

Memòria TFM

**La cultura popular en entorns digitals,
Redisseny del web del Carnaval de Torelló**

Autor: Blai Marginedas Sayós

Tutor: Tona Monjo Palau

Professors responsables: Enric Mor Pera i Ferran Giménez Prado

Titulació: Màster Universitari en Disseny d'Interacció i Experiència d'Usuari (UX)

Àrea del Treball Final: Experiència d'usuari

Drets d'autor



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Espanya de Creative Commons

Index

1. Context i justificació del treball	pàg. 4
1.1. Objectius	pàg. 5
1.2. Enfocament, etapes i mètodes a seguir	pàg. 5
1.3. Pla de Treball - Diagrama de Gantt	pàg. 8
2. Recerca	pàg. 9
2.1. Descripció del producte	pàg. 11
2.2. Anàlisi de dades	pàg. 17
2.3. Benchmarking	pàg. 21
2.4. Entrevistes a les entitats organitzadores	pàg. 29
2.5. Entrevistes als participants	pàg. 34
2.6. Lean UX	pàg. 48
3. Modelatge	pàg. 49
3.1. Fitxes de persona	pàg. 50
3.3. Escenaris	pàg. 51
3.4. User journeys	pàg. 52
4. Arquitectura de la informació	pàg. 64
3.2. Card sorting	pàg. 65
3.3. Proposta: arquitectura de la informació	pàg. 69
3.5. Diagrames de fluxes	pàg. 71
5. Prototipatge	pàg. 74
5.1. UX KIT	pàg. 75
5.2. Anàlisi del prototip	pàg. 76
5.2. Test amb usuaris	pàg. 81
5.3. Propostes de millora	pàg. 86
5.4. Proposta de valors	pàg. 88
5.5. Cons de futur	pàg. 90
6. Conclusions	pàg. 92
7. Enllaç al prototip, bibliografia, figures i taules	pàg. 95

1. Context i justificació del treball

La cultura popular no està aïllada dels entorns digitals. Els ens organitzadors d'aquests tipus de festes són molt presents a internet i a altres plataformes digitals. Les necessitats que tenen aquests esdeveniments són múltiples, i sovint estant estretament vinculats a un seguit de tradicions, simbologies i valors que els caracteritzen.

Aquest projecte té com a principal objectiu resseguir aquests elements singulars dels esdeveniments de cultura popular, per tal de prototipar un entorn web capaç d'aportar eines adaptables a les diverses necessitats que presenten aquest tipus d'esdeveniments. La recerca es centrarà –gairebé de forma exclusiva– en el format web per dispositius mòbils.

Per fer-ho prendre'm com a cas de treball, el Carnaval de Terra Endins de Torelló. Aquesta festa se celebra des de 1978 a la localitat de Torelló. Segons dades de 2017, hi assisteixen cada any al voltant de 22.000 persones, cosa que suposa un fort impacte, tant social, com econòmic, com cultural, en una població que ronda els 15.000 habitants (EURECAT i CERC 2017, 22).

El Carnaval consta de diverses activitats, el gruix de les quals, es concentren entre el dijous llarder i el dimecres de cendra, tals com: La Presentació, el Pullassu, les Senyorettes i els Homenots, la Rua, el Terra Endins, el Carnaval Infantil i l'Enterrament de la Sardina.

Malgrat que tots els actes queden dins del paraigües del Carnaval de Terra Endins, la realitat és que les característiques, el desplegament, la quantitat d'assistents, la tipologia de les entitats implicades i les necessitats de cada esdeveniment són molt diferents entre sí. Tot això en dificulta una gestió comunicativa i digital transversal.

Ahora, aquesta riquesa comporta un ampli ventall d'opcions que probablement podrien ser aplicades a altres esdeveniments culturals, ja siguin del mateix municipi o a localitats veïnes.

Al mateix temps, aquesta festa no sols es concentra en transmetre un programa d'actes, sinó que va més enllà i proposa un programa d'accions de prevenció entorn al consum d'alcohol o drogues, i les agressions sexuals.

1.1. Objectius

Els objectius principals d'aquest projecte són:

1. Repensar i adequar el web del Carnaval, per tal d'ampliar-ne l'ús i convertir-lo en l'espai principal de consulta.
2. Identificar les necessitats de cadascun dels actes i tasques d'organització del Carnaval pel que fa a la seva presència online.
3. Potenciar el format per mòbil del web.
4. Ampliar el nombre de funcions de l'espai web.
5. Millorar la jerarquia i arquitectura d'informació.
6. Augmentar la visibilitat de les entitats i adequar-la a les seves necessitats.
7. A partir dels resultats obtinguts, elaborar una estructura web fàcilment aplicable a altres esdeveniments de característiques similars.

1.2. Enfocament, etapes i mètodes a seguir

Aquest projecte seguirà la metodologia pròpia del Design Thinking i que es centre amb les següents parts: empatitzar i definir, idear i prototipar, i testejar.



Fig. 1. Descripció visual dels cinc estadis del procés de Design Thinking.

Aquesta investigació s'estructurarà a partir d'aquests cinc passos. Tot i que per operativitat s'articularà el calendari de forma lineal. Durant el procés es realitzaran passos endavant i endarrere per tal de treballar de la forma circular que es proposa des del Design Thinking (Mor et al, 2023).

Durant la recerca, es tindrà en compte en tot moment els criteris d'igualtat de gènere. Això, s'explicitarà a partir d'utilitzar un llenguatge inclusiu i prioritzant les

formes neutres del llenguatge. A més, les decisions que es prenguin, a l'hora de dissenyar el producte final, es tindran en compte criteris no sexistes i la incorporació d'imatges inclusives.

Val a dir que des de la mateixa organització del carnaval s'ha treballat per tal d'arredicar i denunciar les situacions masculistes de dins i fora de la festa. Fins i tot s'ha actuat per tal d'actualitzar la narració d'alguns dels actes del Carnaval que patien d'una perspectiva esviaixadament sexista. En aquest sentit, aquesta feina s'ha de poder veure reflectida en tot el treball de disseny.

També es tindran en compte els comportaments ètics i globals per tal de generar un producte que tingui en compte els drets i la protecció responsable de les dades dels usuaris.

Finalment, sempre que sigui possible, s'inclouran o es proposaran elements que fomentin la sostenibilitat ecològica i ambiental, tot i que, per la naturalesa del treball, aquests no són aspectes prioritaris, si més no en primera instància.

Calendarització

A nivell de calendarització, s'estructurarà el projecte amb 4 fases: Pla de Treball (PAC 1); Investigació, definició i ideació (PAC 2); Prototipat (PAC 3), i Avaluació (PAC 4).

A cadascuna d'aquestes fases hi haurà incloses les següents metodologies:

Pla de Treball (PAC 1)

- Definició del projecte: Definició del marc teòric i metodològic del projecte.
- Pla de treball: Elaboració del pla de treball i calendarització de les tasques a partir d'un diagrama de Gantt.

Investigació, definició i ideació (PAC 2)

- Identificació de l'espai del problema
 - Identificació de les accions, els agents que en formen part, i les eines web associades a cada tasca.
 - Descripció del producte: anàlisi qualitatiu.
 - Anàlisi de les dades de visualització i accés al web del Carnaval.
 - Benchmarking.
 - Guió i entrevistes
 - Lean UX Canvas

Prototipat (PAC 3)

- Elebaoració de les fitxes de persona
- Entrevistes als usuaris i arquitectura de la informació a partir d'un test de card sorting i tree testing.
- Creació d'un storyboard
- Realització d'un Blueprint service.
- Elaboració d'un prototip digital emprant Figma.

Avaluació (PAC 4)

- Revisió del prototip a partir d'un segon anàlisi heurístic.
- Testeig del prototip amb usuaris.
- Revisió i adequació del prototips segons els resultats obtinguts.
- Realització d'un diagrama de proposta de valors.
- Presentació de les troballes finals i elaboració d'un disseny de futurs.

1.3. Pla de treball

Diagrama de Gantt

		Març					Abril				Maig				Juny	
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
PAC 1	Definició del projecte															
	Pla de treball															
PAC 2	Identificació de les accions, els agents i els entorns digitals															
	Descripció del producte: anàlisi qualitatiu.															
	Anàlisi de les dades															
	Benchmarking															
	Guió i entrevistes entitats															
	Lean UX Canvas															
PAC 3	Fitxes de persona															
	Entrevistes usuaris															
	Card Sorting															
	Storytelling															
	Blueprint service															
	Prototipatge															
PAC 4	Anàlisi heurístic del prototip															
	Testeig del prototip amb usuaris															
	Revisió i adequació del prototip															
	Proposta de valors															
	Dissenys de futur															
PAC 5	Vídeo de presentació															

Taula 1. Diagrama de Gantt, pla de treball.

2. Recerca

El web *carnavaltorello.cat* és la pàgina oficial del Carnaval de Terra Endins de Torelló. L'estructura global del web es va redissenyar per darrer cop l'any 2017, tot i que, d'aleshores ençà, ha modificat i incorporat alguns aspectes i necessitats que en aquell moment no estaven previstos.

El web vol ser un espai on hi tinguin cabuda la principal informació de la festa, la programació i la informació pràctica que pugui ser important pels usuaris. També serveix com a plataforma a través de la qual es pot accedir a galeries d'imatges i de vídeos o a les pàgines de compra d'entrades. En aquest sentit, la pàgina web no alberga la majoria de vídeos i fotografies –les quals estan allotjats a YouTube i Flickr, respectivament– ni tampoc gestiona la venda d'entrades, la qual es realitzen a través de servidors externs a l'entitat, per tal de reduir costos i obtenir un servei que pugui ser àgil per l'usuari.

La interfície que s'utilitza per gestionar la pàgina web és la plataforma WordPress, la qual facilita una actualització fàcil i força àgil per la entitat, a més que una capacitat d'adequació a les necessitats que presenten les diverses entitats.

A l'hora de realitzar la recerca, hem seguit un conjunt de metodologies i passos, que ens han permès obtenir informació rellevant que serà útil en el moment d'abordar el prototipatge i disseny del producte final.

Com que el Carnaval de Torelló ja disposa d'un web, la recerca s'ha centrat al voltant de la web actualment en ús. Per començar, hem elaborat un informe i descripció del web actual, a través del qual hem llistat les funcions que ofereix; l'estructura que presenta; el format de navegació; l'arquitectura de la informació, i la disposició del disseny.

Seguidament, aprofitant que la pàgina web del Carnaval disposa d'una eina d'anàlisi de dades, tal com és ExactMetric, hem analitzat les dades recollides en la passada edició del Carnaval, per tal de saber algunes de les tendències que tenen els usuaris de la web del Carnaval.

A continuació, mitjançant la metodologia del benchmarking, hem comparat els resultats obtinguts en els primers anàlisis amb quatre altres webs d'esdeveniments similars als del Carnaval de Terra Endins i que creiem que presenten solucions atractives o interessants. Aquests webs són els webs de l'Aquelarre de Cervera, el Carnaval de Solsona, la Mercè de Barcelona i la Patum de Berga.

Un cop finalitzada aquesta primera part de la recerca, hem elaborat un guió que ens ha servit per tal d'afrontar quatre entrevistes a diferents membres de les entitats que formen part del Carnaval. Ens hem centrat en la figura dels organitzadors, per tal de saber les seves inquietuds sobre la pàgina web, les necessitats i interessos que tenen com a organització. En aquest sentit, els organitzadors ens han llistat les funcions, els valors, els objectius i la imatge que volen transmetre als usuaris, quan aquests accedeixen al web.

Quan iniciem les fases de prototipatge i d'anàlisi, abordarem les entrevistes amb usuaris potencials del web, per tal de conèixer els seus hàbits i poder ajustar els objectius dels organitzadors amb les necessitats dels usuaris.

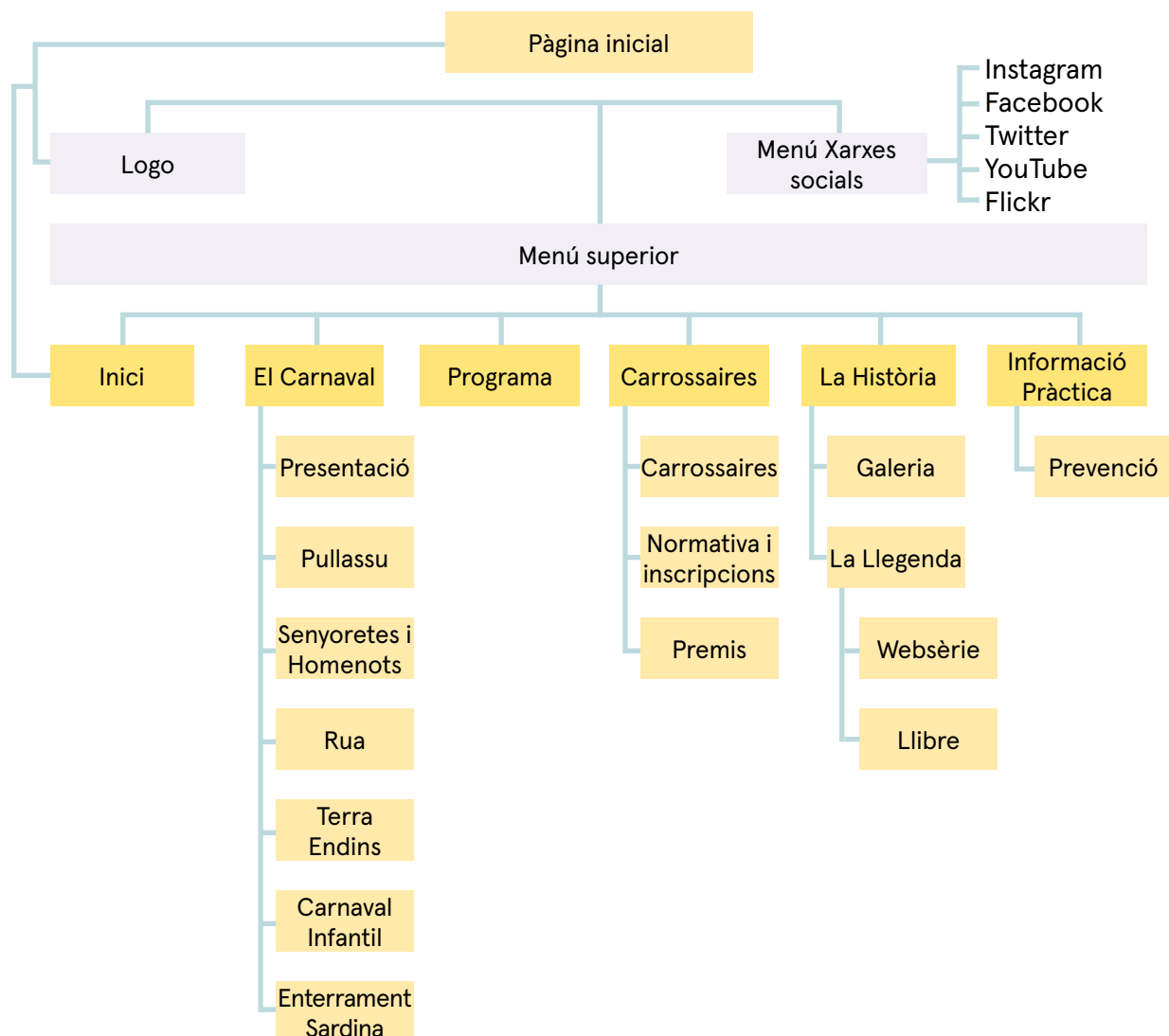
Els descobriments obtinguts durant les entrevistes ens han servit per incorporar-les a una taula de Lean UX/DI, el qual ens ha permès agrupar les necessitats i objectius de cada associació en un mapa de valors.

Finalment, hem realitzat un mapa conceptual, a partir del qual, podrem planificar el conjunt de funcions que ha d'acomplir el web.

2.1. Descripció del producte

Abans de plantejar possibles canvis al web de Carnaval, volem analitzar profundament la forma i els elements que el consisteixen actualment. Per fer-ho, hem realitzat un anàlisi qualitatiu de l'arquitectura de la informació que ens ha permès fer una revisió crítica de la pàgina actual.

2.1.1. Mapa web



Taula 2. Mapa web del Carnaval de Torelló

2.1.2 Anàlisi qualitatiu

- **Enllaç:** www.carnavaltorello.cat
- **Any de creació:** 2017
- **Equip de disseny:** Control Z Visual



Fig 2. Guia d'estil

- **Estructura:** La pàgina presenta un menú superior, un cos i un peu de pàgina. El groc és el color corporatiu de la pàgina i apareix de forma rellevant en tota la pàgina web.



Fig 3. Menú superior

- **Menú superior:** El menú superior està estructurat en tres parts. En primer lloc hi ha el logotip del Carnaval. El logotip es pot clicar com a drecera per accedir a la pàgina inicial.

En segon lloc trobem els apartats d'informació. Aquests estan agrupats en cinc categories Inici, El Carnaval, Carrossaies, Història i Informació Pràctica. Exceptuant inici, la resta d'apartats disposen d'un menú desplegable, amb diversos subapartats.

- **Menú xarxes socials:** Aquest menú es troba just a continuació del menú superior. En ell hi trobem cinc xarxes socials: Instagram, Twitter, Facebook, YouTube i Flickr.

- **Pàgina inicial:** La pàgina inicial l'encapçala un marcadore de compte enrere. No hi ha cap imatge que ens recordi el Carnaval.

A continuació trobem un títol amb les dates del Carnaval i els logotips dels sis actes principals del Carnaval, tals com són: la Presentació del Carnaval, el Pullassu, les Senyorettes i Homenots, la Rua de Carnaval, el Terra Endins Festival i l'Enterrament de la Sardina. Falta l'ícona del Carnaval Infantil.

Cap d'aquestes icones presenta un enllaç cap a les seves respectives pàgines. Per accedir a informació de cada acte cal accedir-hi a través de l'apartat El Carnaval del menú superior.

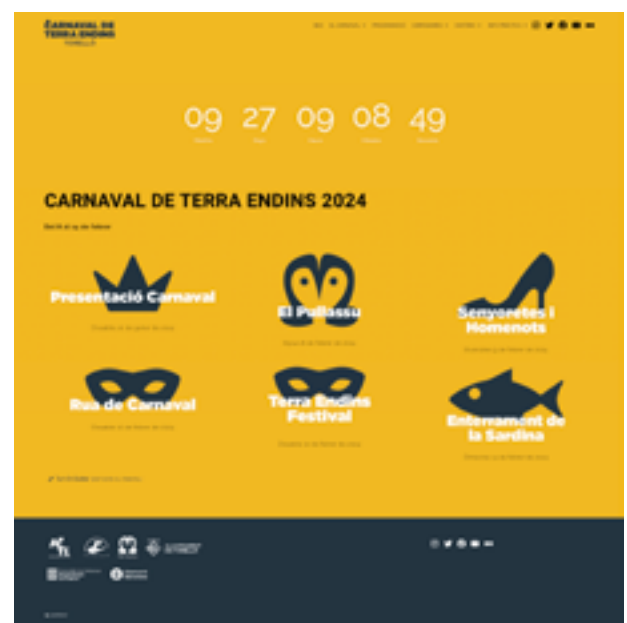


Fig 4. Pàgina inicial

→ **El peu de pàgina:** En el peu de pàgina hi trobem els logotips de les entitats organitzadores i les institucions que hi donen suport. A més, s'hi repeteix el menú de xarxes socials i l'enllaç cap al web dels dissenyadors. Finalment hi trobem un botó estil "back to top".

A diferència de la resta del web, el peu de pàgina és de color blau fosc, cosa que queda clarament diferenciat amb la resta d'elements de la pàgina. L'accés no disposa de cap finestres o menú per acceptar l'ús de cookies o l'anàlisi de dades.



→ **El Carnaval:** Quan s'accedeix a Carnaval a través del menú superior el web permet accedir a una pàgina genèrica o bé anar directe a uns dels set apartats de la festa.

A la pàgina general de El Carnaval hi trobem el títol "El Carnaval de Terra Endins", dos paràgrafs amb informació sobre els orígens del Carnaval i els esdeveniments més significatius, i un darrer bloc estructurat a partir dels logotips i que permet a l'usuari accedir als diversos esdeveniments. En aquest cas hi trobem el Carnaval Infantil però no el Terra Endins Festival.

→ A **La Presentació de Carnaval**, hi trobem el títol amb el logotip representatiu i una fotografia d'alguns dels personatges representatius de l'activitat. A continuació hi ha les dates i el lloc de l'esdeveniment i a continuació el text informatiu de l'acte. La informació està estructurada en format de paràgraf i no es detecta un jerarquia visual gaire accentuada. A la part inferior hi trobem el vídeo de la darrera presentació en directe i una galeria d'imatges en format carrusel.



