Avance 1

Investigación, definición e ideación.

www.disenonacional.cl



Karen Angulo Abril 2022



Benchmark

Plataformas Digitales tipo Banco de imágenes de patrimonio cultural en Chile

OBJETIVOS

Objetivos del Benchmark

Para extraer posibles referentes de funcionalidades, maneras de organización de galerías y arquitectura de información, así como layout de las plataformas que ofrecen servicios similares a "Diseño Nacional", se requiere conocer qué está haciendo nuestra competencia. Esto es un análisis de las ventajas y desventajas de la competencia o Benchmarking.

¿En qué consiste el UX Benchmarking y qué objetivo persigue?

Mediante el UX Benchmark o análisis competitivo se evalúan y comparan los productos competidores del mercado desde el punto de vista del usuario final para descubrir fortalezas y características relevantes con el objetivo, no solo de obtener oportunidades de mejora, sino también de extraer tendencias UX dentro del mercado. El UX Benchmarking es el punto de partida para la ideación.

Se han selecionado las principales plataformas de tipo repositorio de imágenes de patrimonio cultural, fotográfico y de diseño gráfico en Chile, como son el repositorio del ministerio de la cultura y las artes "Memoria Chilena", los repositorios de las 3 principales universidades estatales Universidad Católica de Chile con su "Archivo Visual", La Universidad de Chile con su plataforma "Biblioteca Digital", la Universidad de Santiago USACH con su "Archivo Patrimonial USACH" más dos casos extranjeros como son los archivos AIGA "Design Archives" de la asociación de diseñadores de Estados Unidos y la plataforma del Museo de Diseño de Barcelona "Museu del Disenny", estas dos últimas fueron seleccionadas por que son un referente indiscutible por la riqueza de sus colecciones y por que fueron las primeras plataformas en liberar una colección digital de sus archivos y son un precedente indiscutible. Además se ha incluido la plataforma "Diseño Nacional" que es la plataforma en estudio para ubicarla y posicionarla en comparación con sus competidores, funcionalidades que ofrecen, ventajas y desventajas.

BENCHMARK DE FUNCIONALIDADES EN PLATAFORMAS TIPO BANCO DE IMÁGENES CULTURALES EN CHILE Y EXTRANJERO.

| Nombre del competidor | Organización de categorías | Cantidad de Categorías y Sub categorías | Buscador de contenidos | Tipos de Galería | Compartir Imágenes | Descargar Imágenes |
|--|--|---|---|--|--|---|
| Memoria Chilena www.memoriachilena.cl | Lugares, temas, formato, fchas, especiales e investigaciones colaborativas | 6 Categorías 44 Sub Categorías | Sí, por palabra clave | 2 tipos de galerías: como imagen y lista de títulos | Sí, 3 opciones: por email por facebook por twitter | Sí, 1 opción: formato RDF |
| Biblioteca Digital UCH www.bibliotecadigital.uchile.cl | Libros impresos, libros electrónicos, artículos, tesis, fotografías, mapas, obras de arte, artesanias, partituras, audiovisual, afiches, manuscritos, médicos, definiciones, audios | 15 Categorías No cuenta con Sub Categorías | Sí, 3 opciones: por palabra clave y búsqueda, por voz con opción de idioma inglés o español y búsqueda avanzada (título, autor, materia y fecha creación) | 1 tipo de galería: con visor universal y opción de zoom + - y girar. | Sí, 1 opción: por email | Sí, 1 opción: formato JPG |
| Archivo Visual www.archivovisual.cl | Técnica, autor, período, archivo | 4 categorías 27 Sub Categorías | Sí, por palabra clave | 1 tipo de galería: solo ficha más imagen | No | Sí, descarga en alta definición para usos no comerciales. |
| Archivo Patrimonial USACH https://archivopatrimonial.usach.cl/ | Fotografía, gráfica, audiovisual y textual. | 4 Categorías | Sí, por palabra clave | 1 tipo de galería: solo ficha más imagen | Sí, por facebook, twitter, y linkedin. | Sí, 1 opción: formato PDF con imagen tamaño grande y rresolución media/alta. |
| Design Archieves AIGA designarchives.aiga.org/#/collections | 55 Colecciones temáticas y categorías según años de publicación | 55 categorías temáticas 18 años (1996 a 2018) | Sí, por palabra clave | 4 tipos de galería sólo viñetas pequeñas, viñetas pequeñas y título, sólo viñetas grandes en carrusel o ficha con viñeta grande. | Sí, por facebook, twitter, delicious e email | Sí, 1 opción: formato PDF con ficha + imagen |
| Museu del Disseny Barcelona www.cataleg.museudeldisenny.cat | Producto, gráfico, moda. fotografía de moda, cerámica, artes gráficas, artes decorativas, cerámica, complementos, indumentaria y accesorios históricos, textiles y ornamentos litúrgicos | 13 categorías 82 Sub Categorías | Sí, por palabra clave | 2 tipos de galerías: como imagen y lista de títulos | Sí, por facebook, twitter. | Sí, 1 opción: formato PDF con ficha + imagen |
| Diseño Nacional www.disenonacional.cl | Carteles, editorial.publicidad, marcas, productos, simbología, sector década y archivo. | 2 secciones 9 categorías 21 subcategorías | Sí, por palabra clave | 1 tipo de galería: solo ficha más imagen | Sí, por facebook, twitter, google, pinterest e email. | No hay botón |

Memoria Chilena www.memoriachilena.cl

10 FUNCIONALIDADES

Los más visitados

Sitios asociados

Mapa de origen de contenidos

Búsqueda por formato

Documentos especiales

Investigaciones colaborativas

Link a documentos asociados

Cronología

Bibliografía

Slider de imágenes

VENTAJAS

información, bien claras. Lugares, temas, formatos, fechas, especiales e invastigaciones colaborarivas. No es necesario ser experto para dar con información organizada y la velocidad de carga de los contenidos es aceptable. La gran ventaja que presenta es el desarrollo de fichas completas denominada "clasificaciones" de cada imagen donde incluso se hace referencia a la ubicación física del título que la contiene, ya sea libro, revista u otro,

para su consulta en la biblioteca.

Es de fácil uso, ya que cuenta con 6 dimensiones de

DESCRIPCIÓN

La plataforma busca ser una ayuda para la comunidad de usuarios de la biblioteca nacional de Chile y sus colecciones y pone a disposición resumenes de estas mediante galerías que contienen artículos temáticos, dentro de estos se encuentran imágenes asociadas, link a bibliografía, documentos recomendados y ficha descriptiva de cada imágen. El foco es dar a conocer las colecciones de la biblioteca y las imágenes no son presentadas como el material principal, sino que es complementario aunque hay preocupación de describir en detalle la ubicación de cada imagen, su origen y procedencia hasta incluso el origen geográfico.

DESVENTAJAS

Si bien las cápsulas temáticas son bastante numerosas y muy diversidas, para buscar imágenes es un poco largo el camino ya que se debe buscar por temas de publicación y no necesariamente por nombre o descripción de imágenes. Es decir que si una persona está buscando un tipo de imagene specífica deberá necesariamente recorrer bastante el sitio y leer bastantes descripciones para llegar a allguna imagen de interés.



Especiales





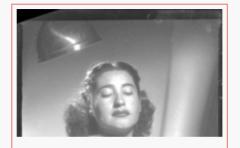








Centro de Investigaciones Diego Barros Arana (1990-)



Un recorrido por la música chilena

Biblioteca Digital www.bibliotecadigital.uchile.cl.cl

10 FUNCIONALIDADES

Crear Cuenta

Súper búsqueda (simultánea en varios sitios y BBDD)

Personalizar resultados (configurar preferencias)

Ampliar resultados

Agregar a favoritos

Cita

Exportar a excel

Exportar a Mendeley

Exportar a RIS

Chat de asistencia

VENTAJAS

Se destacan funcionalidades como la personalización de las búsquedas, agregar a favoritos y la posibilidad de realizar "súper búsquedas" que ofrecen buscar de forma simultánea en varias plataformas y bases de datos de la institución, además de poder refinar estas búsquedas o hacerlas por voz.

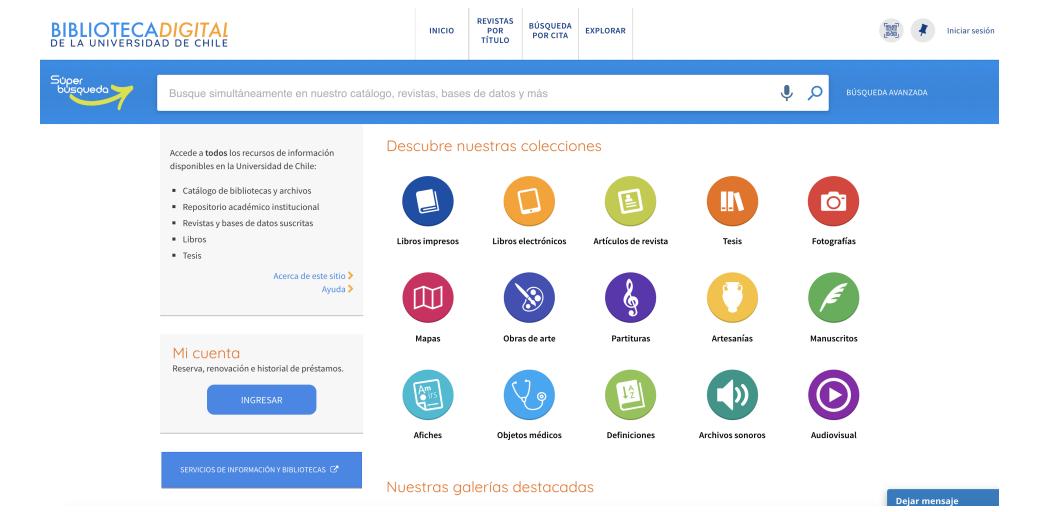
DESCRIPCIÓN

La biblioteca digital de una de las principales universidades de Chile alberga su patrimonio dividido en 15 categorías denominadas "colecciones" estas son:

Libros impresos, libros electrónicos, artículos, tesis, fotografías, mapas, obras de arte, artesanias, partituras, audiovisual, afiches, manuscritos, objetos médicos, definiciones, archivos sonoros. El foco es dara conocer de forma sencilla sus colecciones y se observa una preocupación por la accesibilidad ya que cuenta con la opción de búsqueda por voz. Si bien no existe una categorís de imágenes, existe una denominada fotografía que es la que se evalua en el presente estudio.

DESVENTAJAS

Existe material no disponible digitalmente y que muestra la ubicación física y disponibilidad de ejemplares de forma física, sin embargo el material digitalizado (imagen) no siempre está disponible.



Archivo Visual www.archivovisual.cl

3 FUNCIONALIDADES

Buscador

Donaciones

Descarga en alta resolución

DESCRIPCIÓN

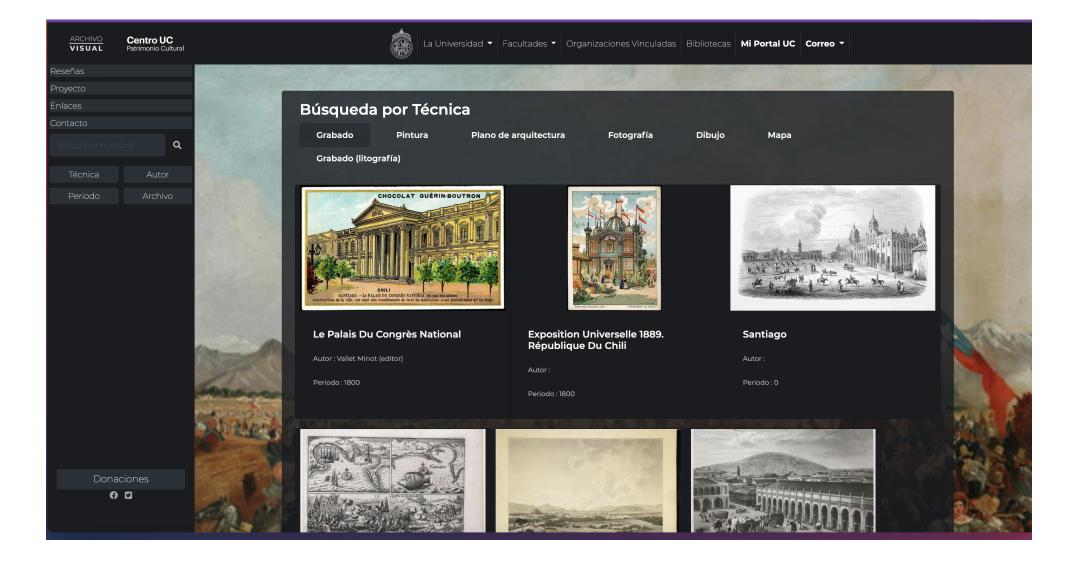
Archivo Visual es un repositorio virtual de imágenes de Chile. Almacena y divulga reproducciones digitales de todo tipo de imágenes con el fin de fomentar el gusto, el conocimiento y el estudio de las identidades visuales de diversos lugares del país. Permite acceder a representaciones que se encuentran en diversos repositorios del país y del extranjero, visualizar las imágenes en línea en resolución media, siendo factible en la mayoría de los casos realizar una descarga en alta resolución. Cada imagen está acompañada de una ficha descriptiva de su técnica, autoría y fecha de realización, entre otros datos.

VENTAJAS

La colección de mapas y fotografías es novedosa y se trata de contenidos, documentos e imágenes de archivo sobre Chile de repositorios extranjeros en su mayoría lo que la posiciona como una colección inédita.

DESVENTAJAS

Al tratarse de imágenes en alta resolución en su mayoría, la carga es lenta. No permite compartir ni refinar búsquedas.



Archivo Patrimonial Universidad de Santiagod e Chile https://archivopatrimonial.usach.cl/

4 FUNCIONALIDADES

Descargar PDF

Compartir en redes sociales

Buscador por palabra clave

Tienda

DESCRIPCIÓN

La universidad de Santiago de Chile, antes Universidad técnica del estado pone a disposición de la comunidad su patrimonio visual dividido en 4 categorías, esta son fotografía, gráfica, audiovusal y textual. Cumple con la mayoría de las funcionalidades de los demás competidores como son buscar, compartir, descargar, filtrar. Además cuenta con una tienda de souvenirs, con postales, tote bags y libros referentes a la colección.

VENTAJAS

Ofrece contenidos relacionados, tags de búsqueda y dentro de la ficha un resumen del contexto y de la trayectoria del documento.

