clara, donde es fácil distinguir una vez entrar a qué institución pertenece, los colores principales y en su mayoría, incluso detectar a qué tipo de público va dirigida la web. Si es verdad, que a pesar de esto, todos los usuarios coincidieron en que hacía falta algún elemento que a primera vista, informara que se trata de una colección de fanzines, puesto que, en la versión original de la animación usada en la *home-page*, no se hacía mención a estos.

En cuanto al contenido, todos los usuarios coincidieron en que una vez empiezas a hacer *scroll*, queda claro de qué va la web y que puedes encontrar en ella. Por otra parte, todos afirmaron que la información se expone de manera simple, y no hace falta navegar demasiado para encontrarla, algunos incluso destacan que las animaciones que aparecen sobre las imágenes invitan a hacer click sobre ellas, haciéndolo intuitivo.

Aunado a lo anterior, la navegación dentro de la web fue sencilla de controlar para los usuarios, en su mayoría hicieron referencia al *scroll*, para desplazarse dentro de las páginas y el menú de hamburguesa para moverse de una sección a otra. El único problema que encontraron algunos usuarios, fue que en ciertos botones se malinterpretó la acción que estos generaban, por su estilo gráfico. Pero, quitando lo anterior, todos los usuarios se sintieron ubicados durante todo momento y aprendieron a moverse rápidamente, gracias a la estructura simple de la web.

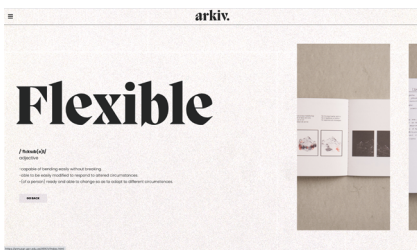


Fig. 31: Captura de pantalla de uno de los Challenges de la web de Arkiv.

En lo que respecta a los gráficos dentro de la web, algunos usuarios comentaron que las imágenes podrían ser de mayor tamaño para apreciarlas mejor y que en algunos casos, la animación inicial tardó en cargar, no obstante, destacaron que es una web que a pesar de todo el contenido que posee, tiene una estructura simple que permite que destaque el elemento principal: Los *fanzines*.

En un principio la web fue planteada sin un buscador, pero de igual forma se le preguntó a los usuarios si consideraban necesario uno dentro de la misma, y como resultado, la mayoría expuso que no lo creía necesario, aunque sí es verdad que, un filtro podría ayudar a personas que buscan un contenido en particular. En referencia al *feedback* dentro de la web, los usuarios encontraron fácilmente cómo ponerse en contacto con la empresa en caso de ser necesario, y afirmaron que recibieron confirmación al rellenar y enviar el formulario.



Fig. 32: Ejemplo de uno de los detalles hechos a mano de la web de Arkiv. Este detalle en particular es usado en el logo de la web.