→ A **El Pullassu**, hi trobem un format semblant a la pàgina de La Presentació de Carnaval, però amb algunes diferències significatives. En primer lloc, el text està maquetat en format d'un paràgraf d'introducció i dos en format de columna. A continuació trobem una galeria amb fotografies de tots els personatges que participen del ritual. Finalment, tornem a trobar una galeria d'imatges en format carrusel.



Fig 5. Pàgina de El Pullassu

→ A **Senyorettes i Homenots**, hi trobem el format de la pàgina de Pullassu. Es repeteix la mateixa estructura de



Fig 6. Pàgina de La Rua

text, però no hi figura la galeria de personatges, perquè la festa no ho necessita. Al fons de la pàgina es manté la galeria d'imatges en format carrusel.

→ A **La Rua de Carnaval** hi trobem una estructura de text igual que en els dos anteriors casos. A continuació trobem dos plànols del recorregut de la rua. El primer és sobre mapa, el segon en format de trams -semblant al mapa del metro- i amb els serveis que podem trobar a cada tram. Cal indicar que al llarg de la Rua s'hi pengen números de punta a punta del carrer. D'aquesta manera els assistents o serveis de seguretat que venen de fora del municipi poden orientar-se fàcilment i si cal demanar ajuda. Com en els darrers casos la pàgina acaba amb un conjunt de fotografies en format de galeria tipus carrusel.

→ A **Terra Endins** hi trobem una estructura diferent. Per una banda hi trobem un text sobre l'esdeveniment en una sola columna. Es desplega una segona columna on apareix el cartell. Finalment trobem els botons amb accés a la compra d'entrades d'un color que no té res a veure amb la resta de la gràfica del lloc web. A la part inferior de la pàgina hi trobem informació sobre mobilitat.

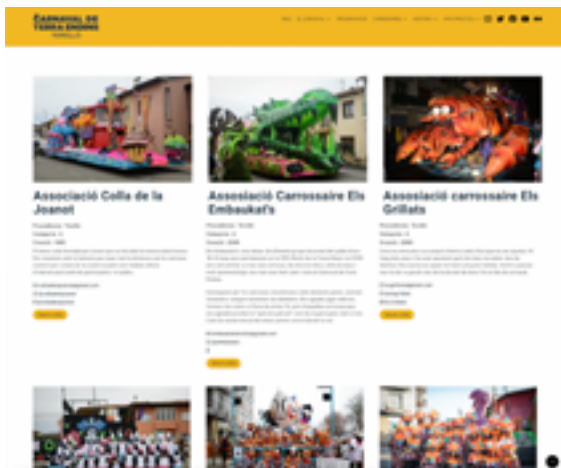
→ **El Carnaval Infantil** presenta una estructura totalment diferent a la resta d'esdeveniments. Utilitza requadres en gris amb una estructura de 1/3 + 2/3. En el primer bloc hi trobem el cartell de l'espectacle i la fitxa artística. A la part dreta hi trobem l'horari i la descripció de l'espectacle. El títol està duplicat i a la part inferior hi ha un enllaç cap a una altra pàgina. Això ens indica que la pàgina pot haver estat creada a partir d'un format de blog enlloc d'un format de pàgina com la resta. L'enllaç a Entrades no té res a veure amb el que s'utilitzava a la pàgina de Terra Endins.

→ **L'Enterrament de la Sardina** té una estructura calcada a la de Senyorettes i Homenots.



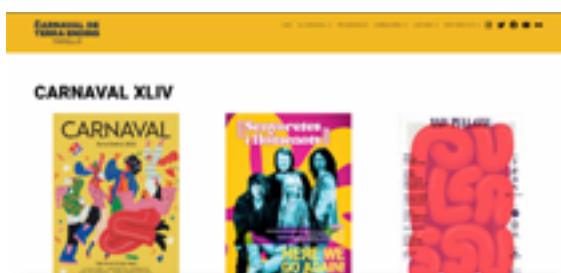
→ **Programació:** Aquest apartat és visible només durant la temporada de Carnaval. Un cop passat l'esdeveniment desapareix.

La programació està dividida per dies. Cada dia hi ha la descripció dels diferents esdeveniments. A sota de cada esdeveniment també hi trobem els cartells i en cas que hi siguin, els enllaços a la venda de tiquets. Alguns dels cartells disposen de més d'una versió, els quals es visualitzen en mode d'slide automàtic. A la part final, també hi trobem un paràgraf amb els actes fora del programa oficial.

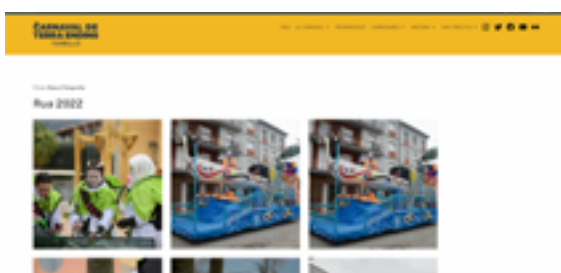


→ **Els Carrossaires:** L'apartat de carrossaires és l'espai dedicat a les colles carrossaires que participen a la rua. S'ha creat una pàgina inicial amb una introducció que explica com són les colles carrossaires. A continuació trobem tres icones que ens permeten accedir als diversos apartats de carrossaires. Finalment hi ha enllaçat un vídeo en format trailer d'un documental sobre les colles carrossaires.

→ **Colles carrossaires:** Aquest apartat, en forma de galeria, es descriuen una bona part de les colles carrossaires que participen al Carnaval. Totes elles tenen una descripció en forma de fitxa. Un botó en groc, ens permet accedir a una pàgina pròpia amb informació addicional.



→ **Normativa i inscripcions a la rua:** En aquest apartat hi trobem la normativa sencera de la rua. Dins de la normativa, assenyalat dins d'un requadre groc i trobem l'accés a l'enllaç a la inscripció. Aquest et porta a un formulari tipus GoogleForm. L'estructura d'aquesta pàgina és el de dues columnes.



→ **Premis:** En aquest apartat hi trobem el palmarès dels últims dotze anys. També trobem algunes de les fotos de carrosses premiades dels últims anys.

→ **Història:** Aquest apartat no disposa d'una pàgina genèrica, sinó que cal clicar a un dels subapartats.

Fig 7. Pàgina de la Programació
Fig 8. Pàgina Colles Carrossaires
Fig 9. Pàgina Galeria Cartells
Fig. 10 Pàgina Galeria Fotografies



Fig. 11. Pàgina de la Websèrie

Fig. 12 Pàgina de la Campanya de Prevenció

→ **Galeria:** A l'apartat galeria hi trobem el recull de cartells dels actes dels últims anys. La majoria de cartells disposen d'accés a material audiovisual o fotogràfic. S'indica el tipus de material que s'hi trobarà segons si hi ha una icona de càmera de fotos o de càmera de vídeo. En el cas que no hi hagi icona no hi ha enllaç al material gràfic.

→ **La Llegenda del Falatell:** La Llegenda del Falatell és un subapartat que ens enllaça als dos sub-subapartats que són la Websèrie i el llibre. La Llegenda del Falatell és el conjunt d'històries que, de forma simbòlica, explica'n i enllacen en un únic relat totes les festes del Carnaval de Torelló.

→ **Websèrie:** En la websèrie trobarem una pàgina amb els sis capítols de la websèrie de la Llegenda del Falatell. A diferència que la resta de pàgina aquesta té fons negre.

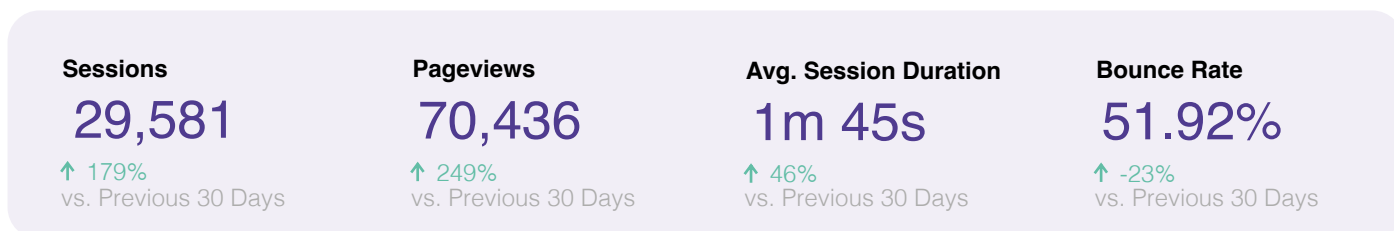
→ **Llibre:** A la pàgina del llibre, accedim a una pàgina amb informació sobre com adquirir el llibre de La Llegenda del Falatell. Antigament disposava d'un petit quizz que actualment no funciona.

→ **Info pràctica:** La pàgina d'Informació Pràctica disposa d'una pàgina genèrica amb un plànol de Torelló, informació sobre transport públic i informació de contacte de l'entitat Associació Carnaval de Terra Endins.

→ **Prevenció:** L'apartat de Prevenció hi trobem els cartells i material imprès (cartes a les famílies, joves i carrosaires) de la Campanya prevenció "Per Carnaval tot s'hi val? Passa't-ho bé sense passar-te!". La imatge gràfica difereix de la resta de la pàgina i no disposa de text explicatiu ni de títol al capdamunt de la pàgina.

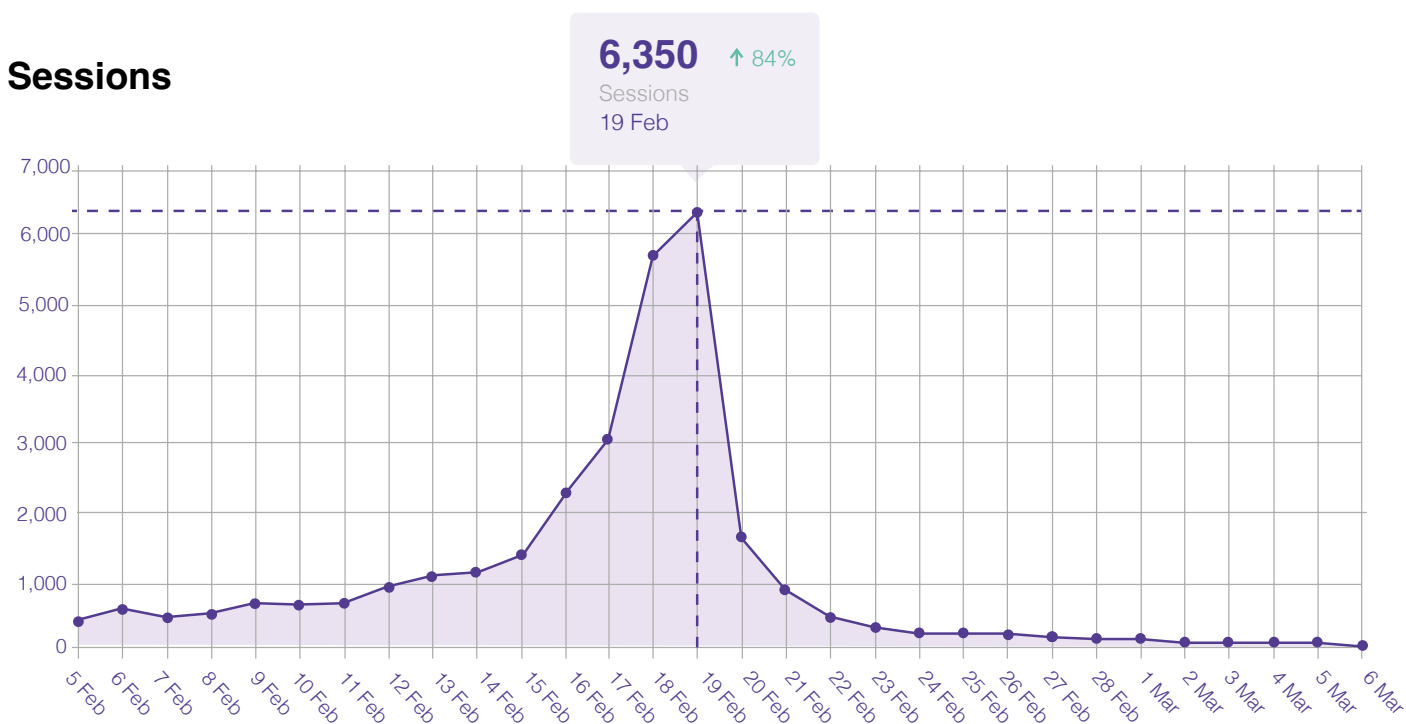
2.2. Anàlisi de dades

A la pàgina web del Carnaval de Torelló hi ha instal·lada la versió gratuïta del plug-in ExactMetrics. Aquesta eina, malgrat no trobar-se en la seva versió PRO, ens ha permès recollir i analitzar algunes de les dades de visites i hàbits dels usuaris del web del Carnaval durant els dies anteriors i posteriors a la festa de Carnaval.



Taula 3. Dades generals Carnaval

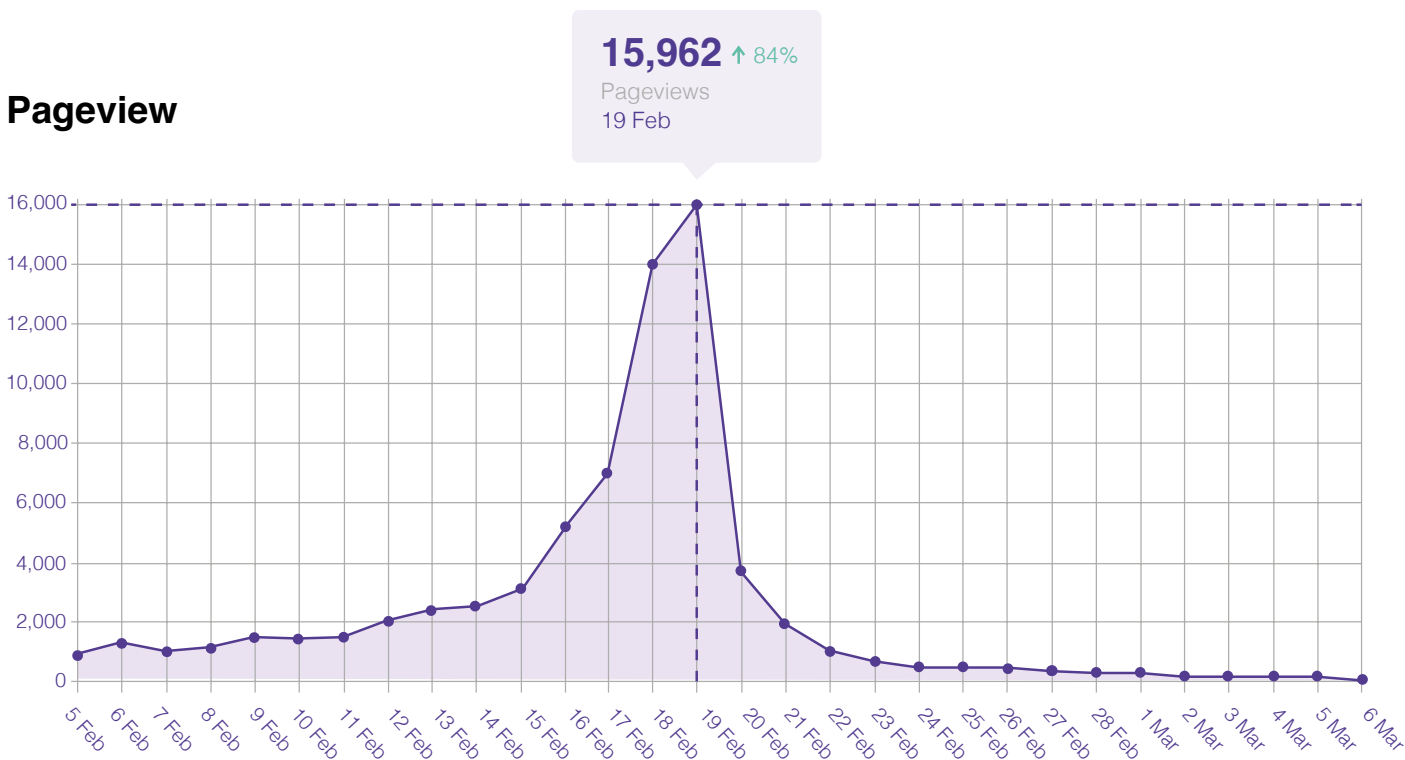
En l'edició 2023, entre el dia 5 de febrer i el 6 de març, el web del Carnaval de Terra Endins ha registrat un total de 29.581 sessions i 70.436 visites per pàgina. El temps que cada usuari visita a la pàgina web és de 1m i 45s, cosa que és un temps força elevat. Finalment, cal indicar que la taxa de rebot és del 51,92%. Un fet interessant és que, en apropar-se les dates de la festa, disminueix el rang de rebot i per tant els usuaris destinen més temps al web.



Taula 4. Dades de les Sessions 2023. Dates recollides entre el 5 i el 6 de març.

Els pics de visites es van donar el dissabte 18 de febrer (5.746) i el diumenge 19 de febrer (6.350). Aquests dos dies corresponen amb el dissabte i el diumenge del Carnaval. Posteriorment, es veu una baixada important de les sessions.

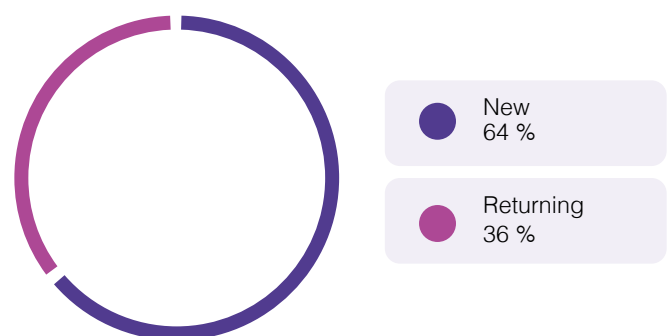
Pageview



Taula 5. Dades Pageview

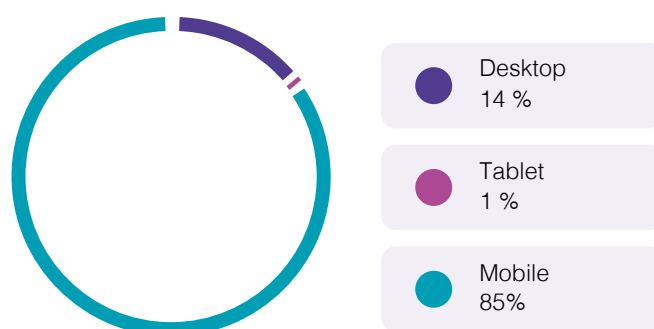
Les visites per pàgina segueixen la mateixa gràfica i té el pic màxim el 19 de febrer amb 15.962 visualitzacions per pàgina. Si fem una divisió entre el tota de sessions i el pageviews, ens surt que cada usuari fa de mitjana unes 2,4 visites per pàgina de mitjana per usuari. Si fem la mateixa divisió en el marc del diumenge 19 de febrer –moment del màxim pic– veiem un lleuger increment en el nombre de visites a 2,5 visites de mitjana per usuari.

New vs. Returning Visitors



Taula 6. Dades New vs. Returning Visitors

Device Breakdown



Taula 7. Device Breakdown

El nombre d'usuaris que retornen al web és del 36% respecte el 64% d'usuaris nous. Això, ens pot indicar que una part dels usuaris, probablement, fan servir el web per comprar les entrades o informar-se.

Top Països

1. Espanya	29,108
2. França	80
3. Estats Units	80
4. Itàlia	48
5. Andorra	43

Taula 8. Top Països

Top Referrals

1. torelló.cat	675
2. link.ee (instagram)	485
3. lm.facebook.com	192
4. naciodigital.cat	165
5. l.instagram.com	96
6. web.gencat.cat	83
7. festesmajorsdecatalunya.cat	79
8. t.co	65
9. m.facebook.com	60
10. l.facebook.com	57

Taula 9. Top Referrals

Clarament, el públic potencial és de l'estat espanyol (probablement de Catalunya). Un altre fet interessant és com una part important dels usuaris hi accedeixen a través del web de l'ajuntament de Torelló. En segona posició tindriem els usuaris que accedeixen al web a través del Linktr.ee (accés viable a través de la biografia de Instagram). També és interessant com Naciodigital.cat es col·loca com un mitjà a través del qual molts usuaris accedeixen al web del Carnaval. Aquesta, podria esdevenir una aliança a valorar. Un altra fet rellevant és la poca itinerància que hi ha entre el twitter i el web. Caldria veure si els twits contenen gaires enllaços al web -probablement no- o bé si el tipus d'usuaris de twitter són poc actius.