La opción de comprrar souvenirs en la tienda de la colección es también una novedad.

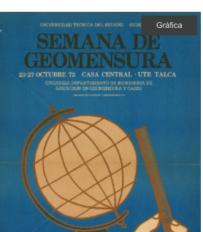
DESVENTAJAS

Las galerías se depliegan con scroll infinito lo que es un poco lento en la carga y tampoco se muestra la cantidad de imágenes de la categoría por lo que no se sabe que tan infinito será el scroll.











Design Archieves AIGA designarchives.aiga.org/#/collections

4 FUNCIONALIDADES

Descargar PDF

Compartir en redes sociales

Buscador por palabra clave

4 tipos de galerías o vistas

DESCRIPCIÓN

De origen norteamericano, los archivos de diseño de la AIGA (the professional association for designs) es uno de los recursos en línea más ricos disponibles para quienes practican, estudian y aprecian el diseño. Se remonta a 1924 e incluye más de 20.000 selecciones de los concursos estadounidenses de diseño. Documenta la cambiante estética y sensibilidad de los diseñadores de la época y presenta: envases, comunicaciones corporativas, sistemas de marca e identidad, tipografía, diseño editorial e ilustración y diseño de experiencias.

VENTAJAS

La colección es muy amplia y el sistema de navegación por temática más la posibildad de filtrar por año aportan simplicidad a la búsqueda. Además se cuenta con 4 tipos de visualización de las galerías lo que apprta dinamismo.

DESVENTAJAS

No cuentan con imágenes históricas con mayor antiguedad ya que se menciona que la conlección cuenta con imágenes a partir de 1924 lo que en realidad se presenta es desde 1996. UGA Design Archives Search... Search...

Collections

Competitions
50 Books | 50 Covers
AIGA 365

AIGA Jurors

The Book Jacket and Paperback Cover Show
The Book Show

2015 2014 2013

California Graphic Design 1980–1982

Communicating with Children
Communication Graphics

The Cover Show
Covers
A Decade of Entertainment Graphics

A Decade of Sports Graphics

Design and Printing for Commerce

Design for the Public Good

<u>Design of Understanding 2</u> <u>Fifty Advertisements of the Year</u> <u>Fifty Books</u>

Fifty Books of the Year
Fifty TV Commercials of the Year

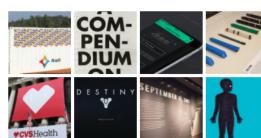
Functional Graphics
Graphic Explanations: Charts, Diagrams,

Graphs and Maps
The Greening of Design
The Humor Show

Illustrations
Information Graphics: Design of
Understanding
Insides/Outsides

Just Type
Just Type Two

Issues and Causes



Cased (2015)

Case studies demonstrating the success and impact of the best design. Work in all media that has been produced and used between February 1, 2013 and May 12, 2015.

About the competition

AlGA's "Cased" competition recognizes creative and inspiring case studies that demonstrate the value of design in a clear, compelling, and accessible way that also serves the client's very specific needs. Rather than focus on a selection of design artifacts, AlGA believes that a competition built around the case study format offers a more effective means of revealing how designers have approached clients' problems, with all the attendant constraints. With this in mind, the 2015 "Cased" competition honors 15 exemplary case studies of design solutions that successfully demonstrate the value of design.

Statement from the jury chair, Jennifer Kinon

We've just concluded the fourth year of "Cased," AIGA's new national design competition. It's hard work to enter. It's hard work to judge. Is it worth it?

S.

About Sponsors Membership Terms

Design & Developn <u>Second Story</u> D 2022 <u>AIGA</u>

Museu del Disseny Barcelona https://cataleg.museudeldisseny.cat/

9 FUNCIONALIDADES

Descargar PDF

Compartir en redes sociales

Buscador por palabra clave

Ver galería por lista o viñetas

Orden ascendente o desendente

Refinar por sub categoría

DESCRIPCIÓN

Museu del Disenny de Barcelona presenta una muestra digital completa de la colección física del diseño, donde el foco es describir cada una de las 6 colecciones Producto, moda, gráfica, artes decorativas, textiles y artes gráficas con la idea de presentar el valor de la colección y dar la opción a su recorrido en línea. Al igual que la mayoría de los competidores analizados, permite la opción de descarga, con la diferencia de que permite descargar la ficha completa en formato PDF la que inclu

VENTAJAS

Al igual que la mayoría de los competidores analizados, permite la opción de descarga, con la diferencia de que permite descargar la ficha completa en formato PDF la que incluso contiene más información que la ficha web, como por ejemplo la bibliografía. La colección es enorme y muy valiosa, además incluye categorías mas allá de la gráfica como artes decorativas, textiles, moda y productos. Además si bien la colección es de relevancia histórica también incluye diseños recientes como por ejemplo productos desarrollados en Covid a partir del 2020.

DESVENTAJAS

Las imágenes se encuentran en un tamaño mediano o pequeño tanto para la vista en la web como en las descargas donde son aún más pequeñas y de baja resolución. Además estas se encuentran dentro de la ficha y no aparte.

Museu del Disseny de Barcelona

Col·lecció

Disseny de Producte

Exposicions

Centre de Documentació

Disseny gràfic



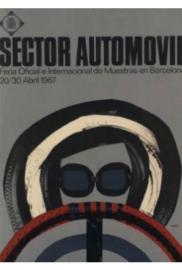
Col·lecció de mobles, llums,



Activitats

Disseny de Moda

Col·lecció de moda dels segles XX i XXI. <u>Més ></u>



capses, rètols i tota mena d'impresos i suports gràfics. <u>Més</u>

Arts Decoratives



Arts Tèxtils i Indumentària



Arts Gràfiques

Diseño Nacional www.disenonacional.cl

3 FUNCIONALIDADES

Buscador por palabra clave

Filtrar por categorías

Compartir en redes sociales

DESCRIPCIÓN

Diseño Nacional es una iniciativa de rescate y difusión de la historia del diseño gráfico y cultura material de Chile que permite la descarga de imágenes y productos nacionales aparecidos entre 1840 y 2000. Cuenta con alrededor de 5.000 imágenes de portadas de libros y revistas, productos, marcas y etiquetas, afiches o carteles, publicidad y simbología patria. Cada una de las imágenes cuenta con una ficha descriptiva y fue retocada digitalmente además de digitalizada desde colecciones privadas o de las principales bibliotecas universitarias y públicas. El repositorio se divide en 6 áreas temáticas.

VENTAJAS

Es la colección más amplia de imágenes sobre gráfica chilena, presenta contenidos inéditos y de calidad.

DESVENTAJAS

Los filtros no funcionan de manera fluida y el mensaje de error es confuso al igual que el número de imágenes disponibles de cada categoría, lo que no permite dimensionar el alcance de la colección. También se menciona la posibilidad de descarga de imágenes y esta acción, si bien es posible ejecutarla con el botón derecho del mouse, no cuenta con un botón o indicación visible y clara de descarga.

























Insights Levantados del Benchmark

La mayoría de las inciaitivas de bibliotecas de banco de imágenes provienen de instituciones universitarias o culturales que ponen a disposición de usuarios digitales parte de su colección física en versiones digitales y en algunos casos, la totalidad de estos. La plataforma Diseño Nacional no cuenta con colección física propia por lo que en gran medida depende del acceso a las bibliotecas para poder aumentar su colección histórica.

Las principales funcionalidades de las plataformas analizadas tienen que ver con la organización de la información y la encontrabilidad de acuerdo a términos de búsqueda. Existen plataformas que han implementado la accesibilidad para poder otorgar acceso a sus colecciones mediante palabras claves por sistema de voz o que entregan la opción de refinar la búsqueda para poder llegar resultados más precisos. Diseño Nacional sólo cuenta con un buscador simple que pocas veces acierta con las búsquedas o los resultados no son los óptimos la mayoría de las veces. Sin embargo, el sistema de búsqueda por palabra clave está presente en el 100 % de los competidores.

En cuanto a la organización y categorías las más vistas son por temáticas y fechas al igual que Diseño Nacional, sin embargo, cada plataforma propone diversas temáticas y estas tienen que ver con cada una de las colecciones disponibles, y dado que es la plataforma que cuenta con la colección más amplia entre las analizadas (5.000 imágenes) supone la posibilidad de una mayor cantidad de categorías que las actuales.

Las opciones de "descargar" imágenes o ficha más imagen están presentes en la mayoría de las plataformas analizadas y en la plataforma Diseño Nacional si bien también es posible, no se evidencia en el diseño de la interfaz.

La funcionalidad de "tipos de galerías" con la opción de visibilizar de diversas maneras las colecciones o resultados de búsqueda aportan la sensación de control al usuario y es una ley de usabilidad que no se reconoce en la plataforma Diseño nacional.

Finalmente cuando una búsqueda no arroja resultados, la mayoría de las plataformas entregan una respuesta, cambio de estado o mensaje de error al respecto, lo que no ocurre en la plataforma Diseño Nacional, donde no existen los mensajes de error ni la prevención de estos.

| NUO | | | |
|-----------|--|--|--|
| que | | | |
| | | | |
| n y ad | | | |
| ón | | | |
| | | | |
| | | | |
| n | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| az. | | | |
| os | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Plan de Investigación

Diseño Nacional - Banco de imágenes del patrimonio gráfico de Chile

Objetivos

Objetivos de Investigación

Al revisar los datos de Google Analytics se conoce que la plataforma Diseño Nacional se encuentra al aire desde le año 2013 ha contado con más de 67.000 sesiones en 8 años lo que nos da un promedio anual de 7.444 y 620 al mes.

Las visitas tienen una duración de un período apróximado de 1:15 min con una recurrencia baja.

Los usuarios revisan en promedio 1 a 2 categorías de las colecciones.

El objetivo de investigación será entonces entender de que manera se podría dar inicio a un plan de mejora de experiencia de uso de la plataforma Diseño Nacional y conocer el nivel de utilidad con el que se califica a la plataforma y servicio de búsqueda de imágenes históricas y tipo de contenido y banco de imágenes que ofrece. La principal pregunta de investigación para entender la utilidad y satisfacción, fue:

¿Qué haría que los contenidos y uso de la plataforma Diseño Nacional sea de utilidad para las personas usuarias del ámbito del diseño según sus principales misiones de búsqueda de imágenes históricas? y ¿cuáles serían estas distintas misiones?

Objetivos específicos:

- 1. Conocer las expectativas que tienen las y los usuarios potenciales.
- 2. Identificar los contenidos, formatos y visualizaciones mas valorados.
- 3. Mapear los requerimientos funcionales mínimos necesarios para una mejor experiencia.

Plan de investigación

Segmentación de la Muestra:

El perfil de usuarios a estudiar será de estudiantes o profesionales de las áreas de diseño, comunicación multimedia, sociología, periodismo, publicidad, historia o cualquier profesión del área de las ciencias sociales. Que haya utilizado al menos en una oportunidad la plataforma Diseño Nacional durante los últimos 6 meses y que cuente con computador PC, la herramienta de video llamada Zoom y conexión a internet.

El criterio más relevante es que sean personas que ya hayan usado la plataforma ya que no se trata de una solución masiva, sino más bien de nicho (búsqueda de imágenes de gráfica histórica) se presume que el perfil es bastante acotado y se diferencia más bien por intereses que por datos demográficos. Dado que los diversos intereses o misión de búsqueda, no eran del todo conocidos y forman parte integral de esta investigación, hizo aún más sentido filtrar por personas usuarias conocidas de las que se tenga certeza de uso en una primera instancia.

Tamaño de la muestra:

Se realizarán 3 entrevistas a perfiles que calcen con la segmentación.

Metodología:

La modalidad de entrevista semi-estructurada combina metodologías de las entrevistas estructuradas con metodologías de las abiertas; aunque existe un guión previo este no es tan rígido, lo que permite que los participantes se expresen con mayor libertad a la vez que podremos ir modificando o añadiendo cuestiones según la información que vayamos obteniendo durante el proceso.

Otra ventaja de una entrevista semi-estructurada es que el ambiente es más natural y da pie a mayor espontaneidad. De esta forma, los usuarios se comportarán de una forma más auténtica y cercana, lo que nos permitirá tener acceso a datos más honestos y lenguaje corporal o gestos más espontáneos y sinceros. La sesiones tuvieron una duración de apróx. 30 min cada una.

Tiempo de dedicación a investigar:

10 días en total.

Planificación de la investigación 5 días Reclutamiento de los entrevistados(as) 5 días Ejecución de las entrevistas 15 días Análisis de las entrevistas 2 días Preparación de los entregables: 3 días.

Entregables:

- 1. Benchmark
- 2. Mapa de empatía
- 3. Informes de Google Analytics
- 4. User Jouney Map

Guión de la entrevista

Presentación:

- Saludar al entrevistado y presentarse, tuteándole y dirigiéndose a él por su nombre.
- Asegurarse de que el sistema de comunicación funciona de forma correcta.
- Avisarle de que vamos a comenzar a grabar en audio.
- Explicar los objetivos de la investigación.

"Antes de nada me gustaría agradecerte que hayas aceptado participar en este estudio. Todo lo que podamos aprender de tu experiencia será de gran ayuda en nuestro proyecto, nos gustaría comentarte que este no se trata de un test de habilidades ni conocimiento y tampoco hay respuestas malas o buenas, mas bien lo que queremos es conocer tu contexto y necesidades para considerarlas junto con lo que estamos recopilando de otras marcas y así lograr una solución que se ajuste a la mayoría de los usuarios. Toda nuestra conversación será de carácter confidencial y si de todas maneras existe alguna pregunta que no te parezca adecuada de contestar simplemente pasamos a la siguiente, aunque es muy poco probable que ocurra. De todas maneras se trata de una entrevista semi estructurada que tomará apróx 20/25 min.

Introducción (5 min)

Para poder conocerte un poco mejor, me gustaría que me hablaras un poco de ti. Por ejemplo: a qué te dedicas, cómo vives, cuánto tiempo libre tienes, cómo es tu relación con la tecnología, cuáles son tus intereses y hobbies y cuál es tu objetivo o meta profesional para este año muy a grandes rasgos.