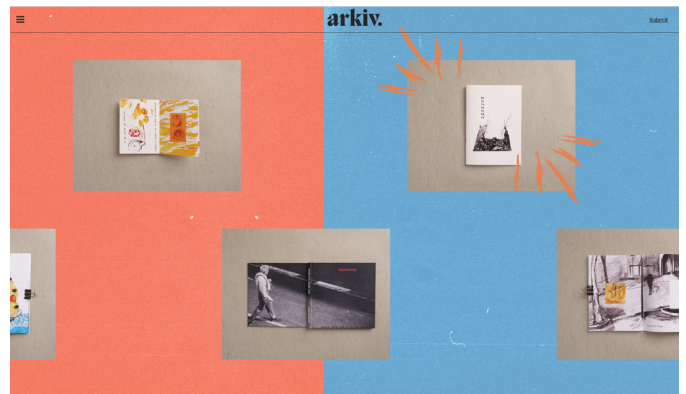
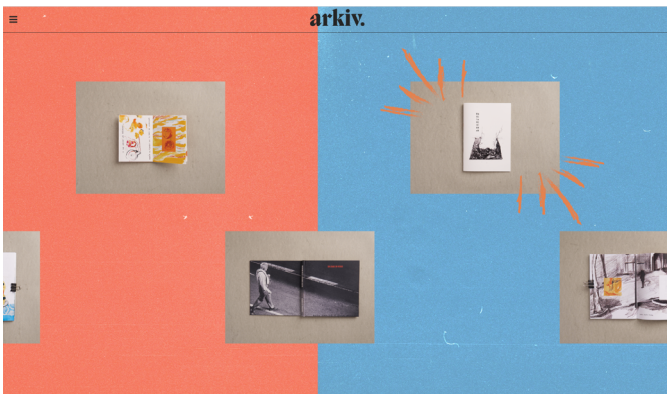
Finalmente, se le pidió a los usuarios identificar los contenidos y servicios que ofrece el sitio, con el fin de determinar si quedaban claras todas las posibilidades que Arkiv ofrece. Como resultado, todos los entrevistados supieron señalar las diferentes partes de la web. Así mismo, se les pidió que mencionara los elementos más llamativos tanto positiva como negativamente dentro de la misma, a lo cual hubo una conformidad general, ya que en lo positivo, la mayoría de los usuarios destacaron los detalles hechos a mano que, según comentó uno de ellos, crean cercanía con el usuario y remiten a lo tradicional y hecho a mano.

También, algunos de los usuarios, coincidieron en que la parte de challenge, dotaba a la web de un elemento diferente que invitaba al usuario a participar e implicarse en el proyecto.

Sin embargo, también hubo una concordancia con los aspectos negativos, ya que varios de los usuarios mencionaron que algunas imágenes tardaban en cargar y sugirieron colocar un poco más grandes las mismas.

### 3.4.6 Mejoras a partir de los resultados obtenidos

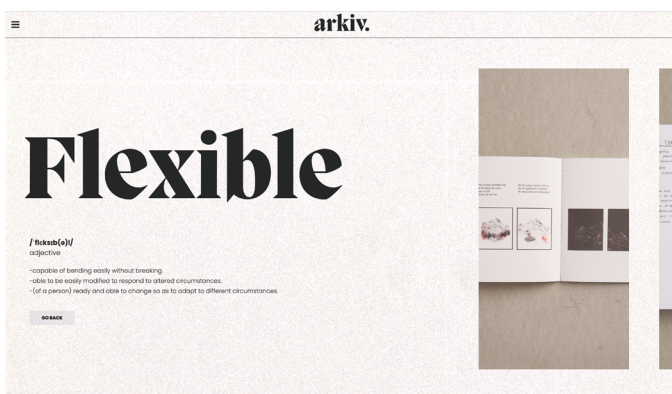
Tras analizar los resultados, se realizaron una serie de cambios en la web, empezando por aquellos que eran comunes entre los diferentes usuarios y finalmente cambiando algunos detalles que, aunque fueron mencionados por solo algunos de los entrevistados, se consideraron importante y útiles para la eficiencia de la web.



Figs. 33 y 34: Antes y después de la galería de Fanzines: Cambios realizados en el tamaño de las imágenes.



Figs. 35 y 36: Antes y después de la sección de Challenges: Información añadida.



Figs. 37 y 38: Antes y después de uno de los Challenges: Cambios en el formato del botón y en el tamaño de las imágenes.



Figs. 39 y 40: Antes y después de la animación inicial.

Entre los cambios que se realizaron, se cambiaron los tamaños y la resolución de las imágenes de forma que estas se vieran mejor y tardarán menos en cargar. De igual modo, se cambió el tamaño de la animación inicial y se le agregó una aclaración de que se trata de una colección de fanzines, de forma que desde un primer momento el usuario pueda saber de qué va la web.

Gráficamente, también se cambiaron algunos de los botones para evitar confusiones y se añadió en la barra de menú, un nuevo botón para facilitarle las tareas al usuario. Además de esto, en vista de que los elementos hechos a mano llamaron la atención de los usuarios, se implementó una mayor variedad de dibujos para que no fueran repetitivos.