Top Posts/Pages

1. Dies de Carnaval	675	6. Premis de la Rua 2023	83
2. Programació	485	7. Carrossaires	79
3. Carnaval de Terra Endins de Torelló	192	8. El Pullassu	65
4. El Carnaval	165	9. Galeria	60
5. Rua	96	10. Classificació de la Rua 2023	57

Taula 10. Top Posts/Pages

Dies de Carnaval és el nom que rep la pàgina inicial durant els dies previs del Carnaval, per aquest motiu és la pàgina més visualitzada. Això ens pot indicar que molts usuaris accedeixen al web des de la pàgina inicial. En segona posició ens indica que la programació és l'interès principal dels usuaris i en tercer lloc l'enllaç cap a la informació del Carnaval. Un altre element interessant és com la pàgina del resultat del concurs de Carrossaires també és una informació d'interès. Les pàgines relacionades amb la Rua i El Pullassu, en general, tenen un bons resultats de visualitzacions.

2.2.1. Descobriments

Positiu

Les dades obtingudes, en general són bones. La pàgina té un ampli ús, sobretot durant els dies de la festa.

El moderat rebot d'usuaris i la durada de les visites ens confirmen que els usuaris dediquen un cert temps a visitar la pàgina. En aquest sentit, aquest element pot ser positiu per tal d'introduir missatges o informació addicional que serveixin per educar al públic sobre el funcionament de la festa.

Oportunitats

Sense descuidar el format web, cal enfocarel web en format mòbil, ja que, la majoria d'usuaris hi accedeixen a través d'aquest dispositiu.

Cal repensar com es llença la informació per Twitter, ja que és la pàgina a través de la qual hi accedeix menys públic.

Cal repensar la informació de la festa de Senyorettes i Homenots, ja que és l'única que no apareix dins les 10 pàgines més vistes. Potser és poc atractiu el contingut?

Neutre

La majoria d'usuaris accedeixen al web per informar-se i ho fan en una sola sessió.

Els usuaris són molt actius durant els dies de l'esdeveniment. El què no sabem és el motiu concret. Algunes hipòtesis són: per confirmar els horaris, comprovar la posició de les carrosses, comprar entrades, veure les localitzacions o descobrir el resultat dels premis de la Rua.

Taula 11. Descobriments de l'anàlisi de dades

2.3. Benchmarking

Tots els esdeveniments culturals disposen de xarxes socials per fer difusió dels seus esdeveniments. La majoria també compten de pàgina web. La funció d'ambdós canals, però, és diferent. Mentre el primer ha esdevingut un canal dinàmic capaç d'establir contacte directe amb els seguidors d'un esdeveniment, l'altre s'utilitza com a plataforma de venda i difusió de la informació i la història de cada organització.

El benchmarking és una tècnica que parteix de l'anàlisi entre diversos productes semblants als que volem dissenyar, per tal d'extreure'n els punts forts i febles de cada competidor i, a més, ens permet recopilar les resolucions que són tendències en la nostra àrea d'investigació.

S'han elegit 4 pàgines web d'alguns esdeveniments singulars de Catalunya, que comparteixen amb el Carnaval de Terra Endins de Torelló, la seva vinculació amb les festes populars i que tenen com a eix principal l'associacionisme. També s'ha tingut en compte que disposin d'una arquitectura de la informació rica i innovadora. Aquests esdeveniments són el Carnaval de Solsona, l'Aquelarre de Cervera, la Patum de Berga i la Mercè de Barcelona.

CARNAVAL
SOLSONA

El Carnaval de Solsona (www.carnavalsolsona.com) comparteix moltes similituds amb el Carnaval de Torelló. Entre elles el seu caràcter participatiu. Malgrat no ser la web més atractiva visualment, presenta algunes singularitats interessants, com per exemple: disposa d'accés privat per socis o una botiga de marxandatge.

MERCÈ

La web de la Mercè (www.barcelona.cat/lamerce/ca) destaca per la seva capacitat de gestionar una gran quantitat i complexitat d'activitats organitzades per diverses entitats. A més, es mostra l'exemple d'un web molt institucionalitzat.


AQUELLARRE
DE CERVERA

La web de l'Aquellarre de Cervera (www.aquellarre.cat) presenta un gran impacte visual a primer cop d'ull i una estructura centrada en l'scroll que li permet donar dinamisme a la pàgina. El seu punt més feble és la manca d'un format responsive per dispositius mòbils.



La web de la Patum de Berga (www.lapatum.cat) és una eina divulgativa enfocada a explicar la festa. El seu punt feble, però, és la falta d'informació pràctica i la poca claredat a l'hora de trobar informació vital com la programació.

Carnaval de
Terra Endins

Carnaval
de Solsona

La Mercè
de Barcelona

L'Aquellarre
de Cervera

La Patum
de Berga

Menú superior

Es disposa d'una sola línia de menú?

Sí

No. El menú està estructurat en dues línies. El menú superior està pensat per persones molt interessades amb el Carnaval. En el menú inferior hi trobem la informació més genèrica per la gent que ve de fora.

No. Disposo d'una barra superior de navegació i un menú inserit dins d'un slider d'imatges. Disposo de menús desplegable.

Sí

Sí

Disposa d'un menú específic de xxss

Sí

Sí

No. Es troba en el footer

No. Hi destinen una pàgina sencera

No. No s'hi fa referència enlloc del web

Footer

Logotips

Sí

Sí

Sí

Sí

Sí

Mapa de contingut

No

Sí

Sí

No

No

Menú xarxes socials

Sí

Sí

Sí

No

No

Portada

Disposa d'un marcador de compte enrere

Sí

Sí

No

No

No

Disposa d'un vídeo resum a la portada

No en aquest moments

Sí

No. Però incorpora fotografies

Sí

No

Les dates de la festa es visualitzen en primera pla?

No. Les dates es visualitzen en un segon nivell

Sí

Sí

Sí

No. No apareixen de forma clara

	Carnaval de Terra Endins	Carnaval de Solsona	La Mercè de Barcelona	L'Aquellarre de Cervera	La Patum de Berga
Informació destacada	S'hi destaquen els actes del Carnaval i les dates de la propera edició.	Es destaquen els apartats més importants de la festa (programa i beneficis de ser soci), posteriorment es fa esment de les activitats de visita dels elements festius, un espai de mediateca, les notícies i finalment un llistat dels establiments col·laboradors.	En primer pla trobem el cartell acompanyat d'un petit escrit de presentació. A continuació, trobem el programa en pdf i un enllaç a un index d'artistes. Seguidament, trobem un cercador d'activitats, un plànol de la ciutat, un slider amb les ubicacions principals i enllaços a cada pàgina segons l'activitat. Finalment trobem l'apartat d'informació pràctica, l'accés a l'app de la Mercè. Finalment trobem les notícies.	Apareixen els 5 principals elements de la festa com són: el foc, l'espectacle, la música, la fira i l'aquerralet o versió infantil.	El primer que t'apareix és l'apartat Què és? tant a nivell informatiu com apartat del web. Això ens fa denotar l'interès de divulgar la festa al món.

Programa

Disposa d'una etiqueta propia en el menú superior?	Sí	Sí			
La programació es divideix segons els actes?	No. L'estructura està per dates en una sola pàgina.	No. L'estructura està per dates en una sola pàgina.	Sí. A causa de la gran quantitat d'actes, existeixen diverses programacions per disciplines.	Sí. La programació s'estructura a partir dels elements principals de la festa.	Sí. La programació està dissimulada en cada jornada.
L'estructura del programa és en format de taula?	Sí	No. L'estructura és tipus llistat.	No. L'estructura té format de post.	No. L'estructura és tipus llistat.	No. L'estructura està dissimulada i costa de trobar.
Incorpora enllaços?	Sí	No	Sí	No	Sí
Incorpora imatges?	Sí	No	Sí	No	No

Carnaval de
Terra Endins

Carnaval
de Solsona

La Mercè
de Barcelona

L'Aquelarre
de Cervera

La Patum
de Berga

La Festa

Com s'estructura?	Cada acte disposa del seu apartat propis	Cada element de la festa disposa del seu propi apartat. També es distingeix un apartat d'història general.	La pàgina de la Festa es molt institucional i agrupa elements com: la presentació d'alcadia; el cartell; el pregó; l'organització o la ciutat convidada.	S'estructura a través dels ingredients de la festa com: el foc; la música; l'espectacle o la fira.	S'estructura a través de les comparses que conformen la festa. També es fa molt èmfasi en la part històrica.
Quina informació hi trobem?	Hi trobem els horaris, la història, l'explicació de la festa i en alguns casos informació pràctica o de recorreguts.	Es centra en la història de la festa.	Es centra en la part institucional de la festa.	Es centra en la programació.	Es centra en explicar el funcionament de la festa i dels seus elements i història.

Pàgines

Com s'estructura?	En forma de columnes de tres terços.	En forma d'una sola columna.	En forma de columnes de 3/3.	En forma d'una sola columna. Es fa molt èmfasi de l'scroll, ja que les imatges apareixen darrera dels blocs de text, a mesura que es fa scroll down.	En forma de meitats.
Incorpora enllaços de navegació?	No. Només apareix en els casos de pàgines de posts	Sí. A la part inferior apareix un botó per accedir a la pàgina anterior.	Sí. A la part superior apareix un menú que t'indica la pàgina de procedència.	No. L'estructura es centra en l'scroll.	En forma de meitats.

Inscripcions i tràmits

Incorpora un apartat d'inscripcions i tràmits?	No. S'incorpora dins de cada apartat.	Sí. Disposa d'una pàgina amb tota la informació de tràmits.	No	No	Sí. Disposa d'una pàgina amb tota la informació de tràmits.
--	---------------------------------------	---	----	----	---

Carnaval de
Terra Endins

Carnaval
de Solsona

La Mercè
de Barcelona

L'Aquellarre
de Cervera

La Patum
de Berga

Informació pràctica

Disposa d'un apartat d'in-
formació pràctica?

Sí

Sí

Sí

Sí

No

Disposa d'un llistat d'allot-
jaments i restauració?

No

Sí

No

Sí

No

Disposa d'un apartat de
campanya de prevenció?

Sí

No

No

No

No. Però sí a la app.

Disposa d'informació de
mobilitat?

Sí

No

No

Sí

No

Utilitza una eina tipus FAQ?

No

No

Sí

No

No

Disposa d'un mapa amb
els espais?

No. Disposa d'un plànol, però
sense els espais marcats

Sí

Sí

Sí

Sí

Disposa d'informació tu-
rística sobre què visitar?

No

No

No

Sí

No

Disposa d'un apartat
d'avisos?

No

No

Sí

No

No

Galeria i arxiu

Disposa de galeria
d'imatges?

Sí. Agrupat per
anys i actes.

No

No. Només disposa de ga-
leria de cartells i pregons.

Sí. Agrupat per anys

No

Disposa d'un apartat d'au-
diovisuals divulgatius?

Sí

Sí

Sí

No

No

Disposa d'altres materials
d'arxiu?

Sí. Arxiu de classificació
de la Rua.

No

Sí. Arxiu de pregons,
cartells i programes.

No

Sí. Arxiu de les cançons en
format àudio i arxiu histò-
ric de la festa.

	Carnaval de Terra Endins	Carnaval de Solsona	La Mercè de Barcelona	L'Aquellarre de Cervera	La Patum de Berga
Botiga					
Disposa de botiga?	No	Sí. Tot i que no està habilitada la venda online	No	No	No
Notícies					
Disposa d'apartat de notícies?	No. No disposa d'un apartat de notícies com a tal. Durant els mesos de la festa s'incorpora un apartat de notícies a la pàgina inicial.	Sí	Sí	Sí	Sí
Quina prioritats se li dona?	Mitjana. Durant els mesos de la festa, ja que apareix a la portada. La resta de l'any és inexistent.	Alta. No es troba en el menú principal, sinó en el secundari. Tot i així apareixen les darreres notícies a la pàgina inicial.	Mitjana. Les notícies es troben al capdell de la pàgina inicial i com a submenú en el menú principal.	Alta. Les notícies es troben en el menú principal i a la pàgina inicial.	Mitjana. Les notícies es troben dins d'un submenú en el menú principal i al final de la pàgina inicial.
Les notícies disposen d'etiquetes?	No	Sí	No	No	No
Disposen d'elements d'interacció? Quins?	No	No	No	Sí. Comentaris i likes.	No
Contacte					
Disposa de pàgina de contacte?	Sí. El contacte està dins d'informació pràctica.	Sí	No	Sí	No. El contacte es troba al footer.
Organització i entitats					
Es disposa d'un apartat d'organització i entitats?	No. Només per les colles carrossaires.	No	Sí	Sí	Sí

	Carnaval de Terra Endins	Carnaval de Solsona	La Mercè de Barcelona	L'Aquellarre de Cervera	La Patum de Berga
Inscripció newsletter	No	Sí	No	No	No
Pàgina de Premsa	No	No	No	Sí. Tot i que només hi ha la informació de contacte.	Sí. Compta amb el dossier de premsa i la informació adicional.
Espai per socis	No	Sí	No	No	No
Mòbil					
La web és responsive?	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Disposa d'un menú hamburguesa?	Sí	Sí	Sí	No	Sí

Taula 12. Dades comparativa benchamrking

2.3.1. Descobriments

- Cada esdeveniment cultural adopta estratègies diferents per difondre la seva festa i, a través de la forma com estructuren la informació, busquen ressaltar-ne els elements distintius.
- Cadascuna fa èmfasi a aspectes concrets. Es denota que no totes persegueixen els mateixos objectius, ni estan adreçades a un públic homogènic, exceptuant el públic forà, el qual totes intenten captar-lo.
- La part històric de la festa, s'utilitza com una forma de legitimar-la i, per tant, se li dona un pes molt important.
- El tractament de les dates en què es celebre la festa, en molts casos es tracte de manera atractiva, a partir de l'ús de marcadors de compte enrere.
- Les pàgines, en general utilitzen imatges a la pàgina d'inici, les quals serveixen com a carta de presentació i fan que l'usuari tingui una entrada més tranquil·la al contingut del web.
- En general, estant pensades per públic extern a la festa. Per aquest motiu, la majoria incorporen un ampli ventall d'informació pràctica.
- La majoria utilitzen canals de notícies, per tal de donar a conèixer i aproximar el treball de les organitzacions.
- La majoria estan adaptades per ser vistes per mòbil.

2.4. Entrevistes a les entitats organitzadores

Durant la recerca hem centrat les entrevistes amb membres de les entitats, per tal de conèixer les seves necessitats, inquietuds i creences.

La feina feta prèviament, a través de l'anàlisi heurístic, l'anàlisi qualitatiu, l'anàlisi de dades i el benchmarking, ens ha permès elaborar un guió a través del qual hem volgut indagar amb l'opinió que tenen les entitats del format web i de la web de Carnaval en concret.

El guió s'ha pensat amb l'objectiu de resseguir els diversos elements que configuren el web. Conèixer quines funcions troben claus o quines estratègies volen seguir, han sigut les principals premisses a l'hora d'estructurar les preguntes.

En total s'han realitzat tres entrevistes amb una durada de vint minuts cadascuna. Les entrevistes s'han realitzat de manera individual i s'han convidat a participar-hi les tres entitats organitzadores del Carnaval de Terra Endins de Torelló com són l'Associació Carnaval de Terra Endins, els Deixebles de Sant Feliu i el col·lectiu Pullassu. A més, s'ha aprofitat que una de les persones entrevistades forma part de diverses organitzacions –entre elles una colla carrossaire– per tal d'incorporar la mirada de les colles carrossaires dins de l'entrevista.

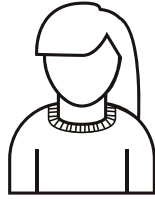
Les entrevistes ens han permès extreure els inputs més rellevants que ens han de permetre pensar el disseny des d'una perspectiva pensada en les persones. Alguns dels descobriments que hem fet ens han d'ajudar a detallar les fitxes de persones que ens ajudaran a dissenyar el nou web.

Finalment, cal mencionar que les entrevistes s'ampliaran més enllà dels membres de les entitats en futures entrevistes.

2.4.1. Guió

1. Abans de formar part de l'entitat, utilitzaves el web del Carnaval?
 - 1.1. Per quin motiu?
2. Per quins canals et sols informar?
 - 2.1. Sols navegar per webs per informar-te?
3. A través de quin dispositiu sols navegar per internet?
 - 3.1. Què trobes còmode d'aquest dispositiu?
4. Em pots posar un exemple d'una web o app d'algun esdeveniment cultural que consultis habitualment o alguna vegada?
 - 4.1. Què et va cridar l'atenció d'aquest lloc web?
5. Quines necessitats o funcions creus que ha d'acomplir, en general, la pàgina web del Carnaval?
 - 5.1. Quins creus que són els punts forts del web del Carnaval?
 - 5.2. Quins creus que són els punts febles del web del Carnaval?
6. Quines necessitats o funcions creus que ha de donar a les activitats que organitza la teva entitat?
7. Se t'acudeix alguna funció que creus que hauria de tenir el web i que actualment no té?
8. Què milloraries del web per tal d'incrementar-ne l'ús?
9. Com creus que establím la relació amb els participants de Carnaval?
10. Quin creus que és el públic potencial que pot interessar-li el web del Carnaval?
11. Quins creus que són els principals aliats de Carnaval?
 - 11.1. Quins hauríem d'incorporar?
12. Se t'acudeix alguna manera de monetitzar el web? Com es podria ajudar econòmicament la festa des de l'àmbit digital?

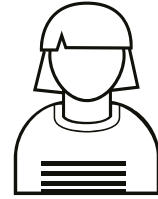
2.4.2. Respostes



Nom: Meri
Edat: 26 anys
Professió: Productora cultural
Entitat a la que forma part:
Deixebles de Sant Feliu, col·lectiu Pullassu i colla Carrossaire els Embaukats



Nom: Marc
Edat: 28 anys
Professió: Dissenyador gràfic
Entitat a la que forma part:
Associació Carnaval de Terra Endins (ACTE)



Nom: Mariona
Edat: 22 anys
Professió: Estudiant d'Humanitats
Entitat a la que forma part:
Deixebles de Sant Feliu

1. Abans de formar part de l'entitat, utilitzaves el web del Carnaval?

1.1. Per quin motiu?

Vaig començar a entrar-hi quan es va afegir la galeria de fotos, ja que m'informo més per xarxes socials. Només entrava al web per veure el compte enter.

Utilitzava la web de Carnaval per saber la programació dels actes i per veure les fotografies a la galeria.

El fet de veure les fotos em va fer créixer l'interès per veure altres apartats.

Consultava el web quan havia de fer algun article pel Setmanari Torelló.

Arran de començar a formar part d'entitats hi he accedit més.

2. Per quins canals et sols informar?

2.1. Sols navegar per webs per informar-te?

Miro moltes pàgines web de festivals de Música. També webs d'hotels.

Em solo informar a través d'Instagram i Twitter. El primer canal és més informal, el segon més seriós i institucional.

Solo navegar per webs per saber la informació de festivals i esdeveniments culturals. El web serveix per desplegar la informació. A les imatges d'Instagram tot queda molt atapeït.

Crec que en general utilitzo més xarxes socials. Els webs em serveixen per ampliar la informació o comprar coses. En general no consulto molt les webs.

3. A través de quin dispositiu sols navegar per internet?

3.1. Què trobes còmode d'aquest dispositiu?

Per mòbil.

Per mòbil.

Per mòbil.

4. Em pots posar un exemple d'una web o app d'algun esdeveniment cultural que consultis habitualment o alguna vegada?

4.1. Què et va cridar l'atenció d'aquest lloc web?

Webs de festivals de música com la del Sonar o el Primavera Sound.

Un bon disseny gràfic és cabdal. Una pàgina web ha de ser clara i ràpida de consultar.

La web de La Patum de Berga crec que pot ser una bona referència, ja que, és clara i la gràfica està molt assentada.

5. Quines necessitats o funcions creus que ha d'acomplir, en general, la pàgina web del Carnaval?

5.1. Quins creus que són els punts forts del web del Carnaval?

5.2. Quins creus que són els punts febles del web del Carnaval?

Cal que hi hagi, la programació, la història i la llegenda de Carnaval.

Valoro molt positivament que hi hagi un espai per carrossaires.

Punts forts: és clara i fàcil de navegar. La informació està ben organitzada. És força completa a nivell de informació que tenim afegida. També està bé la homogeneïtat de la gràfica.

Punts febles: falten enllaços a les icones inicials i potser caldria renovar les fotografies dels apartats ja que són un pel velles.

La web ha de complir la funció informativa i la funció de participació: la inscripció de carrosses, que la gent pugui comprar marxandatge, la compra o reserva d'entrades, etc.