Guión de la entrevista

Entrevista semi-estructurada (20 a 25 min)

- 1. ¿Que te motiva a consultar o buscar información sobre patrimonio gráfico local?
- 2. ¿Con que información sobre patrimonio gráfico cuentas hoy y cuáles son tus referentes?
- 3. ¿Cómo utilizas o consultas esos referentes o para que te sirven?
- 4. ¿Utilizas algún sistema de búsqueda como palabras claves para dar con la información?
- 5. ¿Como seria ideal para ti buscar información o contenido de tu interés?
- 6. ¿Con qué resultados de búsqueda y visualización seria ideal contar para tus actividades de búsqueda?
- 7. ¿Recuerdas algún caso de éxito de tu búsqueda de imágenes de patrimonio gráfico que puedas comentar?
- 8 ¿Cuál es tu visión sobre los repositorios o archivos de patrimonio gráfico o visual?

Mapas de empatía

Proceso

El proceso de mapa de empatía permite ver las situaciones sobre perspectivas diferentes y entender las razones por las cuales los individuos actúan, cuáles son las motivaciones con las que dan inicio al uso de la solución ofrecida y las brechas con las que se cuenta. El proceso de configurar un mapa de empatía es de gran ayuda precisamente para poder particionar la información levantada y contar con una diagrama u ordenamiento visual que fue de ayuda para entender las distintas dimensiones (que piensa y siente, que ve, que escucha, que dice y hace) de manera más rápida.

Dificultades

Al ser una muestra acotada de entrevistados de sólo 3 personas y contar con poco tiempo para las entrevistas por parte de ellos, tal vez no haya sido posible llegar a conclusiones más comunes para un número representativo de usuarios. Además la realidad y misión de uso de cada uno de los entrevistados es difrente al igual que el perfil de cada uno dado que se privilegió mas que nada que fueran personas que hayan usado la plataforma.

Aprendizajes

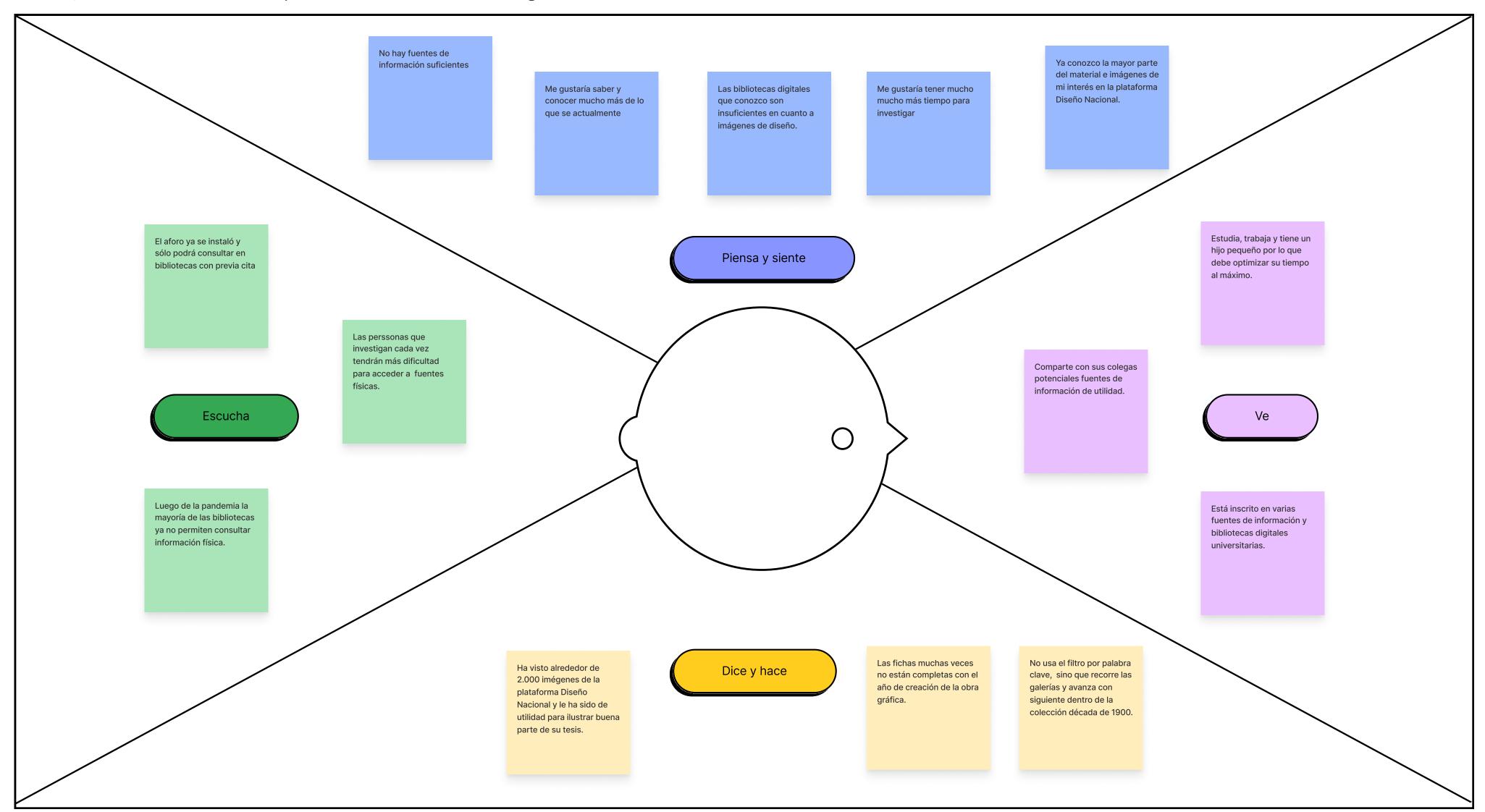
Los contenidos que ofrece la plataforma tienen utilidades diversas y distintas misiones de uso, se levantaron 3 de ellas en las entrevistas, las cuales se pueden dividir en investigación, aprendizaje e inspiración.

Los usuarios valoran las colecciones disponibles aunque consideran que la plataforma no ofrece la mejor manera de llegar a ella.

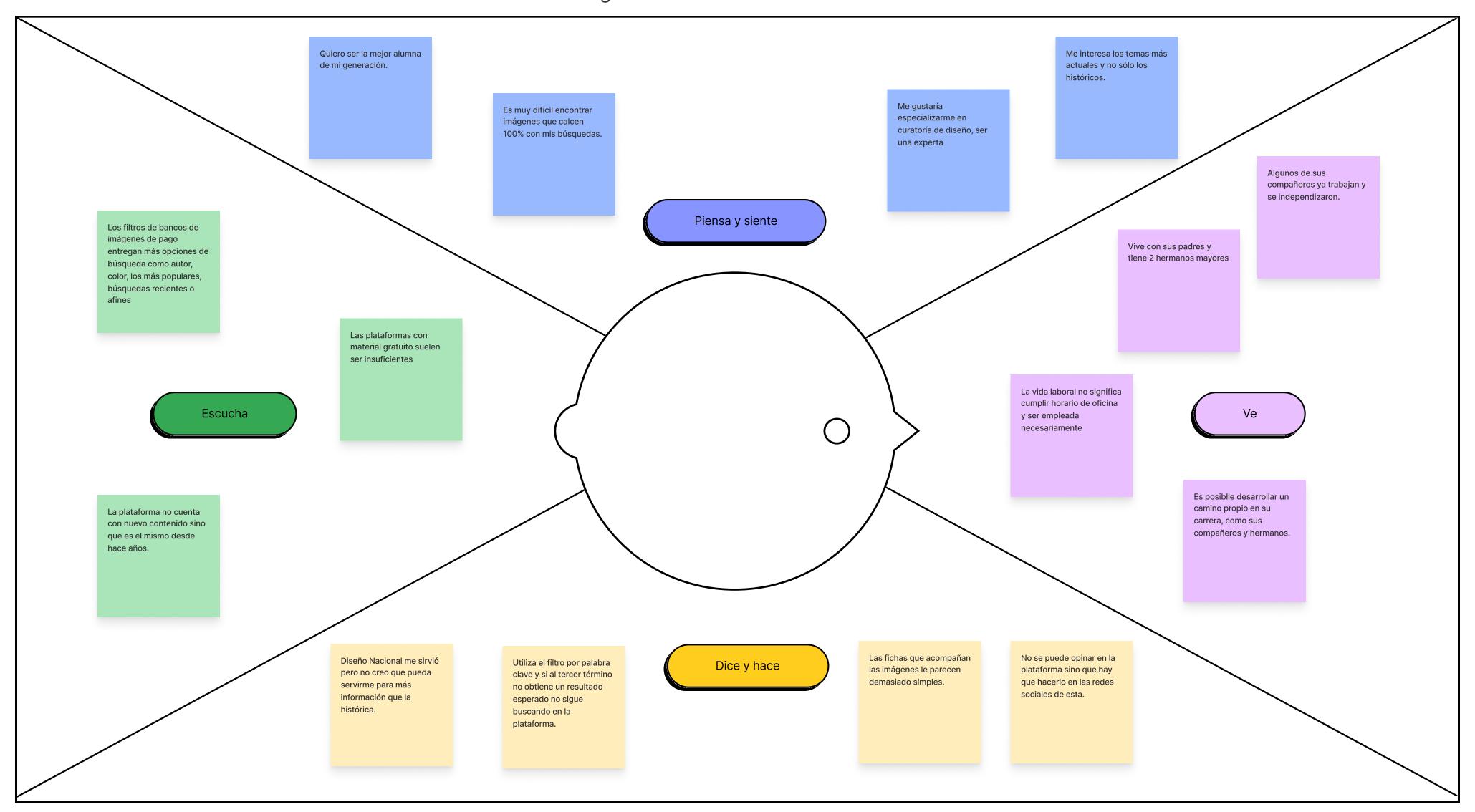
Los usuarios reconocen que los contenidos corresponden a un registro y puesta en valor de documentos de rescate patrimonial, sin embargo, aspiran a contar también con información actual e incluso de tendencias y especialidades de diseño más allá de la gráfica.

Los usuarios consideran que no existen muchas plataformas de este tipo y las que existen no cuentan con colecciones muy amplias.

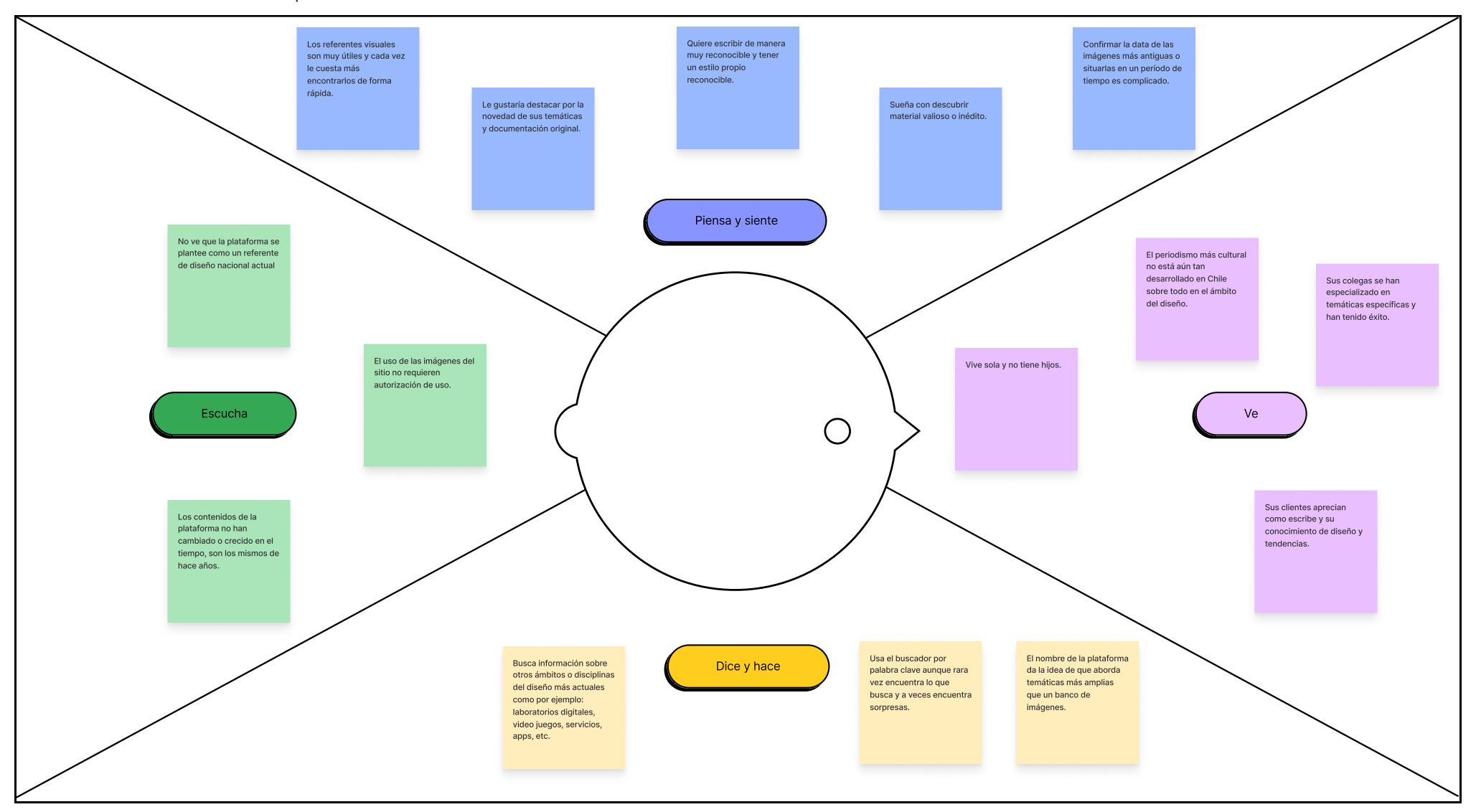
Alvaro, 36 años. Diseñador en proceso de titulación de Magister en Diseño Avanzado