Video del resultado final: <https://youtu.be/jOG4npvHFzE>

### 3.5 PREDICCIÓN DE USO, IMPACTO Y DIFUSIÓN

Este proyecto ha sido creado con la intención de dar vida a un espacio, donde un grupo de personas aficionadas a un tema en particular puedan compartir su contenido, ideas y proyectos con personas de intereses similares. Para la creación del prototipo, se tomó la decisión de publicar fanzines y libros de artistas realizados por personas cercanas a Sandra Guilabert y a mi persona, pretendiendo demostrar, que se trata de un medio que sigue siendo utilizado en la actualidad. Tras publicar en redes sociales la petición de fanzines, la respuesta fue mayor a la esperada, lo cuál confirmó la teoría de que existe un público (creador de contenido) que busca un sitio en donde exponerlo. Por lo mencionado anteriormente, se infiere que una plataforma de este estilo, podría tener un impacto importante, y se estima que una vez publicada la web, gracias a las redes sociales y las recomendaciones entre usuario, esta podría crecer rápidamente.

Incluso se ha considerado la opción de que una vez creada una comunidad base, y luego de tener un número de usuarios que visiten la web. Esta podría monetizarse y convertirse, además de un lugar de exposición, en un lugar

donde incluso los propios artistas pudieran vender versiones en físico de los fanzines.

Es por esto que, desde un principio, se plantea Arkiv como un prototipo de lo que podría llegar a ser una web viva y cambiante, que busca más allá de un espacio físico, crear una comunidad de personas que compartan su pasión con el mundo.

Además de esto, Arkiv podría incluso llegar a ser referente para otras webs que busquen digitalizar productos de una forma alternativa, que no sea solo el contenido, sino una experiencia entretenida y que incluso de ser posible, transmita también los valores sensoriales del propio objeto.

## 4.PRESUPUESTO

Para la realización del proyecto, se tomaron en cuenta, los valores aproximados del costo inicial del prototipo, así como el posterior mantenimiento de la propia web (en caso de que esta se llevara finalmente a cabo), tomando en cuenta tanto las actualizaciones, como el material necesario para añadir el nuevo contenido, dividiéndolo en dos partes principales.

Una de ellas, un presupuesto centrado en el diseño de la web, que incluye: Diseño de interfaz, diseño de experiencia, desarrollo de la web y finalmente un añadido mensual de lo que cobraría, por hora, un desarrollador web encargado de actualizar el contenido.

Por otro lado, se realizó un presupuesto general, donde se incluyen los gastos que conlleva el mantenimiento de la web actualizada, entre ellos: las sesiones fotográficas y posterior edición del material fotografiado; la gestión del contenido, es decir, la selección del material y logística con los autores, fotógrafos y desarrolladores; y finalmente, el mantenimiento y gestión de las redes sociales.

Cabe destacar, que en el presupuesto de la web no está reflejado el costo del diseño de marca e identidad visual de *Arkiv*, ya que fue realizado por mi compañera de trabajo Sandra Guilabert. Sin embargo se hace una aproximación del total.

Para los precios que se proponen a continuación, se ha tomado en cuenta que es un proyecto realizado por estudiantes con poca experiencia laboral. Por lo tanto, de ser llevado a cabo por profesionales, los precios serían más elevados.

### INDIVIDUAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO (€)
Diseño de UX/UI	1	500
Desarrollo de la web	160h	1600
Hosting y dominio (1 año)	-	190
<b>TOTAL:</b>		<b>2290*</b>

\*más funcionalidades que se vayan añadiendo mensualmente

Funcionalidades extra (actualizaciones de la web)	Mensual	20/hora
---	---------	---------

### GENERAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO (€)
Fotografía de producto	1 sesion	1000
Edición y selección de imágenes	1 sesion	250
Gestión de la web	Mensual	20/hora
Gestión de redes sociales	Mensual	20/hora
<b>TOTAL:</b>		<b>1250*</b>

\*Estos valores pueden variar según el mes

Valores nulos
Valores estimados
Totales

Figs. 40 y 41: Tablas de presupuesto individual y general del proyecto.