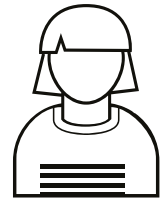
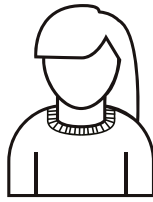
Punts forts: la pàgina web és simple i la informació es pot trobar de forma fàcil. Es combina la història de la festa amb les notícies d'actualitat.

Punt feble: Li caldria una neteja de cara. Cuidar més les fotos, fer els textos més escuets i canviar alguns logos.

Les necessitats del web han de ser l'informar dels actes; dissenyar una web pràctica; donar la informació pràctica per la gent que ve de fora (els espais d'aparcament i mobilitat). També cal donar informació de cada acte, així com explicar la història i penjar fotografies.

Punt fort: La web és clara i còmode d'entrar-hi. No es veu desfessada. La informació flueix correctament i és fàcil trobar la informació. Està ben distribuïda.

Punt feble: Les colles carrossaires no hi són molt presents.



<p>6. Quines necessitats o funcions creus que ha de donar a les activitats que organitza la teva entitat?</p>	<p>Millorar l'apartat de Senyoretetes i Homenots. Hi falta informació sobre la festa. També caldria ampliar la informació sobre el concurs de disfresses i una taula d'horaris.</p> <p>L'apartat de les colles Carrossaires pot ser una eina útil ja que dona visibilitat a les colles. Aquest espai pot ajudar a algunes colles a créixer.</p>	<p>A nivell d'ACTE necessitem explicar bé què és la Rua i com funciona. També explicar com funciona la inscripció de la Rua i també la logística que té la festa. És important mostrar el recorregut i la forma com et pots informar.</p>	<p>Estaria bé penjar les bases del concurs de disfresses, per poder-lo consolidar. Tot i així, el formulari del concurs és millor que no sigui gaire visible, ja que, no podem assumir moltes inscripcions</p>
<p>7. Se t'acudeix alguna funció que creus que hauria de tenir el web i que actualment no té?</p>	<p>Caldria incorporar la informació dels recorreguts, els plànols i el funcionament de la festa a cada apartat.</p>	<p>Es podria ampliar amb un espai de marxandatge, també estaria bé incorporar algun contingut informatiu més, per exemple les entrevistes a Carrossaires que apareixen al llibret de Carnaval.</p>	<p>Estaria bé incorporar la informació de prevenció i mobilitat a dins de cada apartat de la festa.</p>
<p>8. Què milloraries del web per tal d'incrementar-ne l'ús?</p>	<p>No veig la necessitat de fer créixer el nombre d'usuaris que visita el web.</p> <p>El web ha de ser una carta de presentació del Carnaval per la gent que no ens coneix.</p>	<p>Veient les xifres crec que no cal potenciar el nombre de gent que visita la pàgina web. Les dades en general són bones.</p>	<p>És important penjar les fotos, ja que a la gent li agrada veure's i això pot fer ajudar d'augmentar les visites.</p>
<p>9. Com creus que establim la relació amb els participants de Carnaval?</p>	<p>La majoria de participants ens contacten a través de xarxes socials. Qui ens contactarà a través del correu, seran grups de management de música o premsa.</p>	<p>En cap lloc fem referència als voluntaris. Es podria crear algun espai perquè es puguin inscriure.</p>	<p>A través de generar una web clara i senzilla de navegar.</p>
<p>10. Quin creus que és el públic potencial que pot interessar-li el web del Carnaval?</p>	<p>Els participants que venen de fora.</p>	<p>Els participants que venen de fora i la premsa.</p> <p>El públic de Torelló hi entra sobretot per veure les fotos o saber la classificació de la Rua.</p>	<p>El públic potencial és gent que ve de fora de Torelló i gent de Torelló que no utilitza les xarxes socials. També públic que vulgui veure les fotos o el veredict del jurat.</p>
<p>11. Quins creus que són els principals aliats de Carnaval?</p> <p>11.1. Quins hauriem d'incorporar?</p>	<p>Si volem créixer a nivell de "likes" és a través de grups de música. El creixement normalment és a través de ser actiu a xarxes socials. A nivell econòmic els proveïdors que a vegades ens fan esponsoritzacions. També amb els voluntaris.</p>	<p>En el cas d'ACTE, els principals aliats són els Carrossaires. Això s'ha vist en què les visites a Carnaval han pujat molt perquè s'han sentit identificats.</p>	<p>Les altres entitats, premsa, esponsors i les escoles.</p> <p>Estaria bé anunciar les escoles que visita el Carnestoltes cada dia.</p>
<p>12. Se t'acudeix alguna manera de monetitzar el web? Com es podria ajudar econòmicament la festa des de l'àmbit digital?</p>	<p>A nivell de monetització crec que no ha de ser la pàgina web, ja que, és una forma de vendre't. No ha de ser l'espai on anar a fer diners.</p>	<p>Es podria incloure campanyes del comerç local web.</p> <p>També es podria crear un espai per reservar el llibret amb antelació.</p>	<p>Crec que el web de Carnaval no és necessari que es monetitzi. Si et pots estalviar anuncis publicitaris dins del web, millor.</p>

Taula 13. Respostes entrevistes a les Entitats de Pullassu, Deixebles de Sant Feliu i Associació Carnaval de Terra Endins (ACTE).

2.4.3. Decobriments

Positiu	Oportunitats	Neutre
La pàgina és clara i l'estructura facilita trobar la informació de forma fàcil.	Li aniria bé un rentat de cara. Caldria repensar algunes de les icones.	El web ha de ser una carta de presentació pel públic que no coneix la festa i té interès d'assistir-hi.
En general, es valora positivament l'espai per carrossaires. Però caldria incorporar més informació.	Cal prioritzar que les funcions es puguin visualitzar per mòbil.	És important que la informació pràctica de la festa sigui fàcil de trobar.
La història de la festa està ben incorporada a la resta d'informació sobre el Carnaval.	Cal repensar la informació que es dona de Senyorettes i Homenots.	La pàgina també ha de ser útil pels mitjans de comunicació.
La galeria de fotografies és un element que permet augmentar les visites de participants locals.	Caldria incorporar la informació pràctica dins de cada festa.	El web no ha de ser la principal estratègia de monetització de la festa. No hi hauria d'haver excessiva publicitat.
	Es podria crear una secció de marxandatge.	
	Es podria crear un espai per reservar el llibret amb antel·lació.	
	Cal afegir els enllaços als moments de la festa a la pàgina inicial.	
	Caldria crear un espai encarat a captació de voluntaris.	

Taula 14. Descobriments de les entrevistes a les Entitats de Pullassu, Deixebles de Sant Feliu i Associació Carnaval de Terra Endins (ACTE)

2.5. Entrevistes a participants

En aquest apartat abordarem la pregunta de quin és el perfil de persona que s'ha d'adreçar la pàgina web del Carnaval.

El Carnaval és una festa molt transversal, on hi transiten una gran quantitat de perfils de participants. Segons els perfils del Carnaval trobem:

Per edat:

- Menors de 16
- Joves de 16 a 18 anys
- Joves majors de 18 anys
- Adults de més de 30 anys
- Adults de més de 50 anys
- Adults de més de 65 anys

Per procedència:

- Són locals de Torelló
- Són de la comarca d'Osona
- Venen de Catalunya
- Venen de fora de Catalunya

Motiu pel qual assisteixen:

- Els interessa la festa i l'oci nocturn
- Els interessa la cultura popular i la tradició del Carnaval

Com se n'han assabentat:

- A través de xarxes socials o mitjans de comunicació
- Per la recomanació d'un amic, familiar o conegut
- Perquè és una data important en el calendari

Amb qui venen:

- Venen amb família
- Venen sols
- Venen amb grups d'amics

Com participen de la festa:

- Participen activament
- Formen part d'una carrossa
- Formen part de l'organització
- Participen de forma passiva

En un inici, en el moment de generar aquest perfil d'usuari, ens hem focalitzat en analitzar els participants de fora de Torelló que venen a participar del Carnaval. El motiu ve donat per les dades de participació obtingudes a l'estudi d'impacte del Carnaval de Torelló (EURECAT i CERC, 2017):

	Participants
Residents de Torelló:	9.100
No residents de Torelló:	12.900
Resta Vall del Ges:	2.900
Resta Osona:	5.900
Resta Catalunya/Espanya/Altres	4.100
Total:	22.000

Taula 15. Dades de participació obtingudes a l'Estudi d'impacte del Carnaval de Torelló (EURECAT i CERC, 2017, p.22)

En aquest projecte estem buscant el perfil principal que utilitzarà el web de Carnaval. En un inici, en el moment de generar aquest perfil d'usuari, ens hem focalitzat en analitzar els participants de fora de Torelló que venen a participar del Carnaval.

El motiu d'haver abordat el col·lectiu de participants no locals ha vingut donada per les següents hipòtesis:

- Les persones que assisteixen per primer cop a la festa necessiten informar-se abans de participar.
- No coneixen el poble i per tant necessitaran informació sobre les localitzacions i els serveis que s'ofereixen.
- No saben el funcionament de la festa, per tant, és important que coneguin els elements de seguretat de la festa.

Amb aquestes premisses hem realitzat una nova sessió d'entrevistes que ens ha permès fer alguns descobriments sobre aquests usuaris.

2.5.1. Guió entrevistes participants

1. Quants cops has assistit el Carnaval de Torelló?
2. Com vas conèixer el Carnaval de Terra Endins de Torelló?
3. Coneixies el Carnaval abans de venir per Carnaval?
4. A quina de les activitats has participat?
5. Per a quin motiu vas venir al Carnaval de Terra Endins?
6. Per a quin canal et vas informar principalment, a l'hora d'assistir al Carnaval?
7. Vas utilitzar el web del Carnaval?
 - 7.1. Quina informació vas consultar?
8. Quan assisteixen a grans esdeveniments sols informar-te prèviament?
 - 8.1. Quins canals sols utilitzar?
9. Des de quin dispositiu sols informar-te?
 - 9.1. I comprar entrades?
10. Utilitzes mai els webs de grans esdeveniments?
 - 10.1. Podries posar un exemple que recordis de web d'esdeveniment que t'agradi la seva estructura?
11. Has comprat mai marxandatge d'algun esdeveniment cultural?
12. Què és el què valores més d'una pàgina web?
13. En el cas de la web del Carnaval, quina informació esperes trobar-t'hi?
14. Dels següents apartats, de manera pràctica, valora del 10 a l'1 -essent 10 (molt) i 1 (poc)- la informació que creus que seria més rellevant que contingues el web del Carnaval.

- Història del Carnaval
- Localització d'aparcament
- Localització de serveis (CAP, Estació, espais de la Festa, Policia Local, Punts Liles...)
- Recomanacions per tenir una festa segura (prevenció)
- Explicació de cada una de les activitats i dels elements de la festa
- Programació
- Compra d'entrades
- Espai de vivències sobre el Carnaval
- Localització en directe de per on passen les diverses cercaviles i rues
- Mediateca (galeria de fotos i vídeos)
- Informació sobre les colles carrossaires
- Premis
- Contacte del Carnaval
- Política de privacitat
- Informació sobre els Punts Liles
- Canal de notícies
- Jocs i entreteniment
- Restauració i allotjament
- Bústia de suggeriments

2.5.2. Resultats entrevistes

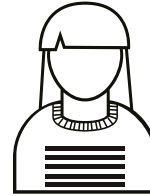
Participants no-locales



Nom: Guillem
Edat: 28 anys
Professió: Tècnic en un partit polític
Procedència: Vic

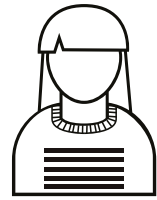


Nom: Maria
Edat: 26 anys
Professió: Deliniant
Procedència: Campdevànol



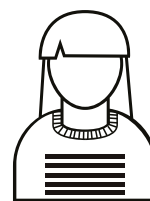
Nom: Irene
Edat: 18 anys
Professió: Estudiant de Batxillerat
Procedència: Sant Hipòlit de Voltregà



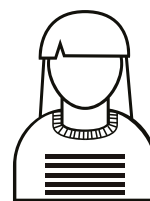
1. Quants cops has assistit el Carnaval de Torelló?	Més de 10 cops	Més de 5 cops	3 cops
2. Com vas conèixer el Carnaval de Terra Endins de Torelló?	Coneixement popular, amics, família.	L'Escola i la família	Per les amigues, per la família, coneguts a Torelló, l'escola
3. Coneixies el Carnaval abans de venir-hi?	Tothom de la zona ho coneix.	Sí	N'havia sentit a parlar.
4. A quina de les activitats has participat?	A les Senyoretes i Homenots, la Rua i el Terra Endins Festival.	Al Pullassu, les Senyoretes i Homenots, la Rua i el Terra Endins Festival.	Al Pullassu, les Senyoretes i Homenots, la Rua i el Terra Endins Festival.
5. Per a quin motiu vas venir al Carnaval de Terra Endins?	Per passar-m'ho molt bé. Típic lloc que hi anava tothom i era una festa molt popular.	Per passar-m'ho bé sortir de festa.	Per sortir de Festa, celebrar el carnaval i passar la nit juntes.
6. Per a quin canal et vas informar principalment, a l'hora d'assistir al Carnaval?	Normalment miro els horaris a xarxes socials.	Hi he anat molts cops, per tant, miro per xarxes socials les dates i els horaris.	Una amiga em va passar una imatge amb totes les activitats.
7. Vas utilitzar el web del Carnaval? 7.1. Quina informació vas consultar?	Em vaig interessar per saber els busos de tornada a casa.	Realment la web només l'he utilitzat per veure la data del Carnaval. Ja tinc interioritzat els horaris. Si que em mirava la de renfe per veure l'horari de trens.	No vaig mirar el web.
8. Quan assisteixen a grans esdeveniments sols informar-te prèviament? 8.1. Quins canals sols utilitzar?	Depèn, si no conec massa el lloc o no hi he anat abans, sí. Utilitzo el web través del web. Tot i que amb els festivals solo descarregar-me l'app per què m'agrada que em notifiquin els canvis.	Sí. Instagram. I si no ho trobo a instagram entro a la pagina web	La veritat és que no massa. Normalment només miro el programa i la localització i després simplement segueixo a la gent i ja ho vas trobant tot.



<p>9. Des de quin dispositiu sols informar-te?</p> <p>9.1. I comprar entrades?</p>	<p>Últimament, ho faig tot amb mòbil, excepte que consulti alguna cosa quan treballa.</p>	<p>Mòbil.</p>	<p>Normalment pel mòbil i a vegades per l'ordinador</p>
<p>10. Utilitzes mai els webs de grans esdeveniments?</p> <p>10.1. Podries posar un exemple que recordis de web d'esdeveniment que t'agradi la seva estructura?</p>	<p>Sí. Amb festivals com el Primavera Sound solo mirar el web per veure el cartell de cada edició i comprar les entrades.</p>	<p>Sí, a vegades quan vull aprofundir mes en la info que busco.</p> <p>Alguns que m'han servit són la web del Sansan Festival i la del Bluefest.</p>	<p>Si vull saber una cosa en concret si que miro el web, però, normalment tiro de xarxes socials, ja que és més ràpid.</p> <p>També utilitzo el web per comprar les entrades.</p>
<p>11. Has comprat mai marxandatge d'algun esdeveniment cultural?</p>	<p>No crec que compri marxandatge del Carnaval de Torelló, ja que no sóc d'allà. Si fos de Torelló potser sí.</p>	<p>No he comprat mai marxandatge d'un esdeveniment en concret, però sí de grups de música que m'agraden.</p>	<p>El mocador de Pullassu, sí. Desconec si venen altres coses.</p>
<p>12. Què és el què valors més d'una pàgina web?</p>	<p>Que sigui molt intuïtiva i clara i que ho tinguis tot a l'avast.</p>	<p>Que la informació sigui clara i actualitzada i sigui fàcil de navegar-hi.</p>	<p>Que sigui fàcil de navegar i que tot ho trobis força ràpid.</p>
<p>13. En el cas de la web del Carnaval, quina informació esperes trobar-t'hi?</p>	<p>Una descripció dels diferents actes, informació pràctica, els horaris i sobretot la data del Carnaval.</p>	<p>Els horaris, els recorreguts de les rues i un cop passat, les classificacions.</p>	<p>Poder consultar els horaris, els espais i també les novetats de la festa.</p>
<p>14. Dels següents apartats, de manera pràctica, valora del 10 a l'1 -essent 10 (molt) i 1 (poc)- la informació que creus que seria més rellevant que continués el web del Carnaval.</p>			

<p>Història del Carnaval</p>	<p>2</p>	<p>6</p>	<p>5</p>
<p>Localització d'aparcament</p>	<p>9</p>	<p>10</p>	<p>8</p>
<p>Localització de serveis (CAP, Estació, espais de la Festa, Policia Local, Punts Liles...)</p>	<p>10</p>	<p>10</p>	<p>8</p>
<p>Recomanacions per tenir una festa segura (prevenció)</p>	<p>7</p>	<p>7</p>	<p>10</p>
<p>Explicació de cada una de les activitats i dels elements de la festa</p>	<p>7</p>	<p>7</p>	<p>7</p>



			
Programació	9	10	9
Compra d'entrades	10	10	10
Espai de vivències sobre el Carnaval	0	5	5
Mediateca (galeria de fotos i vídeos)	2	7	7
Informació sobre les colles carrossaires	6	7	6
Premis i classificació de la Rua	5	8	5
Contacte del Carnaval	8	8	9
Política de privacitat	4	4	4
Informació sobre els Punts Liles	7	10	10
Canal notícies	6	7	9
Jocs i entreteniment	1	0	7
Restauració i allotjament	8	8	9
Bústia de suggeriments	7	6	7

Taula 16. Respostes entrevistes als participants no-locales

2.5.2.1. Descobriments: Participants no-locales

Positiu	Oportunitats	Neutre
El coneixement del Carnaval és elevat respecte les persones que hi assisteixen	La informació que busquen els usuaris de fora és molt concreta i pràctica	Els usuaris venen principalment per sortir de festa
Els usuaris han assistit o assisteixen a més d'un dels actes	Els usuaris de fora difícilment compraran marxandatge	L'accés és majoritàriament per mòbil
Els usuaris busquen pàgines web clares i fàcils d'utilitzar	Els usuaris empleen en primer lloc les xarxes socials abans que el web	Els usuaris solen visitar la web per ampliar informació, quan hi ha força programació o activitats, o quan hi ha un servei associat a l'activitat
La programació i la compra d'entrades són els serveis que més busquen els usuaris	Alguns usuaris no utilitzen el web del Carnaval	La mobilitat i el desplaçament són informació que consideren cabdal de saber
La localització del Punt Lila és una informació rellevant principalment pel públic femení	Els usuaris tenen poc interès en l'història de la festa	Aquests usuaris prioritzen la festa que en conèixer la competitivitat del concurs de carrosses
L'allotjaments i la restauració es valora com una informació interessant a afegir	La informació de prevenció, tot i que es considera que és una informació rellevant, normalment no hi ha un interès de saber-ne més	
	Aquests usuaris no estan gaire interessats en les galeries d'imatges	
	Els jocs i l'entreteniment dins del web no es veu com un fet d'interès	

Taula 17. Descobriments entrevistes: participants no-locales

Després de les entrevistes hem descobert que el perfil de persones que assisteixen al Carnaval però que no són de la localitat, són només una part del perfil objectiu pel web del Carnaval, pels següents motius:

- Els usuaris de fora de Torelló, solen ser usuaris principalment més joves, que tenen com a interès principal sortir de festa. Per tant, malgrat que el component de cultura popular o el ric entremat de la festa no és proper per a ells.
- Aquest perfil d'usuaris, a més, són poc avesats a utilitzar webs per informar-se d'esdeveniments, ja que prefereixen realitzar aquesta acció a través de xarxes socials.
- La majoria d'aquests usuaris seran esporàdics, assistiran algunes edicions del Carnaval, però, en general la seva participació serà discontinua.
- En aquest sentit, és important que aquests usuaris puguin trobar la informació bàsica en el web del Carnaval i que també puguin accedir a la compra d'entrades de manera fàcil.
- Aquestes funcions, però, han de ser compartides amb les xarxes socials, que, al final, per molts usuaris aquest serà el canal principal d'accés a la informació i a la programació.

La web, en canvi, registre el major nombre de visites el diumenge després de la Rua de Carnaval –que és l'acte més multitudinari– justament, quan és poca l'activitat que queda per celebrar.

L'únic acte programat el diumenge és el Carnaval Infantil, que té assistents majoritàriament de Torelló –tal i com ens diuen les dades de vendes d'entrades del Teatre Cirvianum.