Sofía 22 años. Estudiante de último año de la carrera de Diseño Integral

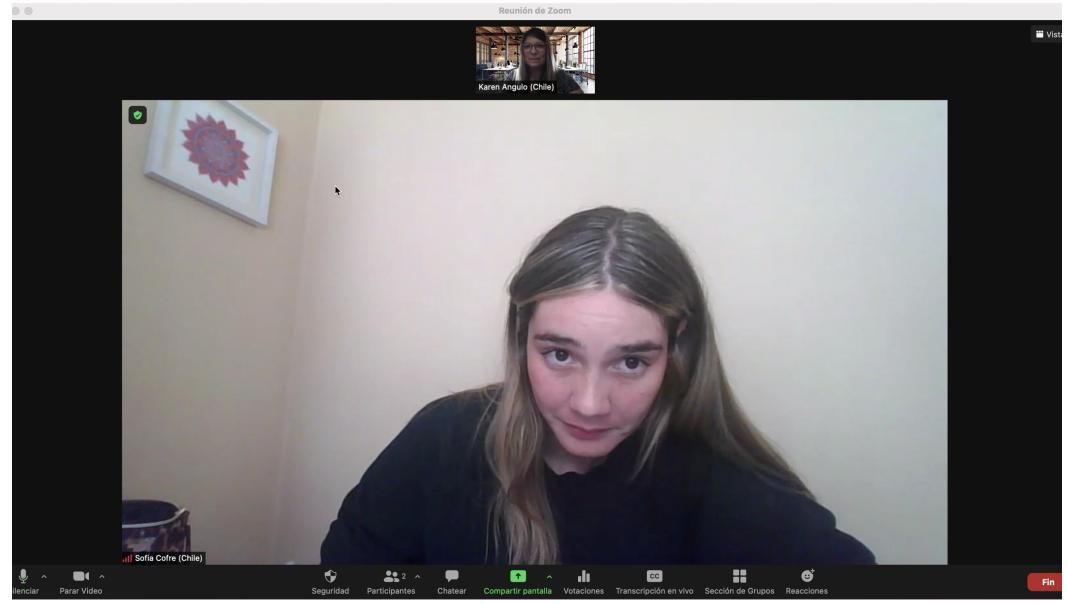


Daniela 29 años. Periodista Independiente



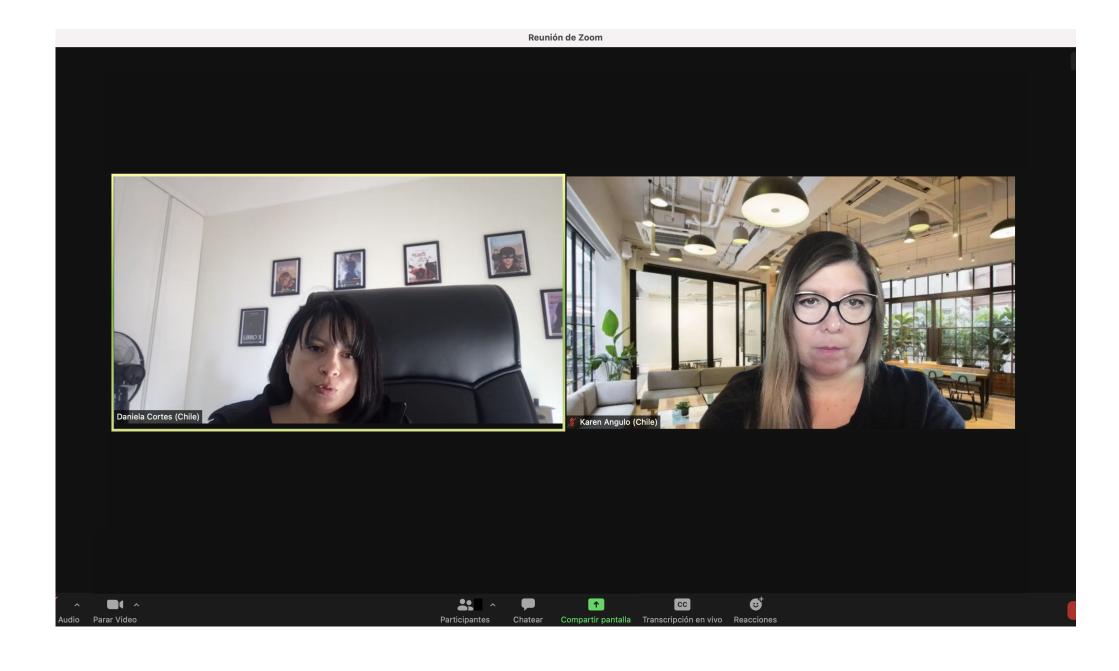
Alvaro, 36 años. Diseñador en proceso de titulación de Magister en Diseño Avanzado





Sofía 22 años. Estudiante de último año de la carrera de Diseño Integral

Daniela 29 años. Periodista independiente



Google Analytics

Investigación Cuantitativa

Diseño Nacional - Banco de imágenes

del patrimonio gráfico de Chile

Google Analytics

Investigación Cuantitativa

Entre 2020 y 2022 la cantidad de visitas al sito ha ido en aumento, el motivo de esto es desconocido ya que los ultimos años no se ha cargado nueva contenido ni se han hecho mejoras al sitio y tampoco se han hecho promoción del mismo en redes sociales.

Luego de visitar la página de inicio existe un alto porcentaje de abandono del sitio.

La categoría más visitada es "llustracion" y "década 1840" que es el período más antiguo del que se cuenta con imágenes.

Información Demográfica

La mayoría de las visitas que se han obtenido entre Marzo 2018 y Marzo 2022 son personas entre 25 y 34 años y mayoritariamente mujeres.

Información Audiencia

52.400 usuarios 1,33 sesiones por usuario promedio de sesión 03:45 min.

Información Afinidad

Mayoritariamente la afinidad cubre los temas de medios y entretenimiento, estilos de vida y artes.

Información de Flujo de Comportamiento

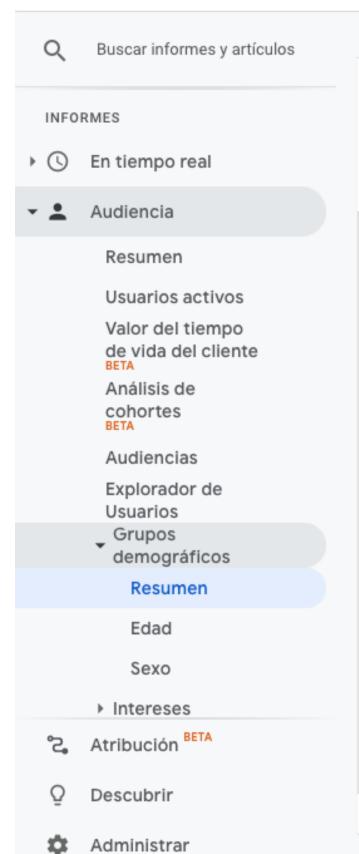
85% de abandonos 56% de tasa de rebote promedio tiempo es 27 segundos Todas las cuentas > Diseño Nacional

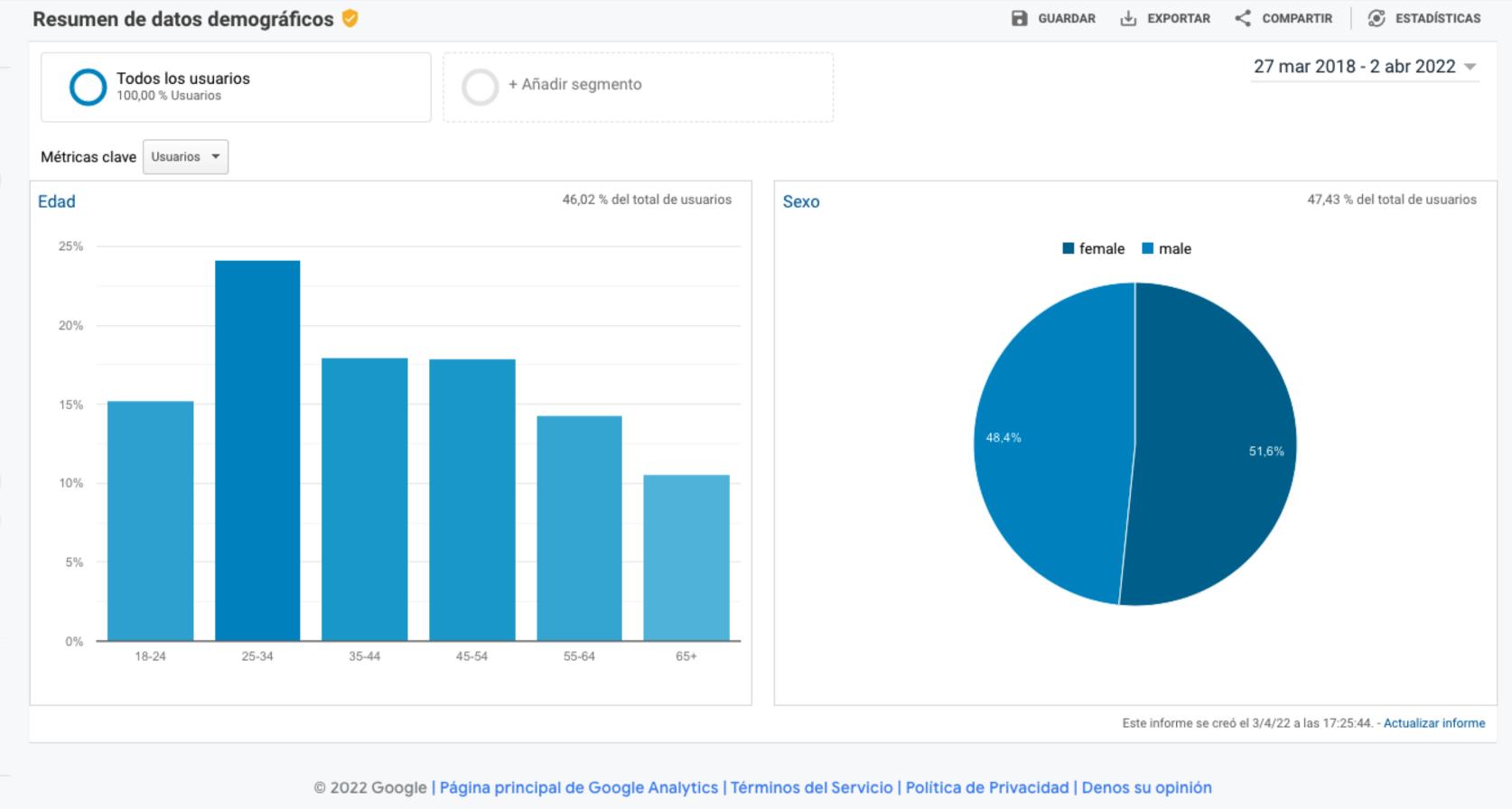
All Web Site Data ▼











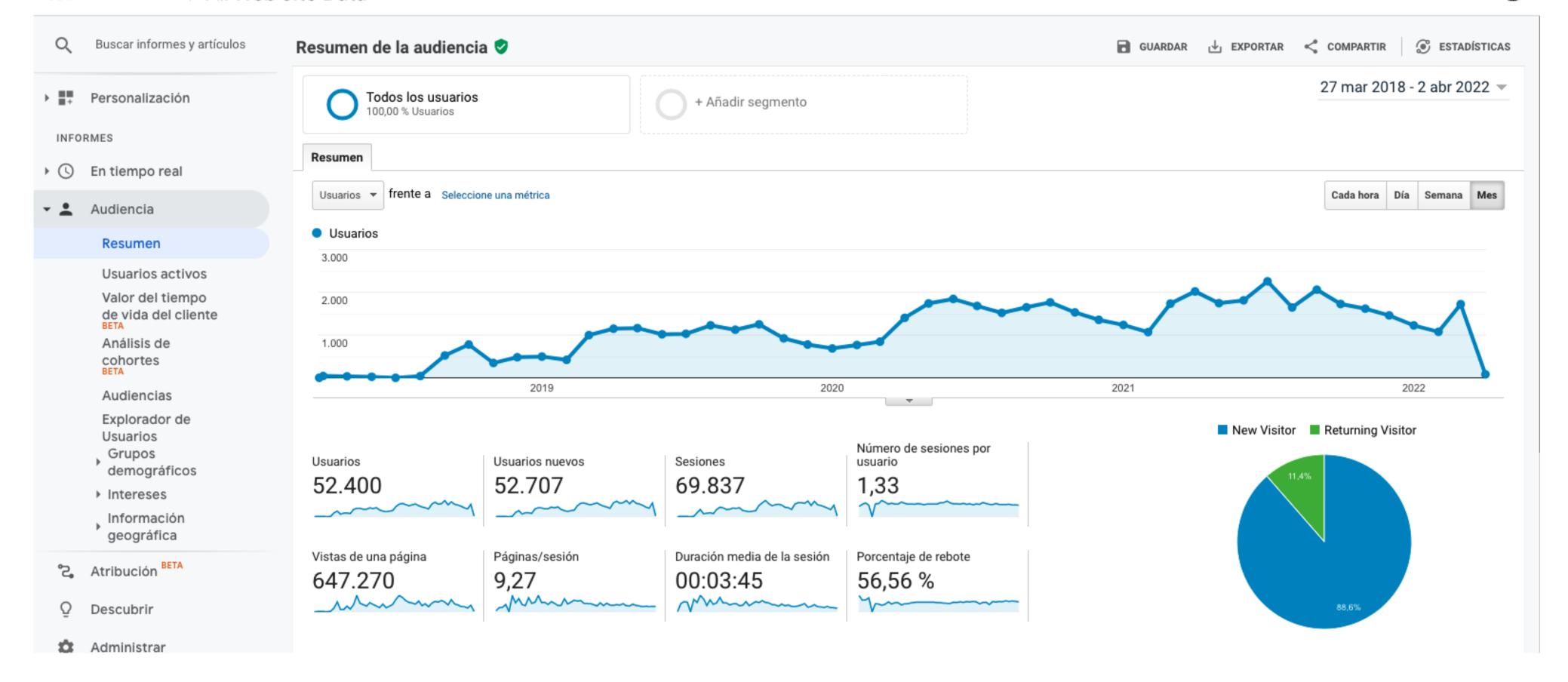
All Web Site Data -











Todas las cuentas > Diseño Nacional

Site Data 🕶

Métricas clave Usuarios ▼





27 mar 2018 - 2 abr 2022 🔻





| .1 | All Web | | |
|---------------------|-------------------------------|------|--|
| Q | Q Buscar informes y artículos | | |
| ▶ ■ Personalización | | | |
| INFO | RMES | | |
| • (5) | En tiempo real | | |
| · • | Audiencia | | |
| | Resumen | | |
| | Usuarios activ | os. | |
| | Valor del tiem | • | |
| | de vida del cli BETA | ente | |
| | Análisis de cohortes | | |
| | BETA | | |
| | Audiencias | | |
| | Explorador de | | |
| | Usuarios Grupos | | |
| | demográfico | S | |
| | ▼ Intereses | | |
| | Resumen | | |
| | Categorías afinidad | | |
| °2° | Atribución BETA | | |