## 5.CONCLUSIONES

Tomando en cuenta todo lo visto anteriormente y para culminar este TFG, personalmente considero que se han cumplido los objetivos planteados al principio del mismo, demostrando con esto la posibilidad de generar plataformas que permitan adaptar contenidos físicos a formatos online, más utilizados actualmente y que además incentivan a las personas a participar y dar una nueva vida a estos elementos físicos. Tomando en cuenta que así como, en este caso, es para publicación de fanzines, sirve como referencia para diferentes productos que requieran de una adaptación al formato digital.

Del mismo modo, este trabajo supuso una introducción a lo que podría ser un proyecto real. Donde, para cumplir con todos los objetivos, hizo falta la realización de un proceso de investigación que permitió entender el contexto actual, para así plantear una propuesta acorde a esto. Luego de recolectar el material necesario (*fanzines*), diseñamos una campaña de difusión a través de redes, cuya respuesta positiva nos demostró que existe un público interesado en el área. Por lo que, creamos un prototipo centrado en el usuario, que una vez llevado a cabo, cumple con las funciones necesarias para satisfacer las necesidades de los mismos y que a pesar de tener las funciones básicas, se trata de un diseño flexible que se puede ir transformando, acorde con el contenido que se vaya agregando.

Además, cabe destacar, que aunque se trata de un prototipo, esta web supone una idea innovadora que plantea una nueva forma de exponer un contenido que hasta ahora muy pocos se habían planteado transformar, justamente por que sus características sensoriales son parte de su atractivo. Sin embargo, con *Arkiv* demostramos que es posible mantener cercanía y transmitir esa sensación de lo tradicional.

Finalmente, al ser este un proyecto multidisciplinar, me ha permitido reforzar el trabajo en equipo, siendo fundamental sobre todo la coordinación y comunicación entre las dos partes a lo largo del proyecto. Del mismo modo se trata de un proyecto que me ha permitido poner en práctica conocimientos adquiridos en diferentes asignaturas a lo largo de la carrera tales como: fotografía de producto, imagen digital, diseño de interfaz y experiencia de usuario, diseño web y proyectos de comunicación interactiva. Así como indirectamente, conocimientos adquiridos en otras asignaturas sobre investigación de usuarios, composición, diseño, etc.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arnold, C. (2016, 19 de Noviembre). A brief story of zines. Mental Floss. <https://www.mentalfloss.com/article/88911/brief-history-zines>
- Almazán, F. Camus, J.C. (2013). Modelo de Test de Usuario. <https://www.guiadigital.gob.cl/guia-v2/capitulos/05/anexos/pauta-test-usuario.pdf>
- Álvarez, N L, Lleras, S (2015). Herramientas para el diseño centrado en el usuario. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nFU7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=que+es+un+briefing+diseño&ots=xlKBZvOHNK&sig=wnZV\\_h-\\_PbnyF6YE-dxOFqrnAF4#v=onepage&q=que%20es%20un%20briefing%20diseño&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nFU7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=que+es+un+briefing+diseño&ots=xlKBZvOHNK&sig=wnZV_h-_PbnyF6YE-dxOFqrnAF4#v=onepage&q=que%20es%20un%20briefing%20diseño&f=false)
- Black book publications. (2021). <https://blackbookpublications.com>
- Catarina Freitas. (2021). <https://www.catarina-freitas.com>
- Design Thinking España. (s.f). Design Thinking. Descubre la metodología más potente de innovación. <https://designthinkingespaña.com>
- De la Rosa, F. (202). ¿Qué es la digitalización?. <https://www.titonet.com/estrategia-digital/que-es-la-digitalizacion.html>
- Estar donde estés. (2020, 18 de diciembre). Digitalización, ¿cómo hemos evolucionado este 2020?. <https://estardondeestes.com/movi/es/articulos/digitalizacion-como-hemos-evolucionado-este-2020>
- E-Fanzines. (2021). <https://efanzines.com>
- Fanzineologia. (2021). <http://www.fanzineologia.net/p/about.html>
- Grupo Zemsania. (s.f). La evolución histórica de la Transformación Digital de las economías europeas. <https://zemsaniaglobalgroup.com/evolucion-historica-transformacion-digital-economias-europeas/>
- Libros de artista UPV. (2021). <http://librosdeartista.upv.es>
- Loose Joints. (2021). <https://loosejoints.biz>
- Nielsen, J. (2020, 15 de Noviembre). 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- Scroeder, E. (2020, 2 de Enero). Web design salary guide. <https://slickplan.com/blog/web-design-salary-guide>
- Save the Fanzine. (2021). <http://savethefanzine.com>
- Torque Editions. (2021). <http://torquetorque.net>