El diumenge a la matinada, però, és moment que es donen a conèixer els resultats del concurs de carrosses. Aquests dos elements ens fan sospitar que el web no té un ús per informar-te d'on hi ha la festa.

En aquest punt, per tant, ens hem de preguntar, si els usuaris de fora no utilitzen el web, a qui ha d'anar adreçada realment la pàgina?

La resposta la trobem, justament, en les entrevistes realitzades a les entitats organitzadores. Les persones properes a les entitats del Carnaval, visiten la web un cop formen part d'alguna de les entitats organitzadores o carrossaires, i per tant,

volen conèixer el màxim els detalls de la festa.

La web, per tant, ha de centrar-se en sé una molt bona carta de presentació per explicar la festa a persones que no assisteixen tant sols el Carnaval, sinó cap als que el viuen de forma apassionada.

Amb aquesta estratègia busquem:

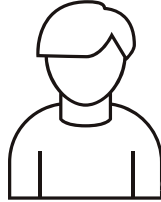
- Donar contingut especialitzat de qualitat que doni valor a la festa.
- Incrementar l'interès i la participació dels participants, per tal de vetllar pel relleu i la continuïtat del Carnaval.

En aquest sentit, hem decidit generar una segona sessió d'entrevistes, en aquest cas encarada a participants locals que no formen part a les entitats organitzadores, per tal de conèixer els seus hàbits i coinexements.

Per tal d'abordar aquesta segona sessió d'entrevistes hem utilitzat el mateix test que en la primera sessió i només n'hem obviat la tercera pregunta, ja que, en aquest cas, hem cregut que, no era pertinent.

2.5.3. Resultats entrevistes

Participants locals



Nom: Carles
Edat: 31 anys
Professió: Electricista
Procedència: Torelló

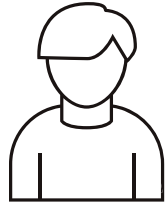


Nom: Gil
Edat: 30 anys
Professió: Enginyer Agrònom
Procedència: Torelló

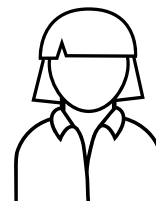
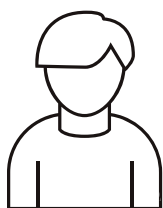


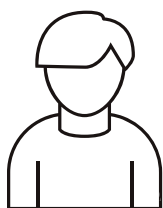

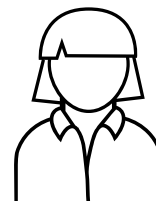
Nom: Marta
Edat: 48 anys
Professió: Docent
Procedència: Torelló

1. Quants cops has assistit el Carnaval de Torelló?	Més de 10 cops	Més de 10 cops	Més de 20 cops
2. Com vas conèixer el Carnaval de Terra Endins de Torelló?	És tradició de Torelló	És la festa més gran de Torelló...	De tota la vida
3. Coneixies el Carnaval abans de venir-hi?	Pregunta no pertinent		
4. A quina de les activitats has participat?	A la Presentació, a Pullassu, Senyorettes i Homenots, la Rua, el Terra Endins Festival i de petit al Carnaval Infantil.	Al Pullassu, les Senyorettes i Homenots, la Rua i el Terra Endins Festival.	Crec que a totes.
5. Per a quin motiu vas venir al Carnaval de Terra Endins?	Per sortir de festa, però, també per participar en una carrossa, ja que aprenc coses i amb relació amb altra gent.	Per sortir de festa i per la gent que t'hi trobes.	Per sortir amb les amigues i ara amb la família, i per fer poble.
6. Per a quin canal et vas informar principalment, a l'hora d'assistir al Carnaval?	Normalment em passen els horaris per algun whatsapp o per instagram.	Formo part d'una carrossa i m'informo pel whatsapp de la carrossa.	Normalment per xarxa socials, per comprovar els horaris i també a través del llibret o els programes impresos.
7. Vas utilitzar el web del Carnaval?	Per mirar el compte enrere del marcador i fer les inscripcions de la colla carrossaire.	No utilitzo el web del Carnaval.	Algun cop hi he entrat, per comprovar les dates. Tot i que normalment ho miro per instagram.
7.1. Quina informació vas consultar?			
8. Quan assisteixen a grans esdeveniments sols informar-te prèviament?	Depèn del tamany de l'esdeveniment. Per activitats amb no molta programació o que cada any és el mateix solo mirar-ho per instagram.	En el cas dels festivals, per exemple, si que utilitzo el web.	Depèn. Si he de comprar entrades pel web, sinó sempre primer xarxes socials.
8.1. Quins canals sols utilitzar?			



<p>9. Des de quin dispositiu sols informar-te?</p> <p>9.1. I comprar entrades?</p>	<p>Mòbil per informar-me. Ordinador o mòbil per comprar entrades o per inscriure la carrossa.</p>	<p>Ho faig gairebé tot pel mòbil.</p>	<p>Informa-me per mòbil. Comprar entrades per l'ordinador.</p>
<p>10. Utilitzes mai els webs de grans esdeveniments?</p> <p>10.1. Podries posar un exemple que recordis de web d'esdeveniment que t'agradi la seva estructura?</p>	<p>Alguna. Per exemple la del Cabró Rock, per comprar les entrades.</p>	<p>Webs de festivals, com per exemple el Sònar. Tot i així, no trobo que siguin webs fàcils de navegar-hi.</p>	<p>Algun cop, per algun festival. Per exemple el Canet Rock per comprar les entrades i als primers cops que hi vàrem anar, per veure on es feia.</p>
<p>11. Has comprat mai marxandatge d'algun esdeveniment cultural?</p>	<p>No habitualment.</p>	<p>Només quan es tracte de marxandatge del poble o de grups de música que m'agraden.</p>	<p>Del poble sí, les banderoles del Carnaval per exemple.</p>
<p>12. Què és el què valores més d'una pàgina web?</p>	<p>Que la informació sigui clara. També m'agrada que hi hagi informació pràctica.</p>	<p>Que trobis la programació de forma clara i puguis comparar els horaris dels diferents actes.</p>	<p>Que no et faci perdre gaire temps alhora de buscar informació.</p>
<p>13. En el cas de la web del Carnaval, quina informació esperes trobar-t'hi?</p>	<p>Els horaris, el recorregut de la Rua, els Punts Liles, els espais on aparcaar els lavabos.</p>	<p>La programació, un mapa amb els espais i també galeries de fotos i vídeos.</p>	<p>Consultar els horaris i comprar entrades.</p>
<p>14. Dels següents apartats, de manera pràctica, valora del 10 a l'1 -essent 10 (molt) i 1 (poc)- la informació que creus que seria més rellevant que contingés el web del Carnaval.</p>			
<p>Història del Carnaval</p>	<p>6</p>	<p>7</p>	<p>9</p>
<p>Localització d'aparcament</p>	<p>8</p>	<p>8</p>	<p>9</p>
<p>Localització de serveis (CAP, Estació, espais de la Festa, Policia Local, Punts Liles...)</p>	<p>8</p>	<p>9</p>	<p>9</p>
<p>Recomanacions per tenir una festa segura (prevenció)</p>	<p>7</p>	<p>7</p>	<p>8</p>
<p>Explicació de cada una de les activitats i dels elements de la festa</p>	<p>3</p>	<p>5</p>	<p>9</p>



			
Programació	10	9	10
Compra d'entrades	9	8	9
Espai de vivències sobre el Carnaval	2	4	7
Mediateca (galeria de fotos i vídeos)	7	8	8
Informació sobre les colles carrossaires	5	7	9
Premis i classificació de la Rua	5	7	7
Contacte del Carnaval	7	5	8
Política de privacitat	4	4	3
Informació sobre els Punts Liles	7	7	9
Canal notícies	8	6	8
Jocs i entreteniment	1	4	6
Restauració i allotjament	7	5	8
Bústia de suggeriments	4	6	6

Taula 18. Respostes entrevistes als participants locals

2.5.3.1. Descobriments: Participants locals

Positiu	Oportunitats	Neutre
Tenen un ampli coneixement de la festa	No s'informen a través del web sinó que utilitzen canals directes com el whatsapp o les xarxes socials	Les webs de festivals musicals són una referència de web informativa
Assisteixen a pràcticament totes les activitats del Carnaval	No demostren un gran interès per conèixer la història del Carnaval o les vivències d'altres participants	Els usuaris els hi agrada poder comparar els horaris per comprovar que no es solapen
No sols volen sortir de festa, sinó que també valoren el caràcter social del Carnaval	La informació de prevenció, tot i que es considera que és una informació rellevant, normalment no hi ha un interès de saber-ne més	Utilitzen el web per serveis pràctics com la compra d'entrades o les inscripcions
Compren marxandatge d'activitats locals	Creuen que no els hi cal informar-se sobre el funcionament de la festa	No tenen tant interès en la informació de restauració i allotjament com els usuaris de fora de Torelló
Els hi agrada que la informació sigui clara i fàcil de trobar	No creuen que sigui tant rellevant la informació sobre les colles carrossaires o la classificació de la Rua	
Valoren positivament que hi hagi informació d'on aparcar i els serveis bàsics	Els jocs i l'entreteniment dins del web no es veu com un fet d'interès	
La programació i la compra d'entrades són els serveis que més busquen els usuaris		
Valoren força positivament la galeria de fotografies		
La localització del Punt Lila és una informació rellevant principalment pel públic femení		
Valoren força positivament el canal de notícies		

Taula 19. Descobriments entrevistes als participants locals

2.5.5. Conclusions

Després d'haver realitzat les entrevistes, hem aconseguit el següent descobriment:

- Els participants esporàdics no tenen interès en el contingut de la pàgina web.
- La pàgina, l'hem de pensar des de les persones inquietes en saber coses del Carnaval i que segueixen la festa de forma activa.
- La informació de programació òbviament ha d'estar al web i s'ha de trobar de manera fàcil, però, la majoria d'usuaris només consultaran la programació i probablement no s'informaran de res més de la pàgina web. A més, la majoria d'ells és possible que s'informin abans per xarxes socials que pel web del Carnaval.

Això ens fa arribar a la conclusió que el web ha de focalitzar el seu públic en els usuaris que viuen intensament la festa, que ja tenen un coneixement ampli i que en volen saber més i estar al dia. Aquest usuaris són els que voldran formar part de tots els actes de la festa, comprar els productes relacionats amb el Carnaval i en un futur, participar de l'organització dels esdeveniments. El web, caldria que fos un canal per captar aquest usuaris.

A més, el web també ha de ser una carta de presentació, en el qual es pugui trobar tota la informació per tal que els mitjans de comunicació en puguin fer difusió. Malgrat el què ens agradaria, però, el web no és el principal canal de difusió del Carnaval, sinó una eina, per tal que es pugui difondre aquesta informació.

Punts més valorats

Febleses del web

- Renovar el disseny del web per tal de fer-lo més impactant
- Millorar la visualització per mòbil
- El web no sempre és homogeni gràficament
- Falten espais adreçats als voluntaris
- Cal equilibrar la quantitat i la qualitat del contingut en tots els apartats.

Usuaris i participants

Amb quins usuaris i participants ens hem de fixar primer?

- Participants de fora de Torelló
- Premsa i mitjans de comunicació
- Voluntaris potencials
- Participants locals i afins
- Entitats carrossaires
- Altres entitats aliades
- Comerciants locals
- Esponsors

Hipòtesis

Creiem que optimitzar la galeria de fotografies ja que pensem que ens pot fer incrementar l'interès pel web dels usuaris locals.

Creiem que un espai d'informació sumada a una estratègia de per captar voluntaris, pot ajudar a incrementar el nombre de voluntaris que ajuden a la festa.

Creiem que fent-li un rentat de cara a la pàgina web, així com, col·locar imatges o vídeos a la pàgina d'inici, pot fer incrementar l'impacte visual inicial.

Creiem que elaborar un guia d'estil i un disseny atòmic pel web, pot ajudar a generar nou contingut de forma homogènia i sota uns criteris preestablerts.

Creiem que incorporar la informació pràctica, la història i les recomanacions específiques de cada esdeveniment, pot ajudar als participants de fora a trobar més fàcilment i de manera més accessible tota la informació relacionada amb l'esdeveniment.

Creiem que crear un espai explicatiu de l'organització i afegir l'enllaç d'opcions de cookies pot ajudar a la transparència del web i de la pròpia organització.

Creiem que crear un apartat de marxandatge pot ajudar a visualitzar i vendre els productes de les entitats.

Creiem que dissenyar el web prioritzant el format per mòbil, en pot incrementar l'ús.

Solucions i idees

- Incorporar un apartat de marxandatge
- Elaborar una guia d'estil i un disseny atòmic pel web
- Crear un espai i una estratègia per captar voluntaris
- Incorporar la informació pràctica, la història i les recomanacions específiques de cada esdeveniment, a cadascuna de les pàgines d'esdeveniments
- Potenciar la galeria d'imatges
- Prioritzar la visualització per mòbil
- Incrementar l'impacte visual de la pàgina d'inici
- Afegir l'enllaç d'opcions de cookies
- Crear un espai explicatiu de l'organització del Carnaval

Punts forts del web

- Web clara, ordenada i fàcil de navegar-hi
- Galeria de fotos i vídeos
- Informació combinada amb la història de la festa
- Espai per les colles carrossaires

Beneficis pels usuaris

- Disposar de tot el programa d'activitats i la informació pràctica per assistir a la festa
- Estar al dia de les novetats del Carnaval
- Recuperar les fotografies i els vídeos de les edicions passades
- Conèixer la llegenda i la història del Carnaval
- Facilitar l'accés a formar part d'una entitat o una colla carrossaire
- Adquirir entrades pels diversos esdeveniments de la festa

Què és el que hem d'aprendre primer?

1. Redissenyar el web pensant el format mòbil.
2. Definir quines àrees d'informació s'han d'incorporar a cada pàgina d'esdeveniment.
3. Investigar com podem optimitzar i potenciar la galeria de fotografies i vídeos.
4. Quin format de pàgina de venda de marxandatge pot ser la més òptima pel web del Carnaval.
5. Pensar quins elements poden cridar la atenció de persones amb ganes de formar part del voluntariat del Carnaval

Quina és la quantitat de treball que cal fer per conèixer el pròxim objectiu?

- Investigar entorn a la creació de webs en format mòbil.
- Conèixer les necessitats dels participants no locals.
- Conèixer els impulsos dels participants locals i els voluntaris.
- Investigar entorn als espais web de venda de productes.

3. Modelatge d'usuaris

En la fase de modelatge d'usuaris hem utilitzat la informació recollida en la fase de recerca i l'hem utilitzat per definir les persones i els escenaris de treball. Aquesta segona fase d'investigació ens ha permès definir els usuaris arquetip.

En aquest sentit, si en la fase d'investigació ens hem centrat en conèixer les entitats i les experiències dels participants, en aquest apartat hem emprat el recull d'informació per elaborar les fitxes de persona, els escenaris i els user journeys que ens havien de permetre abordar l'arquitectura de la informació.

Hem definit tres fitxes de persona, basades en cadascun dels blocs d'entrevistes que hem realitzat en la fase de recerca. Així hem esbossat una persona-no-local, una persona que forma part d'una entitat i una persona-local que no forma part de cap entitat, però, que participa activament de la festa.

A partir d'aquests tres perfils hem definit tres escenaris basats en les principals funcions que volem que ofereixi el web, com són: la cerca d'informació pràctica d'un acte concret de la festa; la compra d'entrades; la inscripció a la Rua, i la visita a la galeria d'imatges.

Finalment, ens hem ajudat dels *user journeys* per tal d'aprofundir en cadascuna de les experiències viscudes pels usuaris.

3.1. Fitxes de Persona

La fitxa de persona és una tècnica que ens permet elaborar el perfil d'usuari objectiu a qui volem elaborar el nostre producte.

Per fer-ho, ens centrem en una perfil de persona concret i intentem generar una persona tipus a la qual li designem uns atributs determinats que ens permetin pensar en com és aquesta persona. Per realitzar la fitxa, ens hem centrat en les troballes realitzades en la fase de recerca.

3.1.1. Fitxa de persona - Participant no local



Fig. 21

Mireia Pujol, 21 anys

Estudiant de comunicació audiovisual,
Vic, Catalunya

La Mireia té 21 anys i és de Vic. Actualment està cursant el seu darrer curs de comunicació Audiovisual a la Pompeu Fabra. Des dels 16 anys que assisteix anualment al Carnaval de Terra Endins de Torelló, ja que li agrada l'ambient que troba i el caràcter popular, esbojarrat i singular de la festa.

Sol anar-hi amb la colla d'amigues de Vic i també li serveix per no perdre el contacte amb companys de Torelló.

OBJECTIUS I NECESSITATS

- Viure una nit de festa especial que pugui recordar durant anys.
- Conèixer gent nova, socialitzar, lligar i passar-s'ho bé.
- Evitar els problemes i les frustracions durant la festa.
- Poder desplaçar-se amb transport públic.
- Trobar els espais de la festa fàcilment.
- Saber on disposa dels serveis bàsics (lavabos, CAP, servei de Punt Lila, cossos de seguretat, etc.).
- Poder comprar entrades.

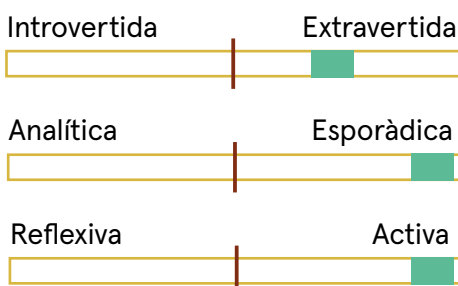
FRUSTRACIONS

- Només ve a torelló durant el carnaval i per tant no es coneix massa bé el poble.
- No vol dedicar gaire temps a la consulta del web, segurament ho consultarà la mateixa setmana.

MOTIVACIONS

- Sortir de festa i passar-s'ho bé
● ● ● ● ● ●
- Assistir a la Rua
● ● ● ● ● ○
- Anar a carnavals i disfressar-se
● ● ● ● ○ ○
- Donar suport a la cultura popular
● ● ● ● ○ ○
- Assistir a Senyorettes i Homenots
● ● ● ● ○ ○

PERSONALITAT



3.1.2. Fitxa de persona - Carrossaire



Fig. 22

Ricard Bardolet, 42 anys

Treballa en el sector industrial i és Carrossaire.
Torelló, Catalunya

En Ricard treballa en una empresa del sector industrial a Torelló. També forma part de la colla de la Jo-anot, una de les colles carrossaires del Carnaval.

Ell és l'encarregat d'inscriure la carrossa a la Rua. Sempre ho fa a última hora, ja que, els hi costa saber quanta gent són alhora d'inscriure's.

Té una filla petita de 6 anys. Al diumenge té previst assistir al Carnaval Infantil.

OBJECTIUS I NECESSITATS

- Que la seva colla sigui visible al web del Carnaval, per tal d'augmentar les inscripcions.
- Inscriure la colla carrossaire per tal de participar a la Rua de Carnaval.
- Repassar la normativa.
- Saber quin és el jurat que formarà part de la Rua de Carnaval.
- Comprar l'entrada del Carnaval Infantil, ja que hi volen anar amb la seva filla petita.
- Recuperar fotografies de les carrosses d'anys anteriors.

FRUSTRACIONS

- Sol inscriure la carrossa a l'últim moment.
- La galeria a vegades està poc ordenada i costa de navegar-hi.

MOTIVACIONS

Sortir de festa i passar-s'ho bé



Assistir a la Rua



Formar part d'una colla Carrossaire



Assistir al Carnaval Infantil



Assistir a altres actes de Carnaval



PERSONALITAT

Introvertida Extravertida



Analítica Esporàdica



Reflexiva Activa



3.1.4.3. Fitxa de persona - Participant local



Fig. 23

Ester Cardona, 29 anys

Dentista i membra d'una colla Carrossaire.
Torelló, Catalunya.

L'Ester Cardona és una apassionada de Torelló. Li agrada col·laborar amb les festes del poble i especialment amb el Carnaval. Assisteix a la majoria d'actes del Carnaval i sol comprar diversos productes de marxandatge per tal de donar suport a la festa.

Li agrada estar al dia i conèixer les novetats del Carnaval. També segueix amb molta atenció l'ordre de sortida i la classificació final de la Rua.

OBJECTIUS I NECESSITATS

- Estar al dia de les novetats del Carnaval
- Saber l'ordre de carrosses i la classificació de la Rua.
- Poder comprar el mocador i el sopar del Pullassu.
- Saber quin és el jurat que formarà part de la Rua de Carnaval.
- Comprar l'entrada del Terra Endins Festival.
- Recuperar fotografies d'altres anys.
- Conèixer a fons la història del Carnaval.