Descubrir

Administrar

| Todos los usuarios 100,00 % Usuarios | + Añadir segmento |
|--------------------------------------|-------------------|
|--------------------------------------|-------------------|

| Categoría de afinidad (cobertu | ra) 50,56 % del total de usuarios |
|--------------------------------|---|
| 3,39 % | Media & Entertainment/Movie Lovers |
| 3,34 % | Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts |
| 3,08 % | Shoppers/Value Shoppers |
| 2,87 % | Lifestyles & Hobbies/Shutterbugs |
| 2,66 % | News & Politics/Avid News Readers |
| 2,59 % | Shoppers/Luxury Shoppers |
| 2,50 % | Media & Entertainment/TV Lovers |
| 2,45 % | Lifestyles & Hobbies/Family-Focused |
| 2,42 % | Media & Entertainment/Music Lovers |
| 2,39 % | Food & Dining/Cooking Enthusiasts/30 Minute Chefs |

| Segmento con i | ntención de comp | ra 37,40 % del total de usuarios |
|----------------|------------------|---|
| 2,01 % | | Autos & Vehicles/Motor Vehicles/Motor Vehicles (Used) |
| 1,96 % | | Consumer Electronics/Mobile Phones |
| 1,80 % | | Employment |
| 1,64 % | | Real Estate/Residential Properties |
| 1,61 % | | Education/Post-Secondary Education |
| 1,60 % | | Apparel & Accessories/Women's Apparel |
| 1,56 % | | Computers & Peripherals/Computers/Laptops & Notebooks |
| 1,52 % | | Apparel & Accessories/Shoes |
| 1,45 % | | Apparel & Accessories |
| 1,44 % | | Travel/Trips by Destination/Trips to Latin America |

| Otra categoría | 48,37 % del total de usuarios |
|----------------|---|
| 3,59 % | Sports/Team Sports/Soccer |
| 3,41 % | Arts & Entertainment/Celebrities & Entertainment News |
| 2,92 % | Arts & Entertainment/TV & Video/Online Video |
| 1,64 % | Arts & Entertainment/TV & Video/TV Networks & Stations |
| 1,50 % | Reference/General Reference/Dictionaries & Encyclopedias |
| 1,36 % | [Life Events] Job Change/Recently Started New Job |
| 1,30 % | [Life Events] Job Change/Starting New Job Soon |
| 1,15 % | Shopping/Classifieds |
| 1,15 % | Arts & Entertainment/TV & Video/TV Shows & Programs/TV Dramas/TV Soap Operas |

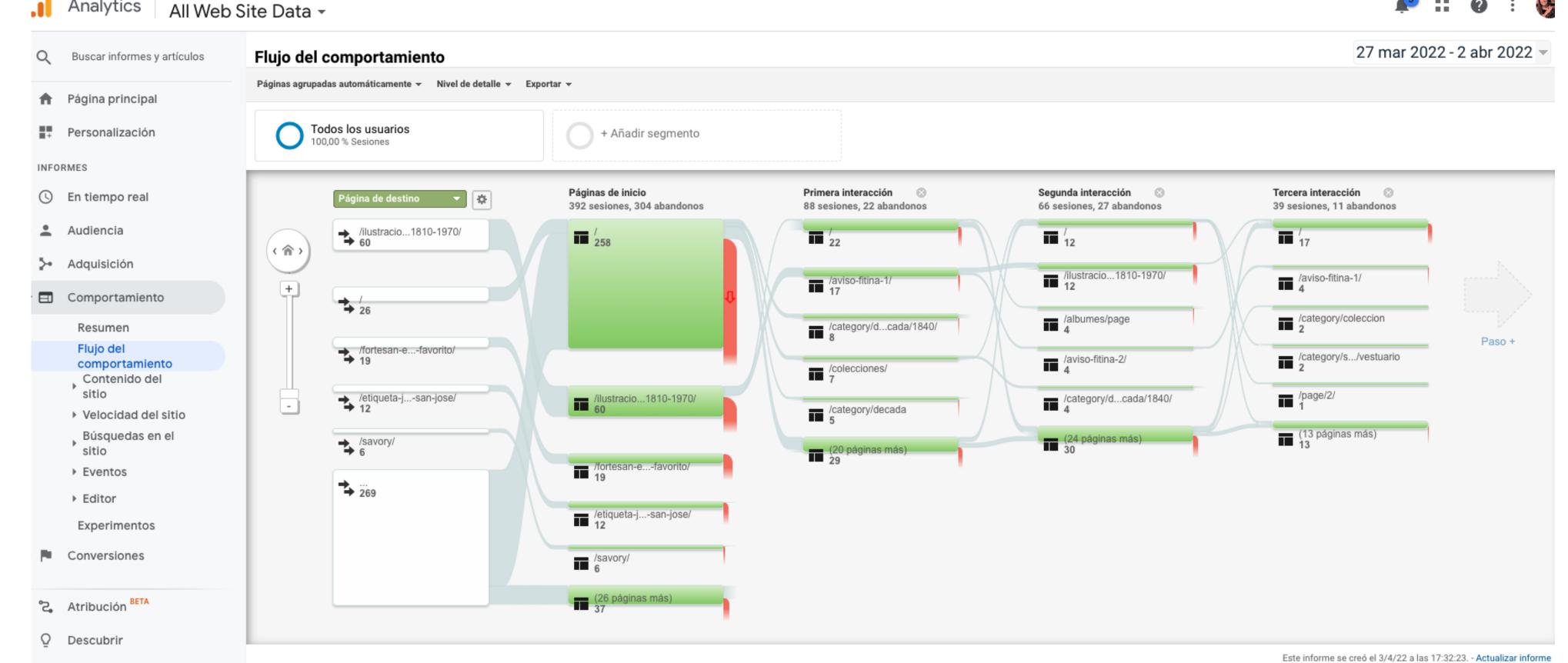
* Administrar

Todas las cuentas > Diseño Nacional





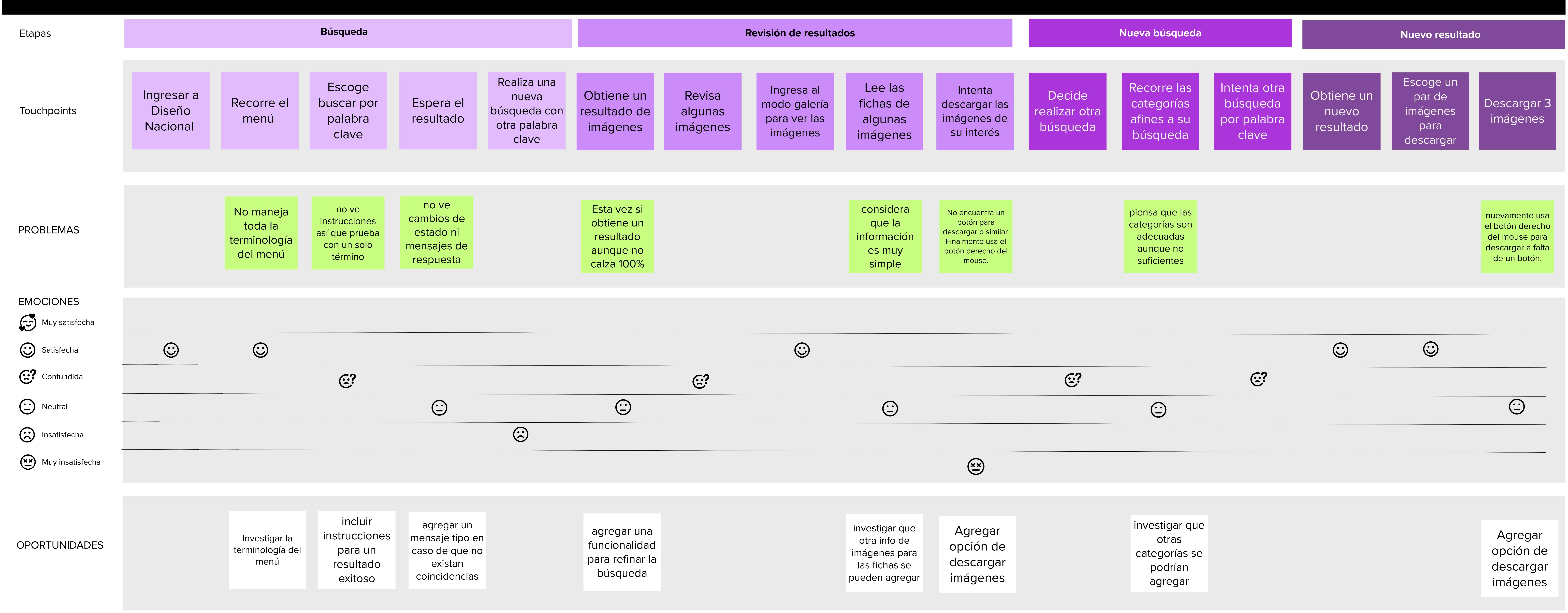




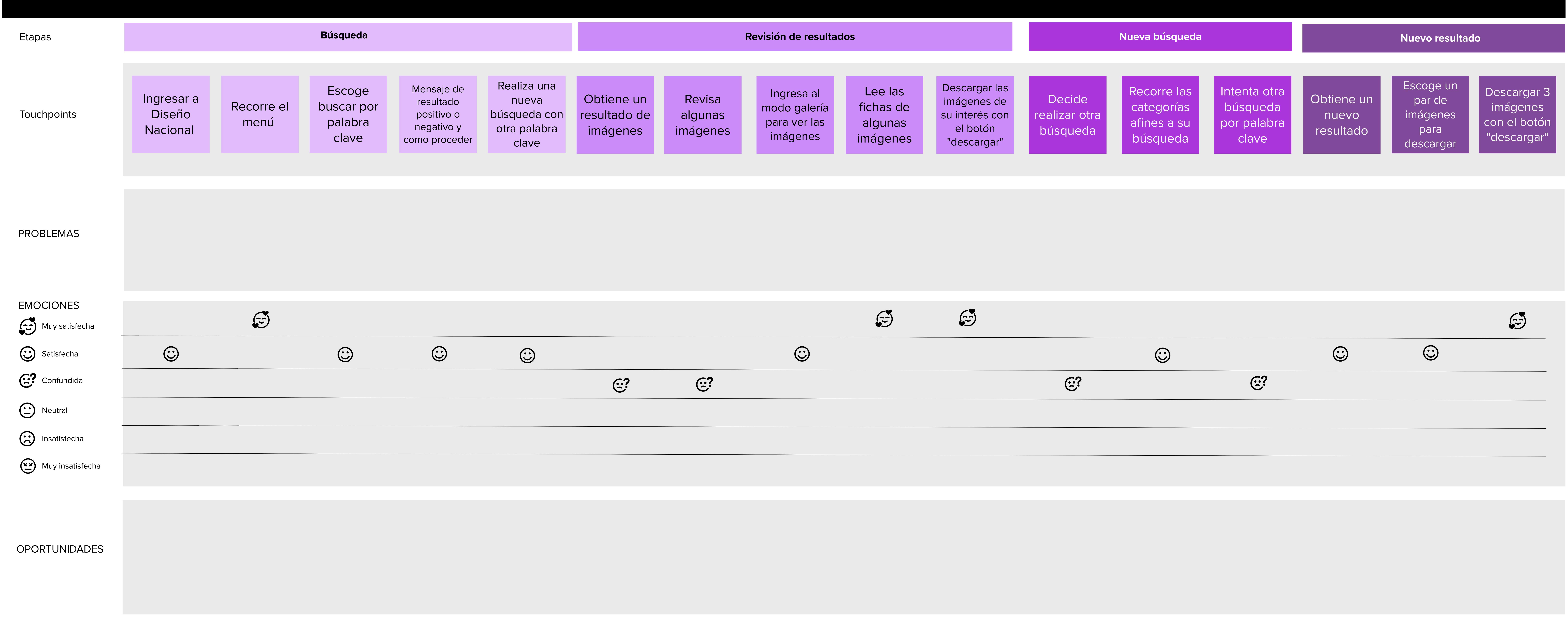
User Journey As - Is

Diseño Nacional - Banco de imágenes del patrimonio gráfico de Chile

Journey Map (As-Is) - Buscar imágenes en Diseño Nacional



Journey Map (To Do) - Buscar imágenes en Diseño Nacional



Conclusiones de la investigación

Conclusiones y recomendaciones

En cuanto a los objetivos 1 y 2. Conocer las expectativas de los usuarios y contenidos y mejor valorados.

La plataforma Diseño Nacional es valorada en cuanto a sus contenidos históricos, comno también en relación a otras plataformas existentes, sin embargo los usuarios piensan que la colección podría ampliarse a temáticas mas actuales y podría abarcar mas temas y especialidades del diseño además del patrimonial.

En cuanto a la plataforma y su uso es considerado mas bien deficiente y no facilita la encontrabilidad de los contenidos de búsqueda al no presnetar instructivos o mensajes de error y confirmación. También existe la expectativa de incluir más categorías temáticas como alternativa a las búsquedas por palabra clave. En cuanto a los contenidos de las fichas de cada imagen, estos son considerados muy simples y no aportan mucho valor.

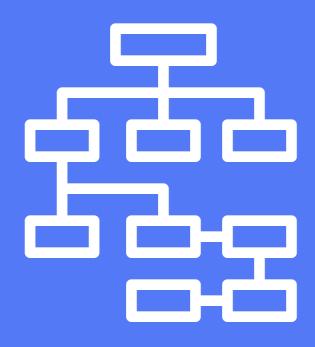
En cuanto al objetivo 3. Mapear los requerimientos funcionales mínimos necesarios para una mejor experiencia.

Se estima que es necesario realizar un estudio más en detalle de la arquitectura de información del sitio, principalmente del menú. Como también indagar en las opciones de crecimiento de colecciones más actuales y nuevos contenidos.

Otra recomendación mas urgente es dar solución a la usabilidad en cuanto a búsquedas por palabra clave, incorporando mensajes de confirmación de las acciones y en los casos de que no se encuentren resultados o similar.

También se recomienda que el buscador funcione en base a la sección, categoría o colección en donde se encuentra el usuario, de manera de que los resultados no arrogen resultados muy amplios sino que arrogen resultados específicos del lugar de navegación en dónde se encuenta el usuario lo que tambiés se debe enunciar en algún mensaje o instrucción breve para que el usuario comprenda cómo funciona el buscador por palabra clave. Además se recomienda un buscador más genérico en la home, pensando en los usiaros que no tienen demasiado claro lo que están buscando y sin embargo quieren explorar los contenidos en general, lo que podría ir acompañado de textos tipo guía de uso o recomendaciones para obtener buenos resultados en las mismas y selectores con el fin de acompañar al usuario en su primera aproximación a la plataforma y sus contenidos.