## ÍNDICE DE FIGURAS

- Fig. 1: Esquema de funcionamiento del Design thinking, McGuffin, 2020.
- Fig. 2: Esquema los principios de usabilidad de Jacob Nielsen.
- Fig. 3: Diagrama de Gantt del Proceso y plan de trabajo del proyecto.
- Fig. 4: *Landing page* de la web *Save the Fanzine*.
- Fig. 5: Sección de *About* de la web *Save the Fanzine*.
- Fig. 6: *Landing page* de la web *E-Fanzines*.
- Fig. 7: *Landing page* de la web *E-Fanzines* contenido.
- Fig. 8: Perfil de *instagram* de *Fanzineología*.
- Fig. 9: *Landing page* de la web *Fanzineología*.
- Fig. 10: *Landing page* de la web *Libros de artista UPV*.
- Fig. 11: Colección de la web *Libros de artista UPV*.
- Fig. 12: Ejemplo de ficha de la web *Torque Editions*.
- Fig. 13: *Landing page* de la web *Torque Editions*.
- Fig. 14: Mapa interactivo de la web *Torque Editions*.
- Fig. 15: Pantalla de información de la web *Loose Joints*.
- Fig. 16: Ejemplo de ficha de la web *Loose Joints*.
- Fig. 17: *Landing page* de la web *Blackbook Publications*.
- Fig. 17: Contenido de la web *Blackbook Publications*.
- Fig. 18: Barra de menú de *Blackbook Publications*.
- Fig. 19: *Landing page* de la web *Catarina Freitas*.
- Fig. 20: Ejemplo de proyecto de la web *Catarina Freitas*.
- Fig. 20: Análisis DAFO del Proyecto.
- Fig. 21: Campaña gráfica utilizada para la recopilación de *Fanzines* en RRSS.
- Fig. 22: Fotografía del interior de un fanzine para la web de *Arkiv*.
- Fig. 23: Fotografía de portada de un fanzine para la web de *Arkiv*.
- Fig. 24: Aplicación de identidad de marca en el menú de *Arkiv*, planteada por Sandra Guilabert.
- Fig. 25: Aplicación de identidad de marca en la *Landing page* de *Arkiv*, planteada por Sandra Guilabert.
- Fig. 26: Diagrama de flujos de la web de *Arkiv*.
- Fig. 27: Wireframes de baja fidelidad de la web de *Arkiv*.
- Fig. 28: Wireframes de alta fidelidad de la web de *Arkiv*.
- Fig. 29: Captura de pantalla del menú desplegable de la web de *Arkiv*.
- Fig. 30: Captura de pantalla de la página inicial de la web de *Arkiv*.
- Fig. 31: Captura de pantalla de uno de los *Challenges* de la web de *Arkiv*.
- Fig. 32: Ejemplo de uno de los detalles hechos a mano de la web de *Arkiv*. Este detalle en particular es usado en el logo de la web.
- Figs. 33 y 34: Antes y después de la galería de *Fanzines*: Cambios realizados en el tamaño de las imágenes.
- Figs. 35 y 36: Antes y después de la sección de *Challenges*: Información añadida.

Figs. 37 y 38: Antes y después de uno de los Challenges: Cambios en el formato del botón y en el tamaño de las imágenes.

Figs. 39 y 40: Antes y después de la animación inicial.

Figs. 40 y 41: Tablas de presupuesto individual y general del proyecto.