FRUSTRACIONS

- Li agradaria poder comprar totes les entrades des d'un sol espai.
- La galeria a vegades està poc ordenada i costa de navegar-hi.
- A vegades es triga molt a penjar la informació.
- No pot comprar tots els productes a través del web.

MOTIVACIONS

Sortir de festa i passar-s'ho bé



Assistir a la Rua



Formar part d'una colla Carrossaire



Donar suport a la cultura popular



Assistir a altres actes de Carnaval



PERSONALITAT

Introvertida Extravertida



Analítica Esporàdica



Reflexiva Activa



3.2. Escenaris

Els escenaris és una metodologia que ens permet pensar les diverses tasques de l'aplicació que estem dissenyant, posant-nos a pell dels usuaris que les farem servir. El fet d'haver de relatar cadascuna de les tasques des de la perspectiva dels usuaris, ens obliga a pensar els passos i els problemes que un usuari es trobarà alhora d'usar el nostre producte.

Aquest tipus de tècnica, també ens aporta una empatia cap als nostres usuaris i, per tant, ens implica amb cadascuna de les accions i ens permet arribar a conclusions que, a través d'altres metodologies més tècniques, ens seria difícil d'arribar.

El fet de definir diversos escenaris també és una forma de prioritzar les funcions que creiem que poden ser més útils pels usuaris objectius. En el nostre cas, després d'establir els tres tipus d'usuaris, hem plantejat quatre escenaris, els quals per ordre de prioritats són: cerca de la programació, la informació pràctica i els horaris; compra d'entrades; inscripció a la Rua de Carnaval, i visita a la galeria d'imatges.

Aquestes funcions han estat triades a partir dels resultats dels entrevistes, essent aquestes funcions les que els usuaris havien mencionat més efusivament.

El prototip final ha estat dissenyat a partir d'aquests escenaris, de manera que ens dona una mirada parcial, però que hauria de servir com a base per poder replicar la resta de funcions del web.

Escenari 1: Mireia Pujol

Accés programació, informació pràctica i horaris

1



La Mireia vol assistir a la Rua del Carnaval de Torelló amb les seves amigues. Per això vol comprovar els horaris i recordar el nom del lloc on comença la Rua i passar-els-hi els horaris per whatsapp.

2



Agafa el mòbil per accedir al web i dirigir-se a la secció "Programa" per tal de veure tota la informació.

3



Des de l'apartat de programació també descobreix que pot visualitzar més informació sobre la Rua.

4



Accedeix a dins de l'apartat de "Rua" i veu el recorregut i informació pràctica que de ben segur li servirà.

5



Veus que pot compartir la informació per whatsapp, així que decideix clicar a "compartir" per passar la informació a les seves amigues.

Escenari 2: Mireia Pujol

Compra d'entrades

1



La Mireia vol comprar l'entrada al Terra Endins Festival.

2



Accedeix al web i veu que hi ha un apartat anomenat "Entrades", hi accedeix i veu tot el tipus d'entrades que pot comprar.

3



Dins de la secció troba l'apartat d'"Entrades" que vol adquirir. L'enllaç la redirigeix en una nova finestra fora del web.

4



Realitza la compra de les entrades a través d'una plataforma externa. Compra les entrades i espera que li arribin per correu.

5



Com que veu que no li ha arribat el correu, accedeix de nou al web de Carnaval i busca algun contacte per avisar del problema.

6



A l'àrea de contacte, troba un formulari per reclamar informació en cas d'entrades extraviades. Escriu el problema que ha tingut i espera que li resolguin i omple els camps que li demanen en aquest cas.

7



Li responen amb un pdf on pot trobar les entrades extraviades.

Escenari 3: Ricard Bardolet

Inscripció a la Rua

1



En Ricard vol inscriure la seva colla a la Rua.

2



Per això accedeix a la pàgina de Carrossaires i va a "Inscripcions i Normativa". Allà se li desplega un formulari per entrar tota la informació.

3



Primer es troba la normativa i en un requadre groc veu senyalitzar l'enllaç a la inscripció.

4



S'inscriu en el formulari i posa tota la informació. També incorpora la informació ampliada per enviar al jurat.

5



Un cop enviat el formulari, el sistema li envia un missatge confirmant a l'usuari que el registre s'ha completat correctament. El sistema li permet descarregar-se la inscripció amb pdf.

6



Un dels conductors de la carrossa s'ha lesionat i cal canviar-lo, per tant, accedeix de nou al web i es registra posant el mail de la carrossa i el nif del cap de colla com a contrasenya.

7



Fa le canvi de nom i torna a signar la inscripció i a descarregar-se la nova inscripció.

Fig. 32., 33, 34, 35, 36, 37, 38. Il·lustracions escenari 3: Ricard Bardolet. Inscripció a la Rua

Escenari 4: Ester Cardona

Visita Galeria de Fotos

1



Fa una setmana que ha passat el Carnaval i veu que des de l'organització ja han anunciat que es poden veure les fotos d'aquesta edició. Així que es mort de ganes de veure si surt en cap d'elles.

2



A través del mòbil i a la mateixa portada hi troba un accés directe.

3



Té ganes de veure primer les de la Rua. Accedeix a la secció de Rua.

4



A través del cercador, busca les fotos de la seva comparsa. I es reconeix en algunes d'elles.

5



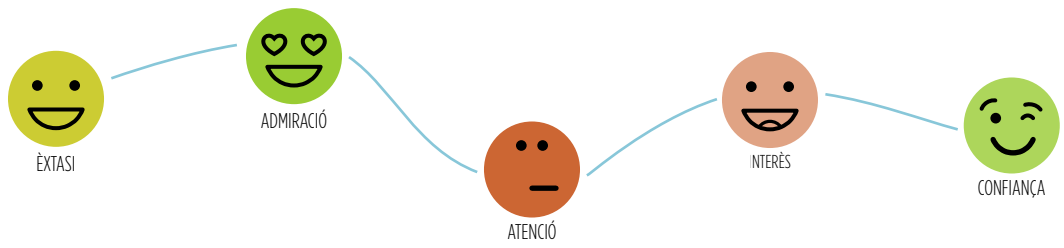
Comparteix alguna de les fotos a través de xarxes socials.

3.3. User journeys

Els user journeys són una tècnica a través de la qual podem resseguir el camí que seguirà un usuari alhora d'utilitzar el nostre producte.

Aquest tipus de metodologia ens permeten analitzar de forma profunda els sentiments, dificultats o interaccions que l'usuari anirà experimentant durant el procés. A més, el user journey també ens permet detectar possibles punts de millora o oportunitats que ens han d'ajudar a definir el producte final. En aquest cas hem realitzat quatre user journeys, un per cada un dels escenaris.

Cadascun dels journeys simplifica el camí de l'usuari en cinc passos com són: la consciència, moment en què l'usuari pren consciència de la necessitat, problema o possibilitat; descobriment, pas en què l'usuari descobreix l'eina o producte que li estem oferint; consideració, estadi en què l'usuari es planteja o accedeix al nostre producte; ús, moment en què fa servir el nostre disseny, i fidelització, estadi en què hem aconseguit convèncer a l'usuari de les virtuts del nostre producte.

Escenari 1: Accés programació, informació pràctica i horaris					
	Conciència	Descobriments	Consideració	Ús	Fidelització
Touchpoints	Li envien un whatsapp que demanen si vol anar a la Rua de Carnaval?	Pàgina inicial	Menú superior del web del Carnaval	Pàgina de la Rua.	Transmetre a les seves amistats la informació pràctica
Accions	Accedir a Instagram i buscar la informació Buscar el web a través d'un cercador web	Accedeix al web del Carnaval i es troba la pàgina inicial on veu un vídeo resum de la darrera edició	Accedeix al menú superior per cercar la informació que busca Prem l'ícona de Rua de la pàgina inicial per accedir a la secció	Entra a la pàgina de la Rua i llegeix la informació pràctica que li dona la informació que estava buscant	Veure que l'enllaç a la informació pràctica el pot compartir a través de whatsapp, així que accedeix a fer-ho
Pain Points	No recorda la data del Carnaval, per tant, entra al web per confirmar-la	No troba la informació que busca a la pàgina inicial	Ha de realitzar més d'un pas per arribar a la informació Troba tota la informació a la pàgina inicial per tant no amplia coneixements sobre la festa	L'ús que es farà del web és esporàdic, probablement, no hi tornarà a entrar	Hi ha masses passos per traspasar la informació Hi ha massa contingut i és poc útil Les amistats no arriben a consultar l'enllaç
Experiència					
Oportunitats	Si l'usuari entra al web li podem oferir informació més detallada	Donar una imatge impactant del Carnaval, pot fer créixer l'interès per la festa	Si el web canalitza algunes funcions secundàries com els horaris del transport públic, en pot incrementar l'ús	Si l'usuari sap que allà pot recuperar tota la informació pràctica, és possible que el visiti de nou més endavant	Compartir la informació pot fer incrementar les consultes

Taula. 21. User journey. Escenari 1: Accés a la programació, la informació pràctica i horaris

Diagrama 2: Compra d'entrades					
	Conciència	Descobriment	Consideració	Ús	Fidelització
Touchpoints	Enllaç a la bio d'Instagram	Secció "Entrades"	Secció "Entrades"	Plataforma de compra d'entrades	Missatge electrònic
Accions	Veu a xarxes socials que ja han sortit les entrades del Terra Endins Festival	Accedeix al web del Carnaval a través de la secció "Entrades" on també descobreix altres ofertes, entrades i abonaments	Elegeix l'oferta que li interessa més	Accedeix a la plataforma per comprar les entrades	Li arriba un missatge electrònic amb les entrades i la confirmació que la transacció s'ha realitzat correctament
Pain Points		L'usuari no veu altre informació rellevant del web	Cal buscar ofertes atractives per tal de que compensin a l'usuari	Les entrades no li arriben o s'extraïen	Si no li arriben les entrades pot tenir la sensació que ha tingut un mal servei i no tornar a comprar entrades
Experiència					
Oportunitats	Si l'usuari ha d'accedir al web per comprar les entrades, pot familiaritzar-s'hi i conèixer altres ofertes	Si agrupem totes les entrades, packs i tiquets en una mateixa pàgina i incorporem ofertes per comprar diversos tiquets junts, pot incrementar-ne la venda	Es poden afegir altres ofertes de marxandatge que poden animar la compra d'entrades i la sortida d'altres productes	Es pot millorar el sistema de contacte del web, per tal que l'organització pugui agilitzar aquestes tasques de gestió	Si el sistema funciona correctament és una forma de fidelització de públics Si es posa una finestra de registre a la Newsletter podem augmentar la fidelització

Taula. 22. User journey. Escenar 2: Compra d'entrades

Diagrama 3: Inscripció a la Rua					
	Conciència	Descobriments	Consideració	Ús	Fidelització
Touchpoints	Web	Secció Carrossaires	Formulari d'Inscripció	Formulari d'Inscripció	Formulari d'Inscripció
Accions	Es disposa a inscriure la seva colla a la Rua	Accedeix a la secció "Carrossaires" i accedeix a "Normativa i inscripcions" Es troba la Normativa. En un requadre groc i degudament senyalitzat es troba l'enllaç a la inscripció	Accedeix a la inscripció i s'informa de què ha de fer	Ompli tota la informació requerida. Li apareix un missatge de confirmació i li permet descarregar-se el document registrat.	Accedeix de nou amb el codi per afegir o modificar informació
Pain Points	L'usuari troba feixuga la inscripció Li fa mandra haver-se d'inscriure, mai no troba el moment No s'inscriu perquè encara no té tota la informació	La normativa es fa feixuga de llegir	No entén alguna informació que ha d'afegir. Li fa mandra explicar-se o escriure de qualsevol manera	Hi ha informació que encara no sap Comet algun error en algun dels punts Es deixa un apartat en blanc El sistema no li confirma l'enviament de tota la informació No ha descarregat el document i el vol recuperar	No recorda el codi d'accés
Experiència					
Oportunitats		Intentar fer una normativa més visual	Posar instruccions de com funciona el formulari	Crear un codi d'accés per poder modificar la informació o entrar la informació de manera parcial	Permetre els usuaris recuperar l'informació registrada Relacionar el codi d'accés amb un mail

Taula. 23. User journey. Escenar 3: Inscripció a la Rua

Diagrama 4: Galeria d'imatges					
	Conciència	Descobriment	Consideració	Ús	Fidelització
Touchpoints	Xarxes socials	Pàgina inicial	Índex de galeries ordenada per anys i actes	Galeria de fotografies	Botonera de compartició
Accions	Accedeix al web per veure les fotos	Buscar Galeria	Selecciona una de les galeries fotogràfiques	L'usuari navega per la galeria	Compartir fotografies a Xarxes socials
Pain Points				Les fotografies triguen a carregar-se Hi ha masses fotografies i costa trobar les de cada colla	
Experiència					
Oportunitats	<p>En el moment que es publica, col·locar un enllaç directe des de la biografia</p> <p>.....</p> <p>No penjar totes les fotografies a xarxes sinó explicar que es podran veure totes al web</p>	<p>Quan es publiquin les fotografies, afegir un enllaç directe a la capçalera de la pàgina inicial</p>	<p>Li oferim una primera categorització</p>	<p>Oferir un sistema de navegació àgil i que utilitzi etiquetes</p> <p>.....</p> <p>Buscar un cercador de fotografies</p>	<p>Facilitar la compartició de les fotografies, n'augmenta la visibilització</p> <p>.....</p> <p>Si es posa una etiqueta comuna a les comparticions pot permetre la difusió de l'enllaç al web</p>

Taula. 24. User journey. Escenar 4: Galeria d'imatges

4. Arquitectura de la informació

En aquest apartat hem analitzat l'actual arquitectura de la informació del web i a partir de les tècniques del card sorting i els diagrames de fluxes, hem redefinit l'estructura general del web.

La tècnica del card sorting, per tal de definir els sistemes mentals dels usuaris que utilitzaran el web que ens han permès mapejar les àrees que caldria que el web contingues.

Posteriorment, resseguint els passos descrits ens els escenaris, hem elaborat els diagrames de fluxes els quals ens han ajudat a descriure els diferents passos d'interacció, abans d'abordar el disseny del prototip.

4.1. Card sorting

El card sorting és una tècnica que ens permet conèixer els models mentals dels usuaris que utilitzaran el web. Per portar-ho a terme, hem demanat a quatre usuaris (dos locals i dos no-locales) que participessin en aquesta experiència.

La tècnica consisteix en agrupar les diverses àrees d'informació que creiem que cal que aparegui al web de Carnaval. Aquests grups ens fa veure quines són les perspectives que esperem trobar-se a la pàgina, així com esbrinar la possible arquitectura que hauria de tenir el menú superior i, en darrera instància, veure quina hauria de ser l'estructura final del web.

La trobada s'ha realitzat de forma presencial i utilitzant cartolines de paper, per tal de fer més propera la trobada. El test constava de dues parts. En la primera part es donava el conjunt de cartolines i es demanava a totes les persones participants que ordenessin, segons el seu criteri, seguint l'estructura ramificada pròpia dels menús de navegació web.

A la segona part s'ha demanat que posessin un títol a cadascun dels grups.

El llistat de seccions que s'han incloses a la prova són:

BOTIGA	C. INFANTIL	COLLES CARROSSAIRES	CONTACTE	ENTERRAMENT DE LA SARDINA	ENTRADES
ENTITATS	ESPAIS I MAPA	FOTOS I VÍDEOS	HISTÒRIA	INFO PRÀCTICA	INSCRIPCIONS
LLEGENDA	MOBILITAT	NORMATIVA	NOTÍCIES	PREMIS	PRESENTACIÓ DEL CARNAVAL
PREVENCIÓ	PROGRAMA	EL PULLASSU	RESTAURACIÓ I ALLOTJAMENTS	LA RUA	SENYORETES I HOMENOTS
TERRA ENDINS FESTIVAL					

4.1.1. Resultats card sorting

TEST: 1 - Usuari no-local

ACTES	HISTÒRIA	INSCRIPCIONS	INFO PRÀCTICA	ACTUALITAT	BOTIGA	ENTRADES
PRESENTACIÓ DEL CARNAVAL	HISTÒRIA	NORMATIVA	PROGRAMA	PREMIS		
EL PULLASSU	LLEGENDA		INFO PRÀCTICA	NOTÍCIES		
SENYORETES I HOMENOTS	ENTITATS		ESPAIS I MAPA			
LA RUA	COLLES CARROSSAIRES		MOBILITAT			
TERRA ENDINS FESTIVAL	FOTOS I VÍDEOS		RESTAURACIÓ I ALLOTJAMENTS			
C. INFANTIL			PREVENCIÓ			
ENTERRAMENT DE LA SARDINA			CONTACTE			

TEST: 2 Usuari no-local

ACTES	PROGRAMA	EL CARNAVAL	INFO PRÀCTICA	BOTIGA	ENTRADES
PRESENTACIÓ DEL CARNAVAL		HISTÒRIA	ESPAIS I MAPA		
EL PULLASSU		LLEGENDA	MOBILITAT		
SENYORETES I HOMENOTS		FOTOS I VÍDEOS	RESTAURACIÓ I ALLOTJAMENTS		
LA RUA		NOTÍCIES	PREVENCIÓ		
	INSCRIPCIONS	ENTITATS	CONTACTE		
	NORMATIVA	COLLES CARROSSAIRES			
	PREMIS				
TERRA ENDINS FESTIVAL					
C. INFANTIL					
ENTERRAMENT DE LA SARDINA					

TEST: 3 - Usuari local

PROGRAMA	HISTÒRIA	INFO PRÀCTICA	CONTACTE
PRESENTACIÓ DEL CARNAVAL	LLEGENDA	ESPAIS I MAPA	PREVENCIÓ
EL PULLASSU	FOTOS I VÍDEOS	MOBILITAT	NORMATIVA
SENYORETES I HOMENOTS	PREMIS	INSCRIPCIONS	BOTIGA
LA RUA	COLLES CARROSSAIRES	ENTRADES	ENTITATS
TERRA ENDINS FESTIVAL		NOTÍCIES	
C. INFANTIL		RESTAURACIÓ I ALLOTJAMENTS	
ENTERRAMENT DE LA SARDINA			

TEST: 4 - Usuari local

PROGRAMA	INFO PRÀCTICA	NOTÍCIES	HISTÒRIA	BOTIGA	FOTOS I VÍDEOS	CONTACTE	ACTES
	MOBILITAT		ENTITATS				PRESENTACIÓ DEL CARNAVAL
	ESPAIS I MAPA		COLLES CARROSSAIRES				EL PULLASSU
	PREVENCIÓ		PREMIS				SENYORETES I HOMENOTS
	RESTAURACIÓ I ALLOTJAMENTS		LLEGENDA				LA RUA
							NORMATIVA
							INSCRIPCIONS
							TERRA ENDINS FESTIVAL
							ENTRADES
							C. INFANTIL
							ENTERRAMENT DE LA SARDINA

Taula 28. Card sorting: Test 3, usuari local
Taula 29. Card sorting: Test 4, usuari local

4.1.2. Descobriments

Els actes:

- Els diferents actes són els que estructuraven el Carnaval. Malgrat formar un conjunt, realment, cada acte té unes característiques que el diferencien de la resta.
- Els actes queden clars per tots els usuaris i no mostra diferències entre els diferents usuaris.
- El fet que les activitats principals no siguin moltes, facilita poder disposar d'un apartat per cada acte que conforme el Carnaval.

Història:

- Els usuaris prefereixen separar els apartats d'informació pràctica i que es necessita recollir de forma més immediata, d'altres temes més particulars de la litúrgia de la festa, com la història.

Programa:

- La majoria d'usuaris demostren que el programa ha de ser fàcil d'accedir-hi i ho han col·locat de forma separada de la resta d'elements.

Botiga i entrades:

- Els usuaris de Torelló han tendit a col·locar la botiga més amagada que els usuaris de fora de Torelló.
- Es valora donar visibilització amb els apartats relacionats amb el finançament de la festa.