Finalmente se recomienda señalar claramente la opción de descarga de imágenes o imágenes más ficha, mencionando el uso que está permitido de acuerdo a creative commons y derechos de autor idealmente con un texto de acuso de recibo y téminos y condiciones de uso.




Árbol de contenidos

Una de las recomendaciones mas urgente es dar solución a la usabilidad en cuanto a búsquedas por palabra clave, incorporando mensajes de confirmación de las acciones y en los casos de que no se encuentren resultados o similar.

También se recomienda que el buscador funcione en base a la sección, categoría o colección en donde se encuentra el usuario, de manera de que los resultados no arrojen resultados muy amplios sino que arrojen resultados específicos del lugar de navegación en dónde se encuenta el usuario lo que también se debe enunciar en algún mensaje o instrucción breve para que el usuario comprenda cómo funciona el buscador por palabra clave.

Todo lo anterior se refleja en el siguiente árbol de contenidos, dónde se ha agregado en cada sección la opción de buscador específico en los contenidos de cada una de estas secciones y no solmente la opción de buscador global.



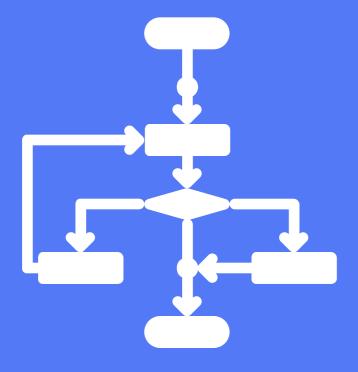
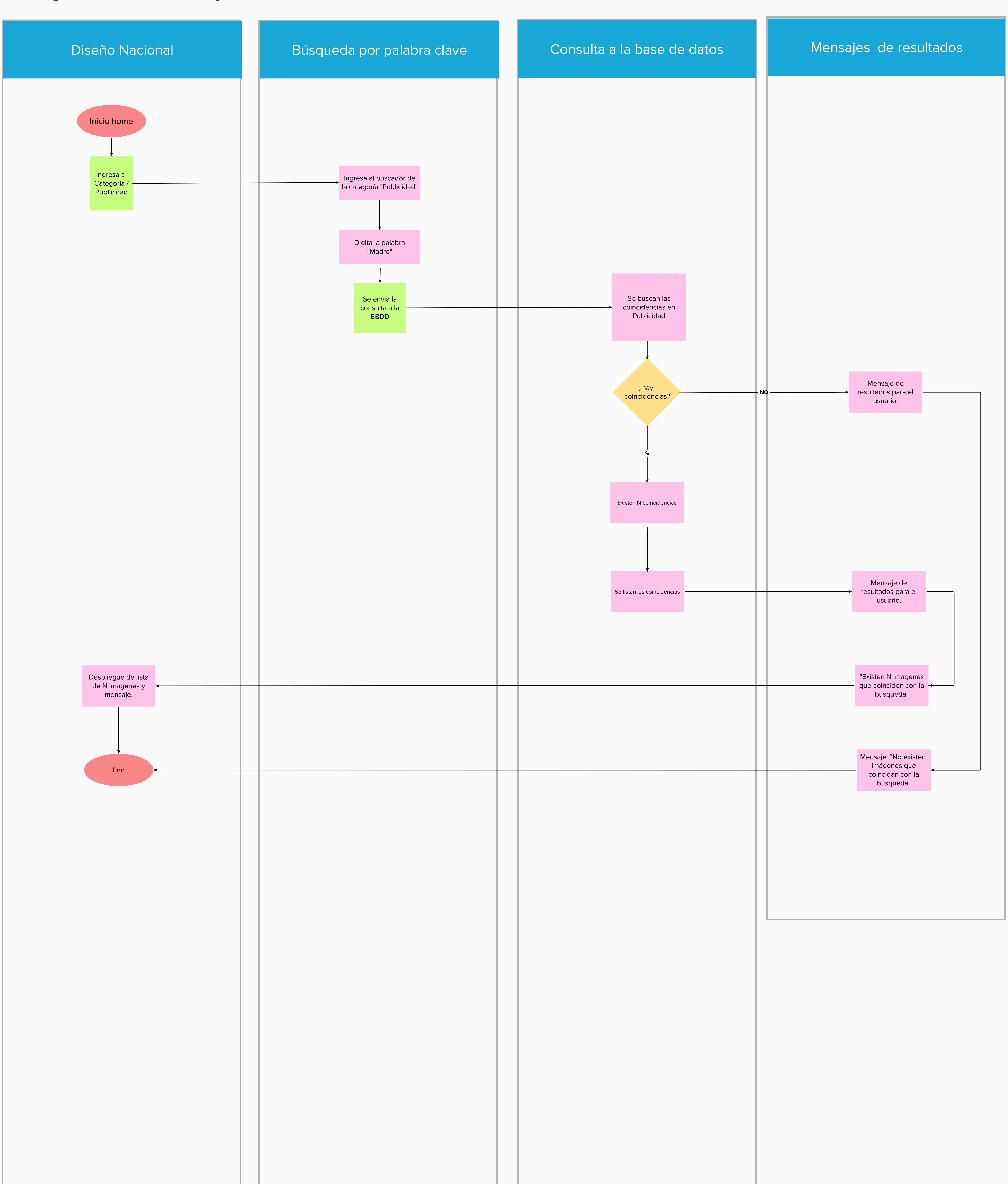
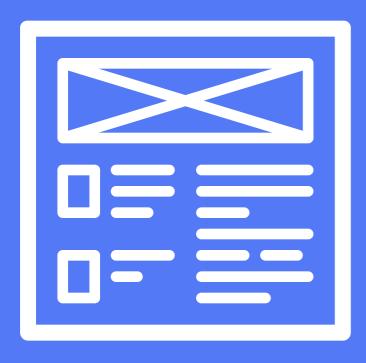


Diagrama de Flujo

En el siguiente diagrama de flujo se detalla cada una de las secuencias de actividades y pasos de acción según la etapa en la que se encuentre el usuario para cumplir la tarea que para el caso es buscar imágenes por palabra clave con las variantes de tener éxito en la tarea y obtener una respuesta positiva de la búsqueda o el caso de no encontar coincidencias y recibir una respuesta de mensaje de error y recomendación.

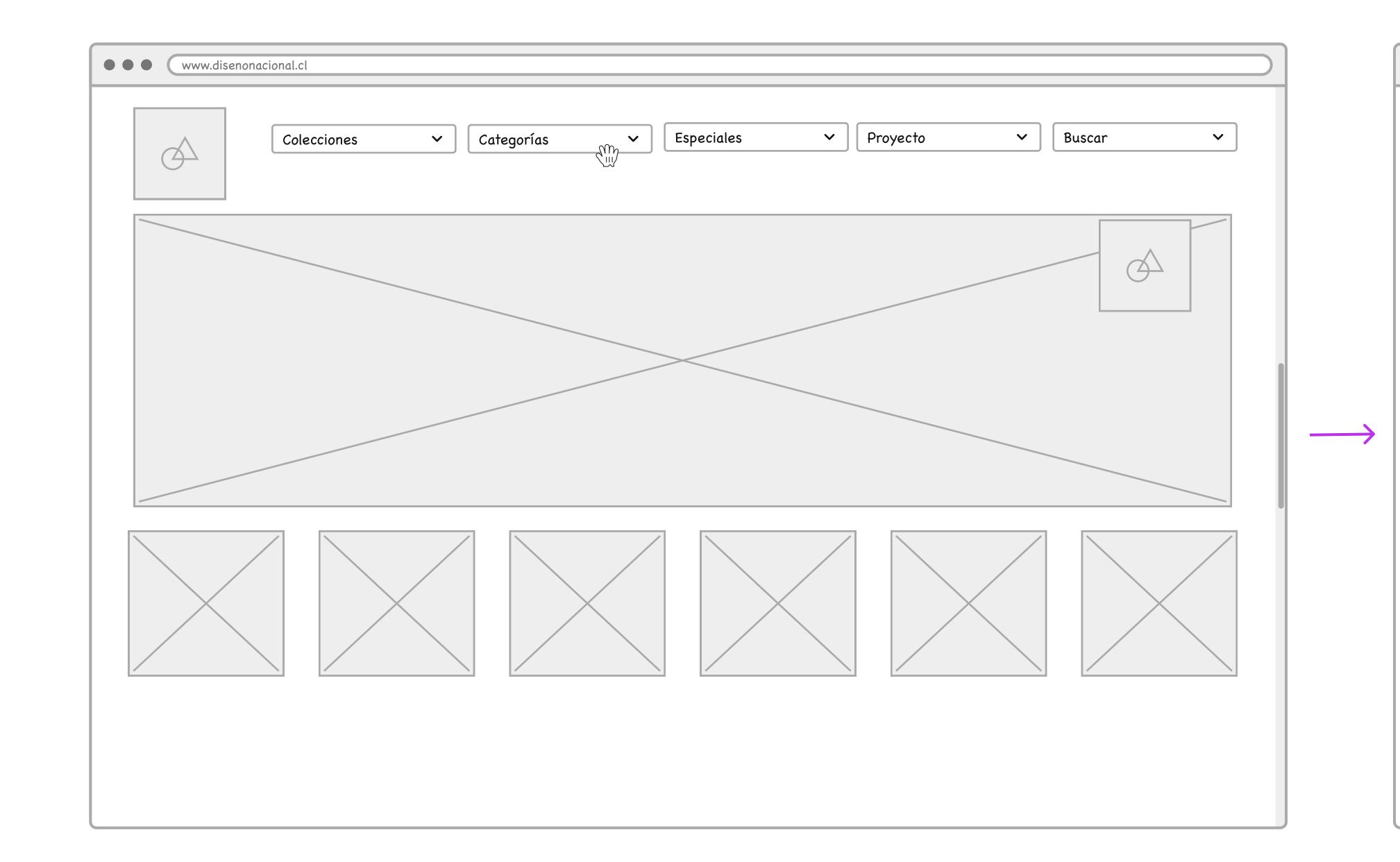
Diagrama de flujo - Diseño Nacional





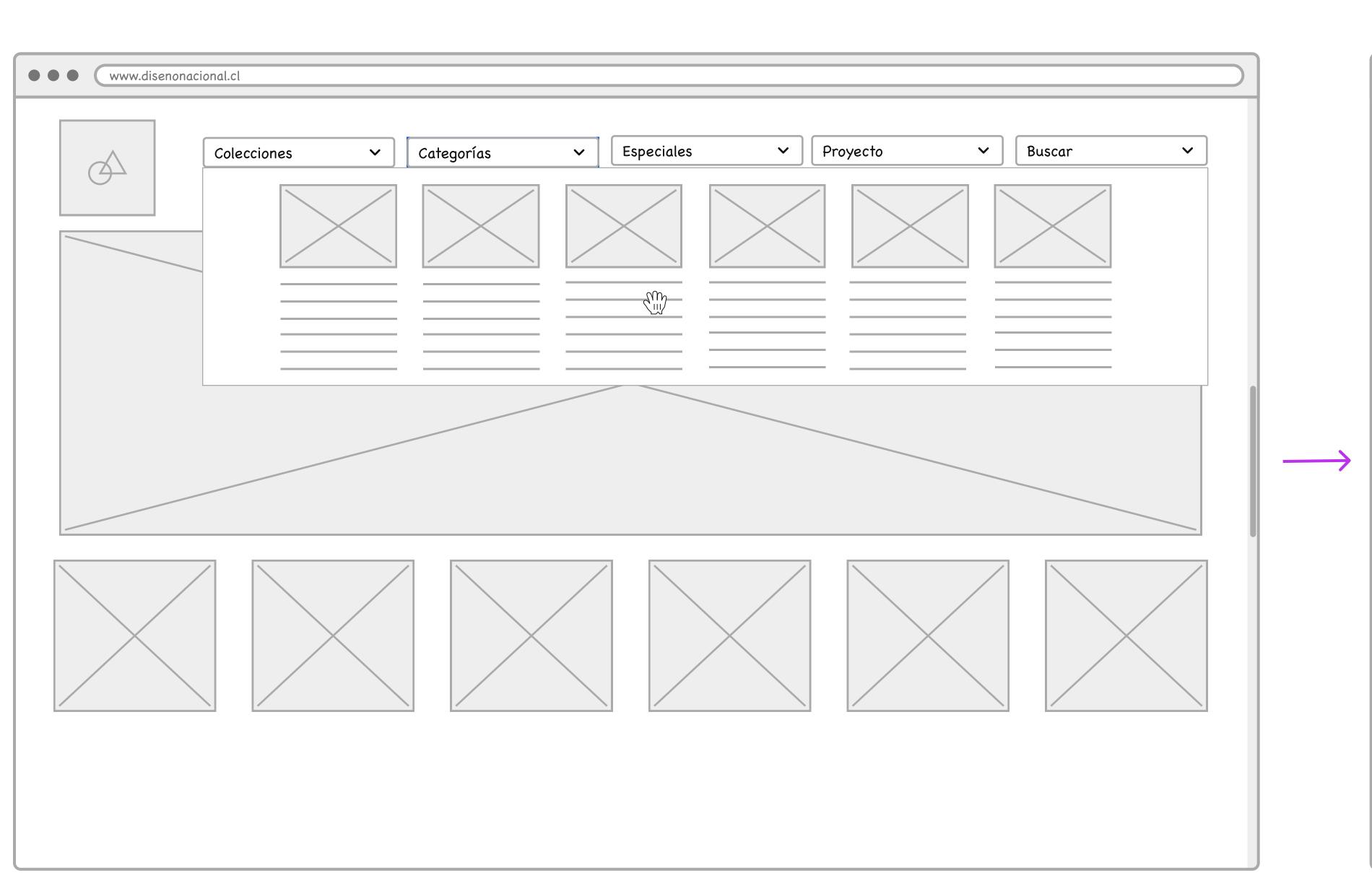
Wireframe

El siguiente wireframe representa como se visualizaría la organización de componentes de la pantalla para los susarios que se encuentren realizando la tarea de búsqueda de imágenes por palabra clave en la categoría "Publicidad" específicamente.



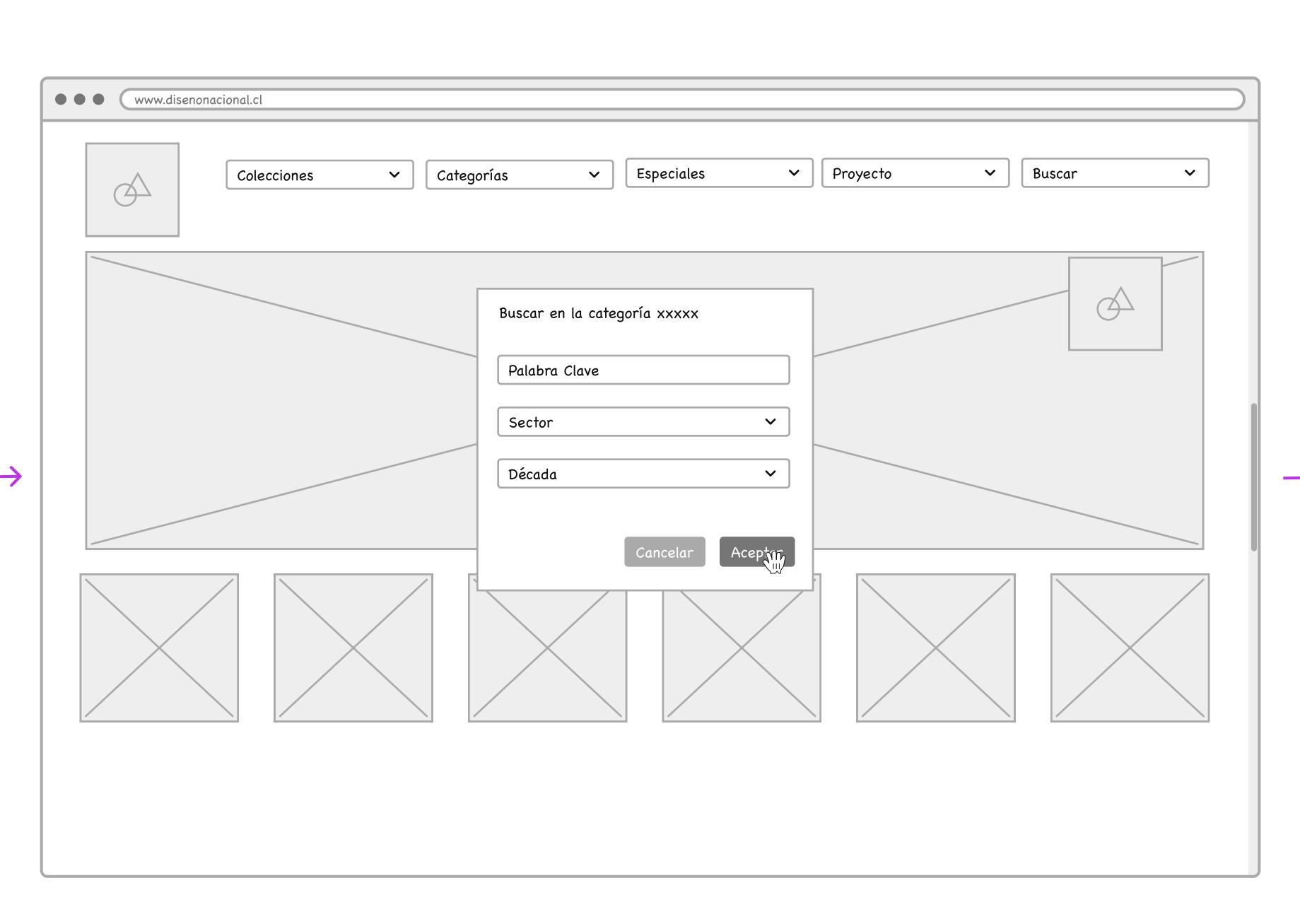
Paso 1

El usuario selecciona cualquiera de las categorías o colecciones. Para el ejemplo ha seleccionado la sección "categoría"



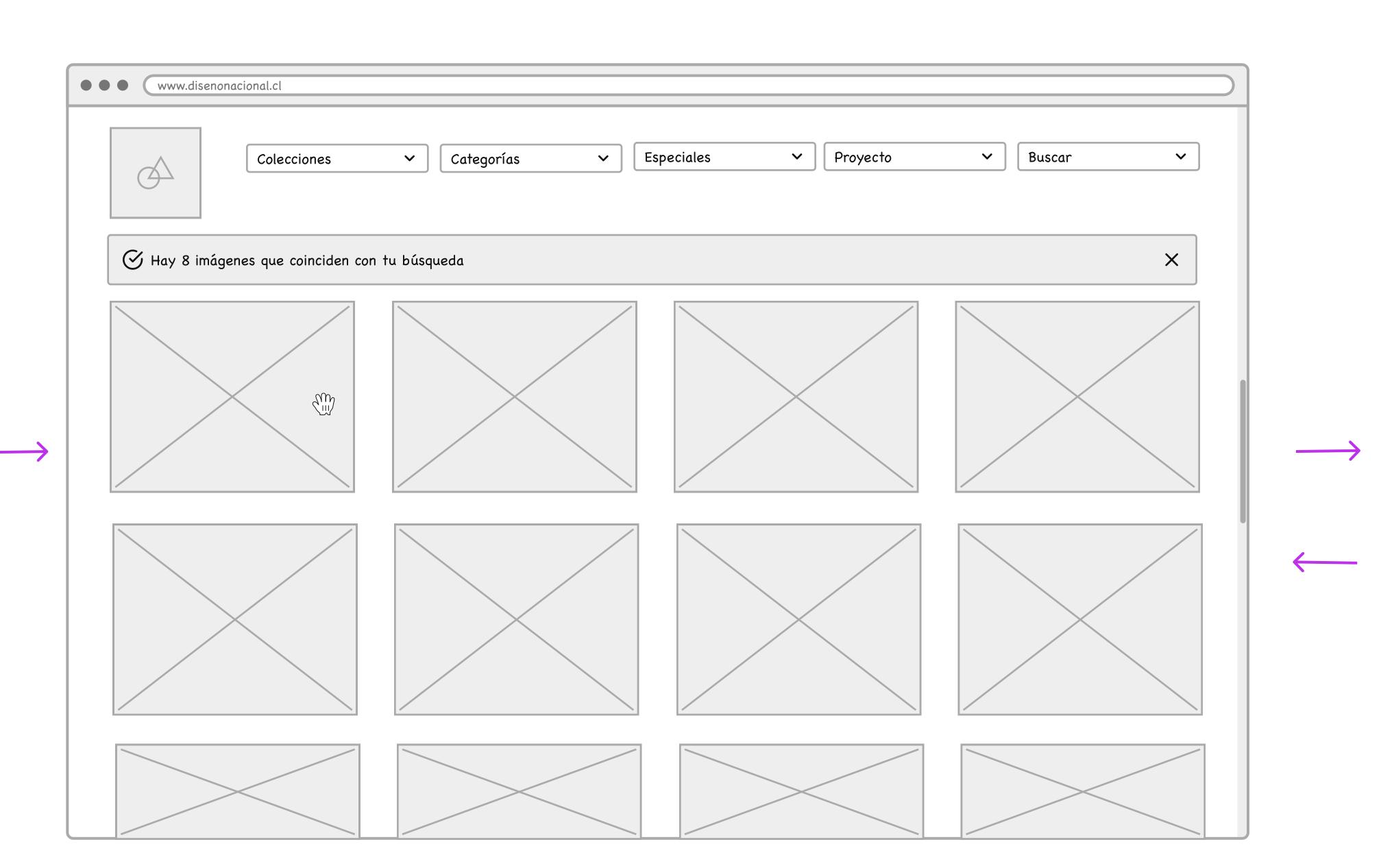
Paso 2

En la sección "categoría" encuentra sub categorías y selecciona una de ellas, para el ejemplo ha seleccionado "Publicidad" un buscador dentro de la categoría en la que se encuentra "Buscar en Pubicidad"



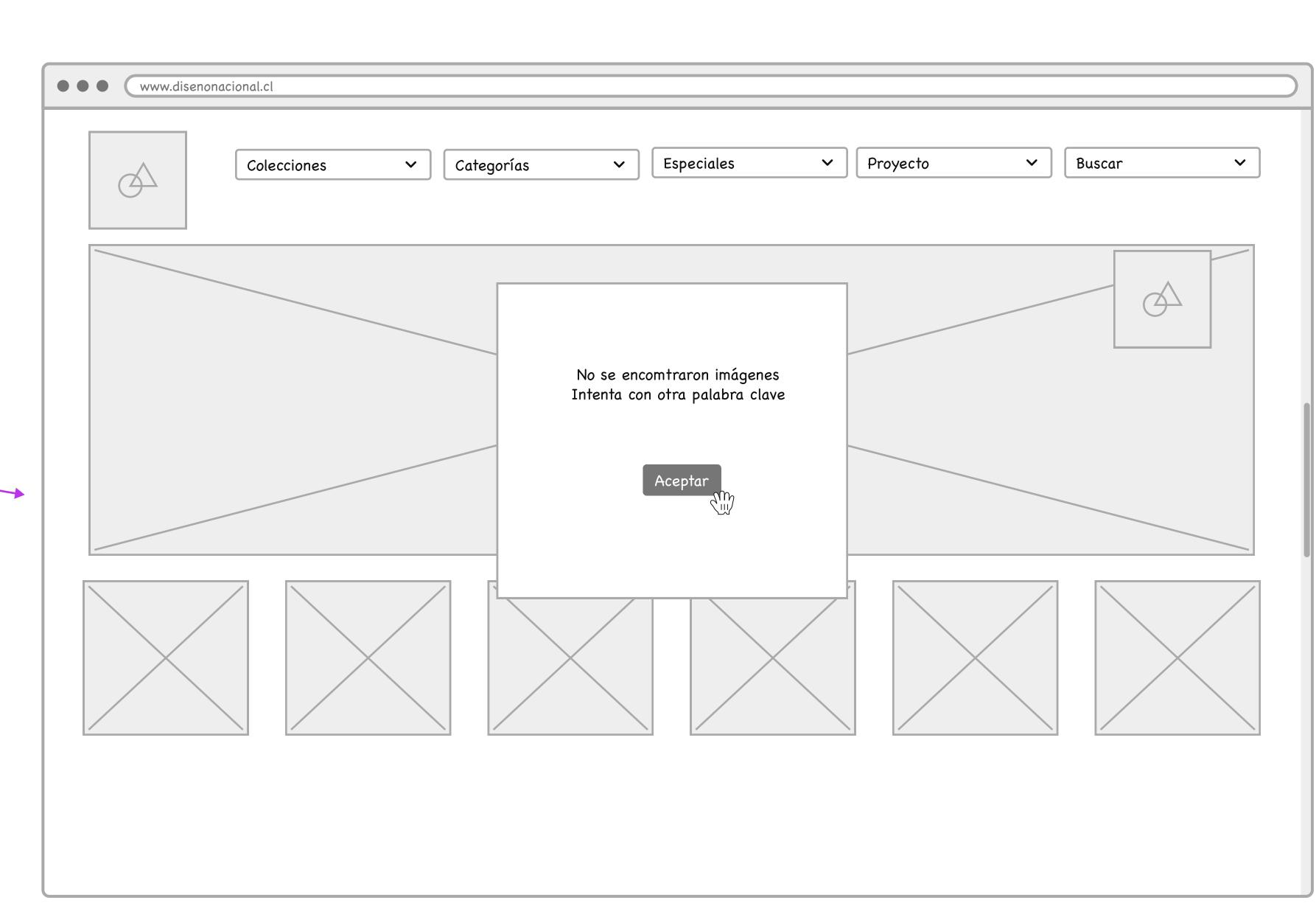
Paso 3

Se levanta un modal con las opciones de buscar por palabra clave y dos opciones de refinamiento opcionales como son "sector" y "década" . Independiente si completa las secciones de refinamiento puede relizar una búsqueda sólo con palabra clave.



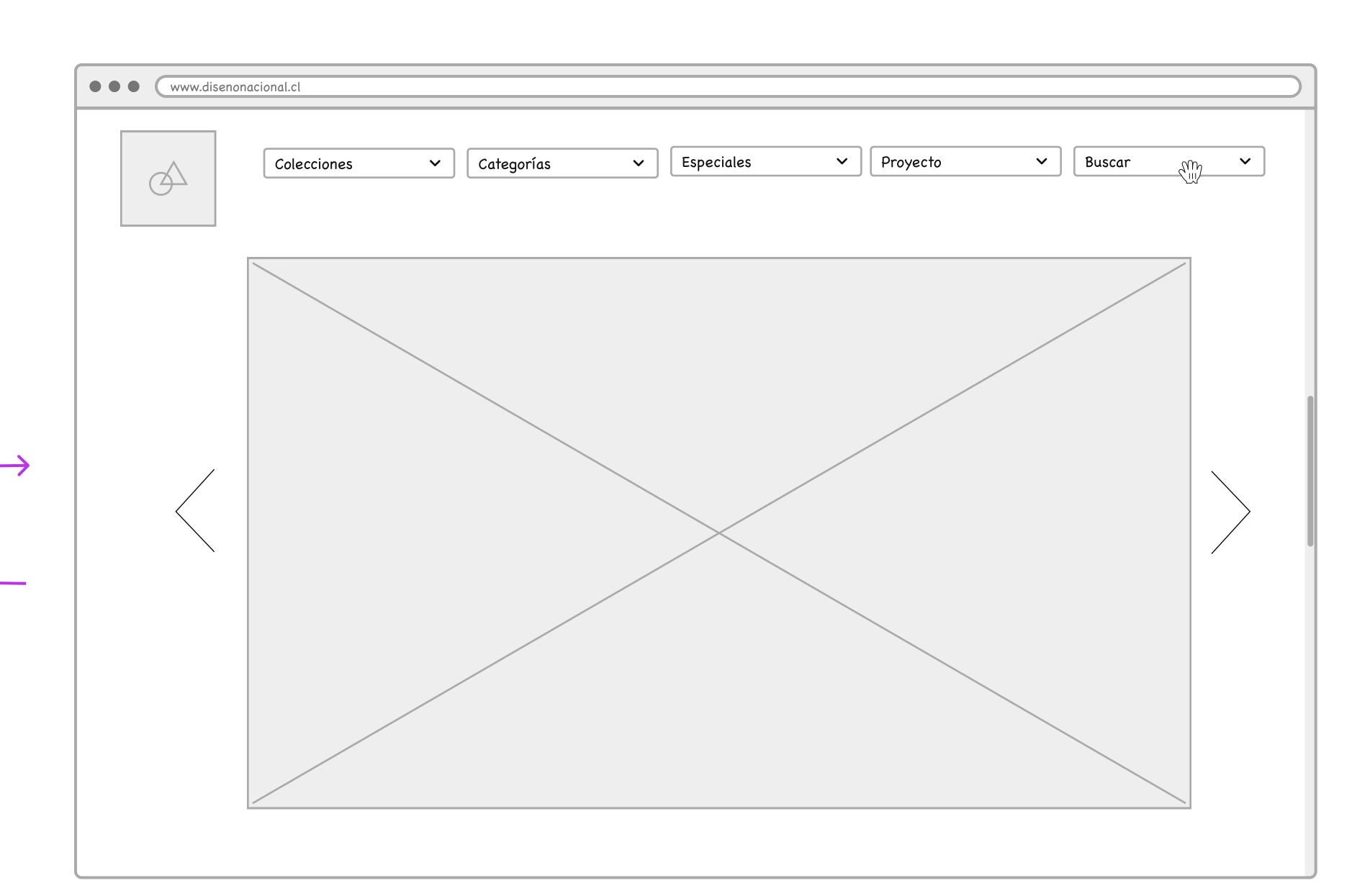
Paso 4 / Variante A

Se despliegan las imágenes que resultan de la búsqueda, hay coincidencias y aparece un mensaje confirmando que hay un resultado positivo y la cantidad de imágenes que coinciden.