Carrossaires:

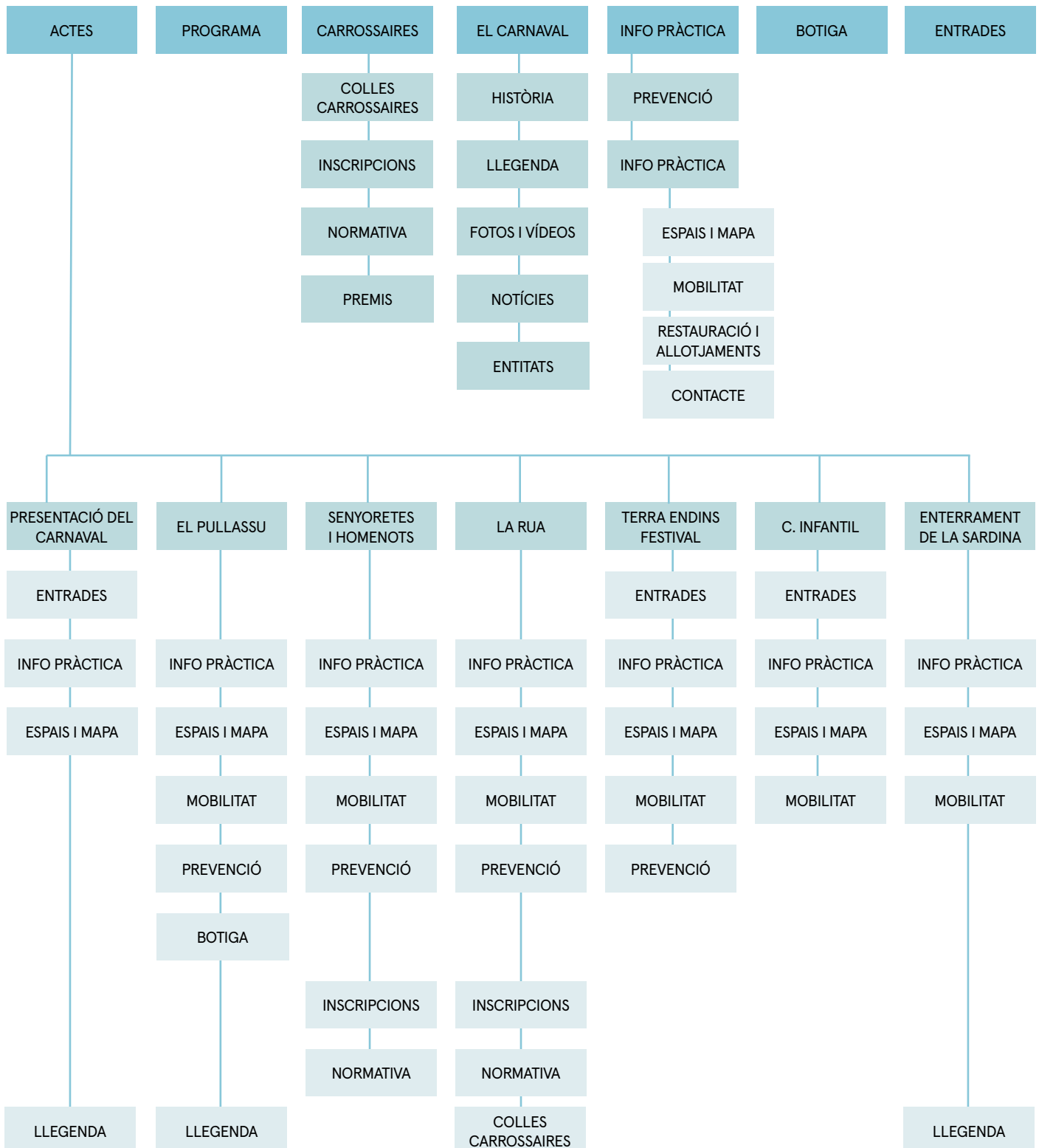
- Cap usuari ha creat un espai centrat pels carrossaires, tal i com passa a la web actual. A més l'apartat de col·les carrossaires han tendit a col·locar-lo dins de la pàgina de El Carnaval/Història.
- Aquest espai, en canvi, era molt valorat per les entitats organitzadores, així que es valorarà mantenir-lo, tal i com està tractat actualment.

Arquitectura de la informació:

- En general, alguns usuaris tendeixen a preferir poques grans seccions i en canvi molts subapartats, especialment en les seccions d'actes, història i informació pràctica. Altres elements, en canvi, es prioritza la visibilitat.

4.2. Proposta: arquitectura de la informació

Un cop analitzats els resultats del card sortint i tenint en compte el coneixement obtingut durant les entrevistes dels usuaris i les entitats organitzadores, proposem un model mental que creiem que sintetitza les necessitats de les diverses parts:



Taula 30. Arquitectura de la informació

L'arquitectura d'informació que proposem busca trobar-se a mig camí entre l'agilitat de trobar la informació i la profunditat d'informació que es podrà trobar en la pàgina web.

En aquest sentit, s'ha plantejat tres nivells d'informació:

1. En el primer nivell hi trobem les grans àrees d'informació, per tal de que l'usuari es pugui dirigir a informació més concreta. En aquesta primer estadi hi trobem:
 - La informació que els usuaris volen trobar fàcilment (programació, actes i informació pràctica).
 - Els apartats relacionats amb el finançament de la festa (botiga i entrades)
 - Dreceres a temes que no són importants en primera instància, però que volem visibilitzar, com ara, la informació pels Carrossaires i la informació relacionada amb la història de la festa i les entitats organitzadores.
2. En el segon nivell hi trobem l'ampliació d'informació, tal com:
 - Els diferents actes de la Rua, els quals disposaran d'un enllaç directa a la pàgina inicial.
 - Els diversos elements que formen part de la festa del Carnaval i que aporten un context organitzatiu o d'arxiu històric.
 - Els elements relacionats amb les colles carrossaires.
 - Els elements relacionats amb la informació pràctica. En aquesta àrea s'ha mantingut l'apartat de prevenció, ja que, des de l'ajuntament es destinen molts recursos a generar material informatiu en aquest àmbit.
3. En el tercer nivell hi trobem la informació més concreta de cada un dels actes i de la informació pràctica:
 - Cada acte disposarà d'informació particular en els diversos àmbits: entrades, informació pràctica, espais i mapa, etc. Cada apartat tindrà aquells elements que requereixi l'esdeveniment en qüestió. Per exemple, l'apartat de la Rua trobarem informació sobre la normativa, però, no trobarem la botiga, ja que, actualment no es ven cap element a la Rua.
 - L'apartat d'informació pràctica també contindrà diversos apartats amb informació general sobre la festa.

4.3. Diagrames de fluxes

Per a la realització dels diagrames de fluxes s'ha partit dels escenaris definits a la pràctica anterior i tenint en compte els resultats obtinguts de l'arbre de continguts creat a partir de l'experiència de card sortint i les tres fitxes de persona generades a l'inici del prototip. L'evolució que ha tingut el projecte m'ha portat a definir cinc tasques diferents.

Els cinc escenaris desenvolupats en els diagrames de fluxes corresponen en:

- Diagrama 1: Accés programació pràctica i horaris
- Diagrama 2: Compra d'entrades
- Diagrama 3: Inscripció a la Rua
- Diagrama 4: Visita Galeria de fotos

Aquests elements venen donats per les, les possibilitat del perfil d'usuari i l'experiència de descàrrega i experiència inicial de l'app.

Diagrama 1: Accés programació, informació pràctica i horaris

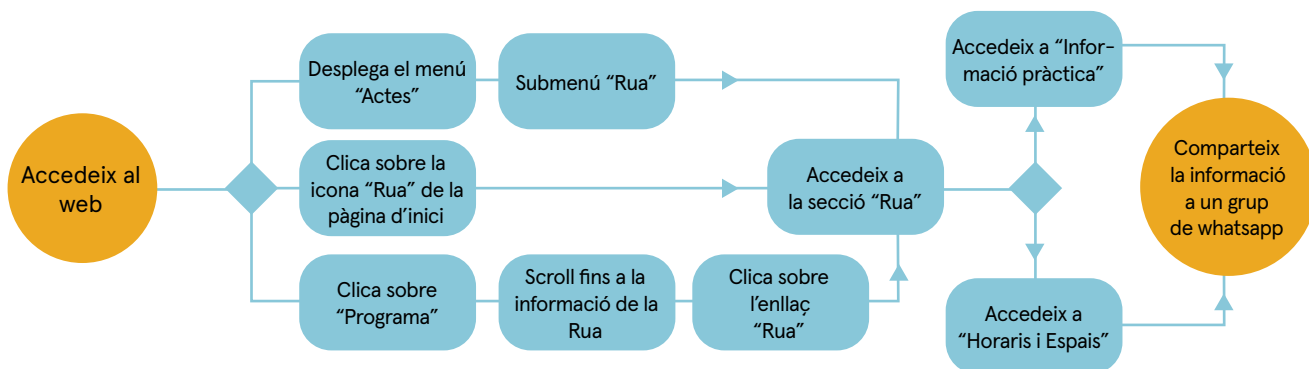
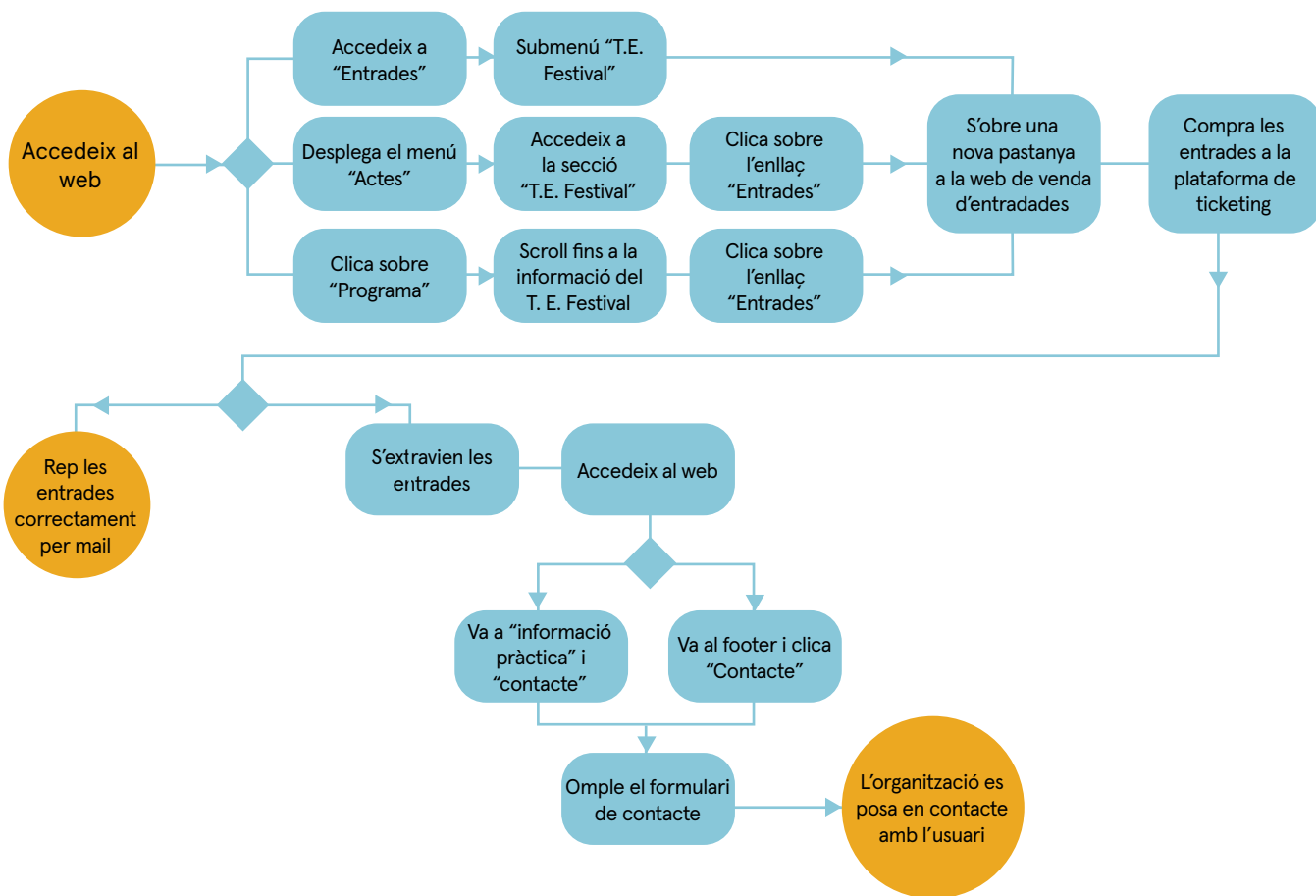


Diagrama 2: Compra d'entrades



Taula. 31. Diagrama 1: Accés a la programació, la informació pràctica i horaris

Taula. 32. Diagrama 2: Compra d'entrades

Diagrama 3: Inscripció a la Rua

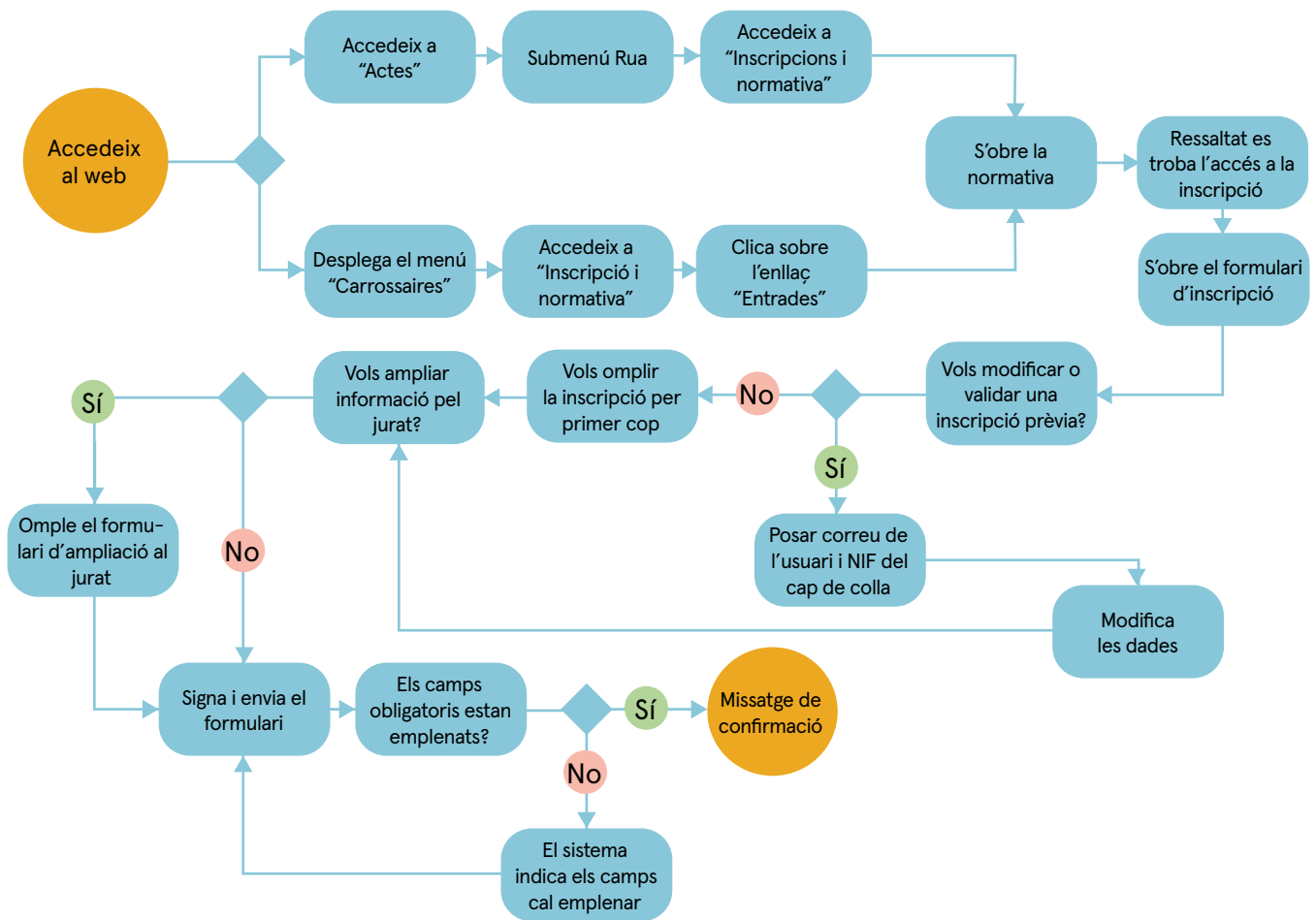
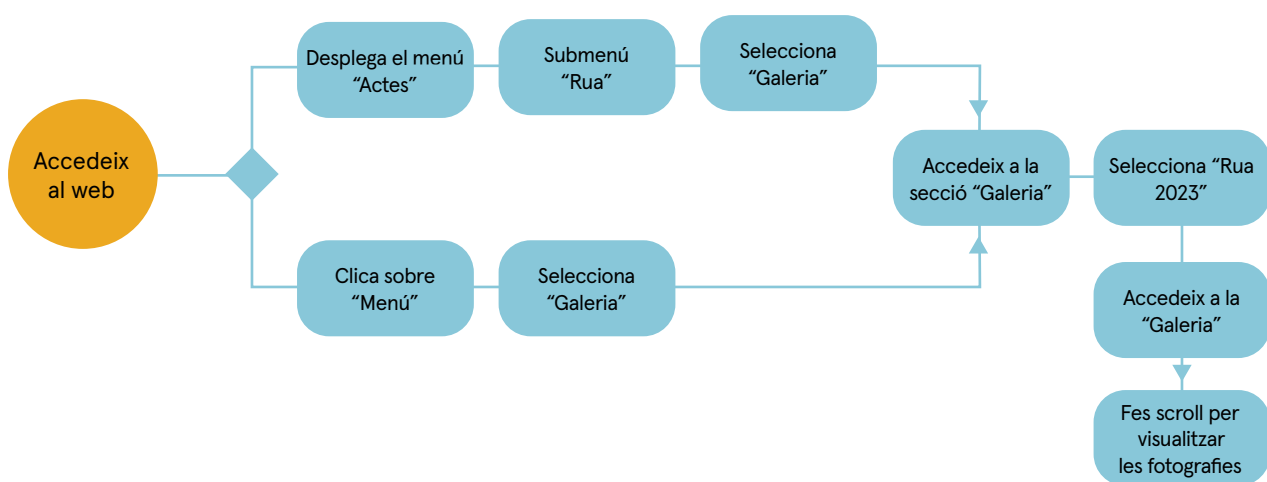


Diagrama 4: Galeria d'imatges



Taula. 33. Diagrama 3: Inscripció a la Rua

Taula. 34. Diagrama 4: Galeria d'imatges

5. Prototipatge

Tota la tasca realitzada durant aquest apartat estava enfocada a un objectiu, definir de forma clara un prototips que ens permeti encarar el producte final. Aquest prototips, lluny de ser producte definitiu, ens servirà per poder testejar el disseny amb usuaris reals i conèixer les seves observacions, per tal, d'adaptar el disseny final a les necessitats i usos reals del producte.

Ens hem centrat en dissenyar les funcions del prototip que estan directament relacionades amb les accions descrites en els escenaris. D'aquesta manera, hem pogut definir una guia d'estil que després ha de poder ser replicable en noves funcions del web que encara no hem definit.

En aquest estadi, a més, es tracta d'una primera versió prototípica, però, que ja ens ha de servir per tal de treballar-la amb usuaris reals, per tal d'extreure'n conclusions i tornar a aplicar noves millores.

Una de les decisions importants que hem pres, ha estat la de centrar-nos en el prototip del web per dispositius mòbils i descartar de moment, un prototip per desktop. Això ens implica centrar-nos en unes proporcions concretes i per tant, optimitzar el màxim l'aplicació en aquest format.

Òbviament, caldrà reinterpretar el disseny resultant en format pantalla de sobre-taula, però, en aquest projecte ens centrarem en pensar un disseny que sigui el màxim d'òptim per ser utilitzar en un dispositiu mòbil.

A nivell gràfic hem decidit centrar-nos en la gràfica actual del Carnaval de Terra Endins. La gràfica, malgrat haver estat creada l'any 2016, encara segueix essent vigent i, tot i que algun dels entrevistats considera que li caldria un ajustament, en aquest projecte no buscarem reinventar la marca o reajustar-la, sinó aprofitar la feina feta, per tal de repensar l'ús i l'interacció que els usuaris fan de la gràfica del Carnaval.

Si es dona el cas, sí que crearem nou material gràfic que ajudi a generar elements gràfics que no tenim definits, però, de en aquest moment, no és la prioritat.

A l'hora de dissenyar el prototip utilitzarem Figma, ja que és un programa que ens permet generar fàcilment el prototip i aplicar-hi les interaccions, a més que ens facilita la possibilitat de compartir el prototip a tercers.