Paso 4 / Variante B

No se encontraron imágenes que coinciden con la búsqueda y se klevanta un modal donde se informa sobre ello y sugiere probar con otra palabra clave. Rn el caso de aceptar, el usuario vuelve a la opción de búsqueda. (paso 3)



Paso 4 / Variante A

En el caso de que haga clic en una de las imágenes, puede ver la imagen a pantalla completa y recorrer el gupo de 8 imágenes que coinciden con la búsqueda con las opciones de siguiente y atrás. Si está en la primera imágen y selecciona atrás, vuelve a la pantalla de la lista de 8 imágenes.



Prototipo

Finalmente a continuación se plantea el diseño definitivo de la interfaz y las interacciones de respuesta para la tarea de búsqueda de imágenes por palabra clave en la categoría "Publicidad" y la palabra clave "Madre" con la selección de refinamiento opcional de sección "Cultura" y década "1980"

El caso resulta en una respuesta positiva ya que arroja resultados de imágenes, sin embargo, el prototipo incluye una respusta negativa en caso de seleccionar el buscador general o hacer un seegundo intento sin palabra clave.

Ver prototipo interactivo en el siguiente link:

https://www.figma.com/proto/xjiKsAvHg80ANetdQWzu12/Dise%C3%B1o-Nacional?page-id=0%3A1&node-id=2%3A2&viewport=241%2C48%2C0.06&scaling=scale-down&starting-point-node-id=2%3A2











COLECCIONES V CATEGORÍAS V ESPECIALES V EL PROYECTO V BUSCAR V















COLECCIONES V CATEGORÍAS V ESPECIALES V EL PROYECTO V BUSCAR V



INFO CARTELES

Q Buscar en Carteles

Colección Carteles:

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



INFO EDITORIAL

Q Buscar en Editorial

Colección Editorial:

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta



INFO PUBLICIDAD

Q Buscar en Publicidad

Colección Publicidad:

Vía Pública

Avisos Prensa

Material Promocional



INFO MARCAS

Q Buscar en Marcas

Colección Marcas:

Marcas Comerciales

Envases

Etiquetas



INFO PRODUCTOS

Q Buscar en Productos

Colección Productos:

Modelos Industriales

Objetos Técnicos

Patentes de Invención



INFO SIMBOLOGÍA

Q Buscar en Simbología

Colección Simbología:

Sellos

Heráldica

Ilustración



















EL PROYECTO ~

BUSCAR V



INFO CARTELES

Q Buscar en Carteles

Colección Carteles:

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



INFO EDITORIAL

Q Buscar en Editorial

Colección Editorial:

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta



INFO PUBLICIDAD

Palabra Clave:



INFO MARCAS



INFO PRODUCTOS

Productos

uctos:

triales

os

ención/



Q Buscar en Simbología

Colección Simbología:

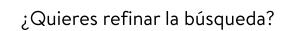
INFO SIMBOLOGÍA

Sellos

Heráldica

Ilustración





Sector

Década

Q Filtrar sector

Filtro actual: <u>Todas</u>

Filtro actual: <u>Todas</u>

= Buscar en la colección "Publicidad"

Q Filtrar década

Cancelar

Aplicar

V





















EL PROYECTO ~

BUSCAR V



INFO CARTELES

Q Buscar en Carteles

Colección Carteles:

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



INFO EDITORIAL

Q Buscar en Editorial

Colección Editorial:

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta



INFO PUBLICIDAD



INFO MARCAS



INFO PRODUCTOS

Productos

uctos:

triales

os

ención/



INFO SIMBOLOGÍA

Q Buscar en Simbología

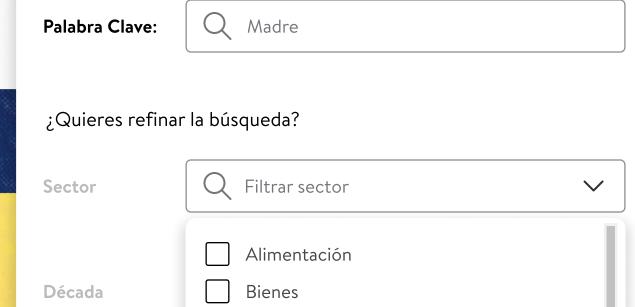
Colección Simbología:

Sellos

Heráldica

Ilustración





Comercio

Comercio

Cultura

Cultura

= Buscar en la colección "Publicidad"

Cancelar

Aplicar



















CATEGORÍAS V

ESPECIALES ~

EL PROYECTO ~

BUSCAR ~



INFO CARTELES

Q Buscar en Carteles

Colección Carteles:

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



INFO EDITORIAL

Q Buscar en Editorial

Colección Editorial:

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta

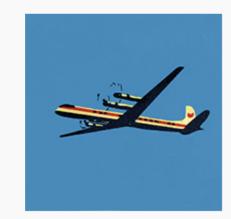


INFO PUBLICIDAD

Palabra Clave:

沙沙

INFO MARCAS



INFO PRODUCTOS

Productos

uctos:

triales

os

ención/



INFO SIMBOLOGÍA

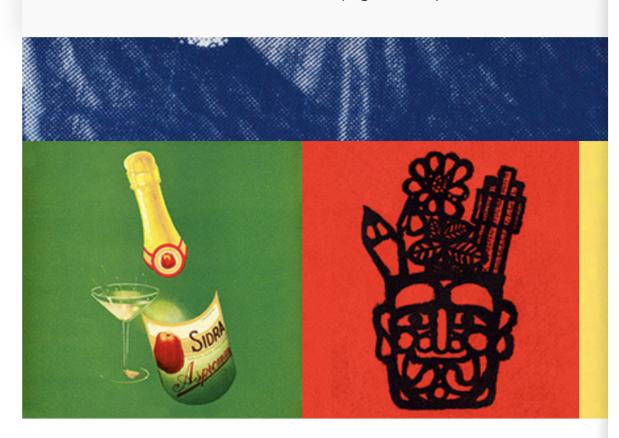
Q Buscar en Simbología

Colección Simbología:

Sellos

Heráldica

Ilustración



¿Quieres refinar la búsqueda?

Sector

Década

Q Filtrar sector

Alimentación

Bienes

= Buscar en la colección "Publicidad"

Q Madre

Comercio

✓ Cultura

Comercio

Cultura





Cancelar

Aplicar

V















CATEGORÍAS V

ESPECIALES ~

EL PROYECTO ~

BUSCAR ~



INFO CARTELES

Q Buscar en Carteles

Colección Carteles:

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



INFO EDITORIAL

Q Buscar en Editorial

Colección Editorial:

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta



INFO PUBLICIDAD

Palabra Clave:

INFO MARCAS



INFO PRODUCTOS

Productos

uctos:

riales SC

rención



INFO SIMBOLOGÍA

Q Buscar en Simbología

Colección Simbología:

Sellos

Heráldica

Ilustración



¿Quieres refinar la búsqueda?

Sector

= Buscar en la colección "Publicidad"

Q Madre

Filtro actual: <u>Cultura</u>

Década

| Q | 1960 | |
|---|------|--|













Cancelar

Aplicar

V

 \vee



















EL PROYECTO ~

BUSCAR V



INFO CARTELES

Q Buscar en Carteles

Colección Carteles:

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



INFO EDITORIAL

Q Buscar en Editorial

Colección Editorial:

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta



INFO PUBLICIDAD



INFO MARCAS

= Buscar en la colección "Publicidad"

Filtro actual: <u>1960</u>



INFO PRODUCTOS

Productos

uctos:

triales

os

ención/



INFO SIMBOLOGÍA

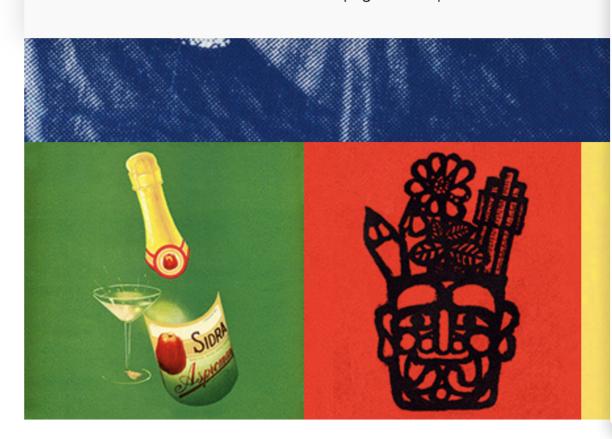
Q Buscar en Simbología

Colección Simbología:

Sellos

Heráldica

Ilustración





Cancelar

Aplicar















COLECCIONES V

CATEGORÍAS V

ESPECIALES V

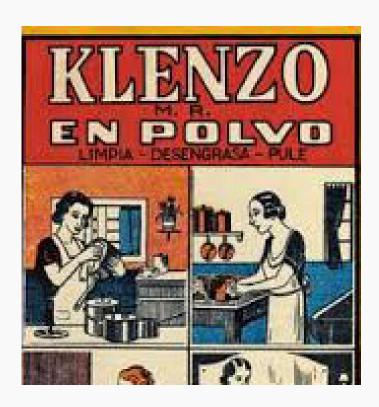
EL PROYECTO V

BUSCAR V

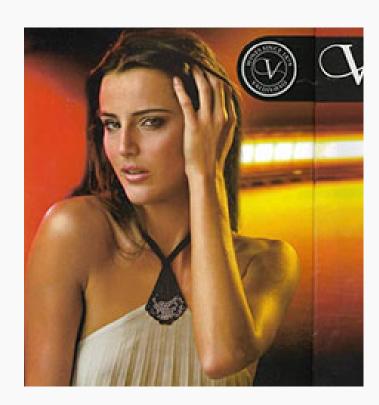
🔗 8 imágenes coinciden con tu búsqueda Colección: "Publicidad" Sector: "Cultura" Década: "1980"



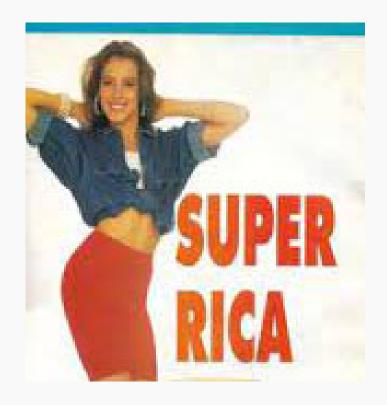


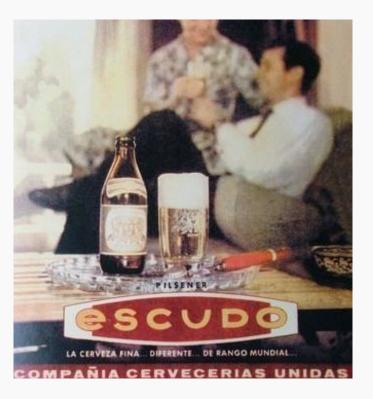
























COLECCIONES V CATEGORÍAS V ESPECIALES V EL PROYECTO V BUSCAR V













ORÍAS V ESPECIALES V EL PROYECTO V BUSCAR V



















EL PROYECTO ~

BUSCAR V



INFO CARTELES

Q Buscar en Carteles

Colección Carteles:

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



INFO EDITORIAL

Q Buscar en Editorial

Colección Editorial:

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta



INFO PUBLICIDAD

Palabra Clave:



INFO MARCAS

Q Búsqueda de prueba con error



INFO PRODUCTOS

Productos

uctos:

triales

os

ención/



INFO SIMBOLOGÍA

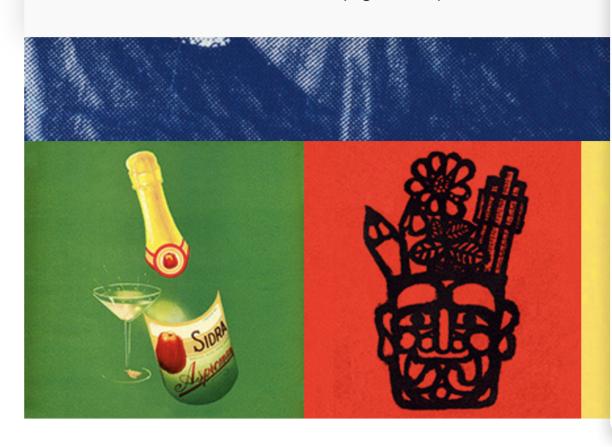
Q Buscar en Simbología

Colección Simbología:

Sellos

Heráldica

Ilustración





Sector

Década

Q Filtrar sector

Filtro actual: <u>Todas</u>

Filtro actual: <u>Todas</u>

= Buscar en la colección "Publicidad"

Q Filtrar década

Aplicar

Cancelar

V

















CATEGORÍAS V

ESPECIALES V

EL PROYECTO ~

BUSCAR V



INFOBOSOSTEN Carteles

Colección Carteles: CARTELES

Carteles Comerciales

Carteles Culturales

Carteles Políticos



Buscaren Editorial

Colección Editorial: EDITORIAL

Diseño de Información

Libros y Revistas

Tipografía e Imprenta







Buscar en Productos

RODUCTOS

odelos Industriales

ojetos Técnicos

tentes de Invención



Buscar en Simbología

Colección Simbología: SIMBOLOGIA

Sellos

Heráldica

Ilustración



No encontramos coincidencias. Sugerimos intentar con otra palabra clave.

Lo sentimos