Enllaç al prototip:

<https://www.figma.com/proto/z9aqFzly0Cdj3HCu7VeD6H/WEB-CARNAVAL?type=design&node-id=252-552&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=252%3A552>

Enllaç a l'arxiu de Figma:

<https://www.figma.com/file/z9aqFzly0Cdj3HCu7VeD6H/WEB-CARNAVAL?type=design&node-id=0-1&t=fJWq00hJTcLrOwMK-0>

5.1. UX KIT

Estil de text

H1 Raleway - 36 p	H1 Raleway - 36 p
H2 Raleway - 30 p	H2 Raleway - 30 p
H3 Raleway - 28 p	H3 Raleway - 28 p
H4 Raleway - 24 p	H4 Raleway - 24 p
H5 Raleway - 20 p	H5 Raleway - 20 p
H6 Raleway - 16 p	H6 Raleway - 16 p

Logotip

**CARNAVAL DE
TERRA ENDINS**
8 ____ 14 de febrer 2024

8 ____ 14 de febrer 2024
TORELLÓ

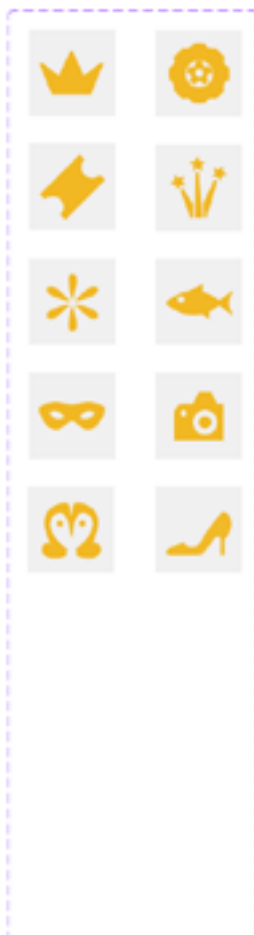
Compte enrere

09 11 15 14 00
Mesos Dies Hores Minuts Segons

Botoneres



Icones seccions



Icones esdeveniments



Fig. 44

5.2. Anàlisi del prototip

Menú hamburguesa

S'ha plantejat un menú estil hamburguesa, molt utilitzat en dispositius mòbils. Al clicar-lo es desplega el menú i hi trobem els apartats principals del Carnaval.

Algunes opcions permetren desplegar informació extra, cosa que permet agilitzar la navegació en alguns casos.

S'ha decidit marcar la secció "Entrades" per tal de donar-li notorietat.

Pàgina principal

El logotip de la pàgina incorpora una animació que mostra primer la data del Carnaval i després la localitat de la festa.

Malgrat que el prototip no ho demostra així, la pàgina inicial estarà encapçalada per un vídeo, per tal de donar l'impacte que busquem als usuaris que visiten la pàgina.

Hem conservat el marcadore, ja que, d'una forma lúdica, genera *engagement* per part dels usuaris.

Hem mantingut els logotips amb les dates i hem activat els enllaços per facilitar i agilitzar la navegació. Cadascun dels logos porta a les pàgines dels diferents actes.

Hem incorporat una secció de notícies al final de la pàgina. Aquest bloc incorpora una navegació a través d'scroll per visualitzar els tres últims enllaços i un botó que ens permet accedir a més informació de notícies.

Footer

El footer hem incorporat un boto de "back-to-top", els enllaços a xarxes socials, els logotips de les entitats organitzadores, els enllaços a contacte, protecció de dades i cookies i el mapa web.

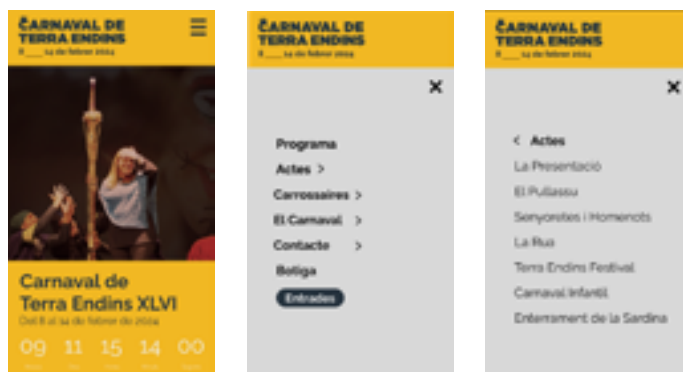


Fig. 45. Frames del "burger menu"



Fig. 46. Animació logotip



Fig 47. Pàgina inicial

Pàgina esdeveniment

La pàgina l'encapçala el títol, el logotip de l'esdeveniment i els horaris de l'acte.

S'ha incorporat un submenú per tal de navegar amb la diversa informació de l'activitat, com per exemple, la informació pràctica. També incorpora alguns enllaços externs a altres pàgines com la galeria de fotos d'aquest acte en concret, entre altres. Aquest menú variarà segon la pàgina on ens trobem i les característiques d'aquesta.

La pàgina de l'acte incorpora una petita introducció que dona una noció de què és la festa.

Informació pràctica

A la informació pràctica hi trobem informació sobre els espais, la mobilitat, l'aparcament i el contacte.

La pàgina l'encapçala la informació pràctica que creiem que és més rellevant pels usuaris.

S'ha creat una interacció amb el plànol de la Rua, per tal de conèixer els serveis. Per activar-ho cal clicar al damunt del plànol.

El plànol s'ha incorporat la referència del riu, per tal de que els usuaris de fora de Torelló tinguin una referència de quin tram de la Rua es troben.

Al mig de la pàgina hi hem inserit banners animats amb les consignes de prevenció, per tal que l'usuari se les trobi.

Hem creat un bloc de contacte amb un formulari on es demana el nom, el contacte i el motiu de la consulta, per tal de poder millorar l'atenció de la recepció d'aquesta informació.

CARNIVAL DE TERRA ENDINS
8 - 14 de febrer 2024

Rua

10 de febrer de 2024
Inici a la plaça de la Sardana
16 h - Concentració
18:30 h - inici

- Carrosseres
- Informació pràctica
- Ordre de sortida
- Galeria d'imatges
- Classificació

La rua del Carnaval de Terra Endins és el moment de culminació de mesos de feina per part de les colles carrosseres que treballen intensament per tenir a punt les plataformes, superant la intèrnia en cada edició, i les disfresses, i en tots dos casos, cuidant fins al mínim detall.

Informació pràctica

Els trams

Tota la Rua està senyalitzada per trams de 13 al 28

Trobareu WC als trams 6, 9, 7, 13, 23, 27 i 28

El servei de **Punt Lila** serà de 23 a 1 h, al **Torelló Jove** carrer Enric Prat de la Riba 121, espai proper als trams 28, 30 i 31.

Cliqueu damunt de cada tram per compartir conèixer la vostra ubicació i que, si cal us puguin localitzar fàcilment.

Recorregut

per carnaval tot s'hi val?

Mobilitat

Tren

Garcilona	Vic	Torelló
16h	17h30	18h30
16h	17h45	18h45

Torelló	Vic	Garcilona
19h	18h15	17h15
19h	18h30	17h30

Aparcament

- Pòdion Malaboch
- Parc de la Vèr
- Mercat Municipal

Contacte

Formulari de contacte amb camps per Nom, Correu electrònic, Motiu de la consulta i Missatge.

Botó: Enviar missatge

Barcelonès Socialista

Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, etc.

Departament d'Informació

Logos: Informació, Accessibilitat, Mobilitat, Aparcament, Ajuntament de Torelló

Enllaços: Contacte, Protecció de dades, Política de cookies

Fig 48 i 49. Frames pàgina La Rua

Programa

Hem condensat la informació del programa per tal que es pugui visualitzar a través d'scroll.

Hem incorporat enllaços a les inscripcions i compra d'entrades per tal d'accedir als serveis de forma ràpida.

Hem creat blocs diferenciats per aquells actes que disposen de diversos horaris i activitats dins del mateix acte.

Entrades

La venda d'entrades és la principal forma de finançament del Carnaval. Entesa aquesta situació, s'ha ampliat la forma d'accessos a la venda d'entrades, incorporant els enllaços tant a dins la programació com a dins de cada apartat d'esdeveniments on hi hagin entrades associades.

També s'ha generat un apartat separat al menú superior, que porta a una pàgina on els usuaris poden veure llistades tota la venda d'entrades i packs per participar a la festa.

A més s'ha unificat el botó d'entrades a totes les pàgines, per tal que sigui fàcil pels usuaris a veure quin botó és de tipus d'entrada.

Cal mencionar que de moment el Carnaval no disposa d'una plataforma de venda d'entrades i de moment no s'ha plantejat d'adquirir-ne cap, a causa del cost de producció i les dificultats de gestió d'una eina d'aquest tipus per part d'un conjunt d'entitats sense ànim de lucre. Per aquest motiu no s'ha dissenyat el servei de venda en si, sinó que variarà segons la plataforma de venda.



Fig 50. Frame pàgina Programació
Fig 51. Frame pàgina Entrades

Carrossaires

En el cas de la pàgina de carrossaires, s'ha redefinit el logotip de Carrossaires.

La pàgina està encapçalada per un accés a l'apartat de Normativa i Inscripció, per tal d'agilitzar l'accés a aquest apartat.

A la pàgina de carrossaires s'ha creat un panell de categories per tal de facilitar la cerca de colles carrossaires, segons la categoria de la qual formen part.

Normativa

La normativa no ha patit gaires canvis, més enllà de ressaltar l'accés al formulari amb un títol.

S'ha decidit crear l'accés a la inscripció a través de la normativa, per tal de potenciar que les colles es llegeixin la normativa abans d'inscriure's.

Inscripció

Hem creat un formulari d'inscripció amb tota la informació que les carrosses carrossaires hauran d'inserir.

Hem intentat que la memòria del jurat sigui molt estructurada, per tal de facilitar la feina de maquetació de les colles i unificar els documents que es comparteixen al jurat. Creiem que això pot facilitar la tasca de valoració.

Modificar o recuperar la inscripció

S'ha creat una pantalla per recuperar una inscripció. Per fer-ho cal posar el de la colla carrossaire i el NIF del cap de colla. Dos valors que són fàcilment recuperables, cosa que no passa amb els codis o contrasenyes.

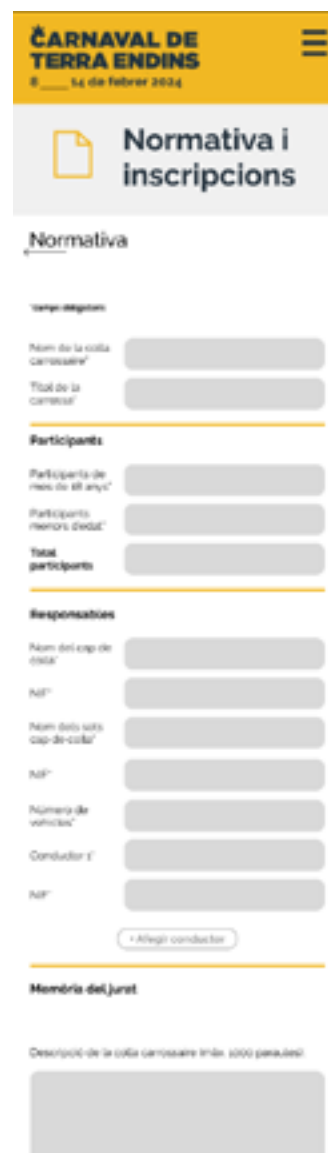


Fig 52, 53, 54 i 55. Frames de les pàgines Carrossaires i Normativa i Inscripcions

Galeria d'imatges

La Galeria d'imatges s'ha agrupat per edicions. De cara edició es poden trobar les fotografies de cadascun dels esdeveniments principals que disposen de imatges gràfiques.

En el prototip s'ha dissenyat la galeria de fotografies de la Rua. Cada edició s'hi accedeix clicant damunt del cartell, d'aquesta manera, també és una forma de poder mostrar el conjunt de cartells.

En un principi s'ha plantejat que l'accés a la galeria de fotografies fos a través del bloc "El Carnaval" del menú superior. Tot i així, també seria òptim poder disposar de les fotografies de forma separada de la resta de seccions.

A sota de cada cartell s'ha afegit iconografia per tal de facilitar la interacció amb els usuaris a més de donar informació sobre l'esdeveniment.

S'han creat dos tipus diferents de taules, una en format de mur infinit i l'altre en format de columnes de 3 que al clicar-se s'amplia cadascuna de les fotografies.

Cada galeria també s'hi pot accedir a través de la pàgina de cada esdeveniment.



Fig 56, 57 i 58. Frames de les pàgines Galeria

5.3. Test amb usuaris

Novament, hem centrat l'avaluació del prototip a les entrevistes amb usuaris. Això ens ha permès analitzar el funcionament de l'aplicació a través del propi ús dels usuaris que l'haurien d'utilitzar.

Hem realitzat tres entrevistes amb nous usuaris. El perfil d'usuaris que hem buscat han estat usuaris provinents de diverses localitats i amb un nivell de relació divers amb el Carnaval. En aquest sentit, el ventall d'entrevistats hi trobàvem des d'usuaris de Torelló, actius amb la festa del Carnaval, amb usuaris d'altres punts de la comarca d'Osona, que freqüenten el Carnaval, però, que la seva relació és més superficial.

A nivell de metodologia, hem fet les tres entrevistes per separat. En cada entrevista demanàvem a l'usuari que navegues pel prototip utilitzant el seu propi dispositiu mòbil.

En total cada usuari se li demanava que realitzes quatre tasques. Un cop havia realitzat la tasca, se li feia preguntes genèriques sobre les impressions o la dificultat que havia trobat alhora de realitzar la tasca. Posteriorment se li realitzaven preguntes més específiques per tal de conèixer les seves observacions entorn a element més específics de la interacció.

5.1.1. Guió: test amb usuaris

Tasca 1

Amb la teva colla voleu assistir a la Rua del Carnaval de Torelló. Per aquest motiu us proposeu a informar-vos dels horaris. Buscar els horaris i la informació pràctica de la Rua

- Quins passos has seguit per realitzar la tasca?
- Què t'ha semblat difícil a l'hora de realitzar aquesta tasca?
- Què t'ha semblat fàcil o adequat d'aquesta tasca?
- Què milloraries per tal d'agilitzar aquesta tasca?

Tasca 2

Formes part d'una colla carrossaire. T'encarreguen que inscrivis la teva colla a la Rua.

- Quins passos has seguit per realitzar la tasca?
- Què t'ha semblat difícil a l'hora de realitzar aquesta tasca?
- Què t'ha semblat fàcil o adequat d'aquesta tasca?
- Què milloraries per tal d'agilitzar aquesta tasca?

Tasca 3

Vols comprar les entrades per assistir al Terra Endins Festival.

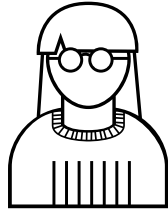
- Quins passos has seguit per realitzar la tasca?
- Què t'ha semblat difícil a l'hora de realitzar aquesta tasca?
- Què t'ha semblat fàcil o adequat d'aquesta tasca?
- Què milloraries per tal d'agilitzar aquesta tasca?

Tasca 4

Vols recuperar algunes de les fotografies de la darrera edició del Carnaval

- Quins passos has seguit per realitzar la tasca?
- Què t'ha semblat difícil a l'hora de realitzar aquesta tasca?
- Què t'ha semblat fàcil o adequat d'aquesta tasca?
- Què milloraries per tal d'agilitzar aquesta tasca?

5.1.2. Resultats: test amb usuaris



Nom: Anna
Edat: 30 anys
Professió: Electricista
Procedència: Torelló



Nom: Dídac
Edat: 30 anys
Professió: Docent
Procedència: Vic



Nom: Pol
Edat: 38 anys
Professió: Càmera
Procedència: Aiguafreda

Tasca 1

Amb la teva colla voleu assistir a la Rua del Carnaval de Torelló. Per aquest motiu us proposeu a informar-vos dels horaris. Buscar els horaris i la informació pràctica de la Rua.

Per realitzar la tasca prioritza les icones de la pàgina inicial. Això li permet accedir ràpidament a la Rua i trobar la informació.

Un cop dins de l'apartat ha trobat fàcilment la informació pràctica utilitzant les icones superiors.

Li ha costat veure l'horari. Malgrat estar a la part superior, al estar encapçalat per cap títol i estar molt ajuntat a les icones li ha dificultat veure-ho a primer cop d'ull.

La distribució per actes troba que és una forma clara d'agrupar la informació.

Es podria posar un desplegable de la Renfe amb tots els horaris o un enllaç a la pàgina oficial de Renfe per tal que l'usuari pugui comprovar els horaris.

Ha utilitzat les icones de la pàgina inicial per accedir fàcilment a la informació.

Remena el mapa dels trams i descobreix que al clicar li apareix informació addicional.

Ha trobat a faltar un mapa o una interacció semblant a les dels trams a l'apartat "Aparcament".

La informació de prevenció sembla publicitat. Tot i així no li molesta i troba interessant que hi sigui.

Accedeix a través del "burger menu". Li costa una mica trobar la informació, ja que li costa diferenciar les etiquetes de Programa, Actes i El Carnaval.

Al final aconseguix accedir a la informació.

No descobreix les interaccions de la pàgina, utilitza únicament l'scroll per navegar.

Caldria explicitar quins elements són interactius. Potser es podria posar un títol o algun tipus d'animació senzilla per explicitar-ho.

La programació no disposa d'enllaços directes als esdeveniments.

Tasca 2

Formes part d'una colla carrossaire. T'encarreguen que inscrivis la teva colla a la Rua.

Accedeix a la informació a partir del "buger menu". No li costa gaire arribar a la informació.

Proposa dificultar l'accés a "modificar la informació" o si més no que t'avissessin a través del correu que s'ha modificat la inscripció, ja que, els codis que es demanen es poden trobar fàcilment i poden generar accions malicioses per part de tercers.

Accedeix a la informació a partir del "buger menu". No li costa gaire arribar a la informació.

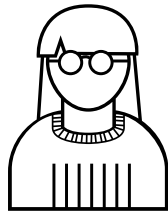
Considera positiu trobar-se la normativa abans de fer la inscripció.

Veü fàcil la forma de modificar la informació. Considera que potser es podria diferenciar cromàticament el botó de "registrar per primer cop" del de "modificar la informació".

Accedeix a través de la pàgina de la Rua i troba fàcilment la informació.

No acaba d'entendre perquè dins la normativa hi ha un apartat marcat en groc, tot i així li crida l'atenció.

Creu que la navegació no és ni la més immediata, però tampoc molt engorrosa ni amagada.



Tasca 3

Vols comprar les entrades per assistir al Terra Endins Festival.

Ha detectat que hi ha dues formes d'accedir a la compra d'entrades: la primera a través de la pàgina de l'esdeveniment, i l'altra a través del "burger menu".

Considera positiu que hi hagi una pàgina en què es poden veure totes les entrades que es poden comprar. Això facilita que una persona vulgui adquirir més d'una entrada.

També considera que és positiu afegir els enllaços de les entrades i inscripcions a la pàgina de "Programació".

Ha accedit a entrades, fàcilment, a través de l'esdeveniment.

No s'ha fixat que en el "burger menu" disposava de l'opció entrades, ja que li quedava molt a sota i no ha fet scroll.

Accedeix a entrades de forma fàcil a través del "burger menu".

Ho considera que és fàcil i ràpid de trobar.

Tasca 4

Vols recuperar algunes de les fotografies de la darre-ra edició del Carnaval

Accedeix fàcilment a l'apartat dels cartells, però, li costa entendre que clicant als cartells pot accedir a més fotografies.

Considera que el text en aquest apartat és massa petit.

No ha vist que tenia l'opció de dos tipus de galeries. També comenta que l'scroll infinit pot ser una mica pesat si hi ha moltes fotografies.

Accedeix a través del "burger menu" > "El Carnaval" > "Galeria". Tot i així, considera que no és un camí massa àgil.

No detecta que clicant sobre els cartells pot accedir a les fotografies de cada edició.

Considera que el text que indica que es pot accedir a la galeria de fotografies de cada esdeveniment és massa petit i es veu poc.

Li costa carregar les fotografies. En el producte final caldrà tenir en compte els temps de càrrega de les imatges.

Accedeix a la galeria a través de la pàgina de "Rua".

Ja s'havia fixat anteriorment que hi havia l'opció "Galeria"

Considera que l'apartat genèric hauria de ser més visible i no tant amagat, ja que, difícilment, hi hauria arribat a través del "burger menú" > "El Carnaval" > "Galeria".

Taula 35. Respostes test amb usuaris

5.1.3. Descobriments: test amb usuaris

Positiu	Oportunitats	Neutre
L'aspecte del web és clar i fàcil de navegar.	La galeria de fotografies podria ser més visible. També cal buscar-li una altra nominació.	Els usuaris han utilitzat diversos camins per arribar a una mateixa informació.
Les il·lustracions de cada esdeveniment i apartat, són clars i ajuden a la navegació.	La pàgina de "Galeria" té el text massa petit i no s'ha entès l'accés a la galeria de fotografies a través dels cartells.	En el producte final, cal comprovar que les imatges es carreguin ràpidament.
La informació pràctica és fàcil de trobar i els usuaris la consideren força completa.	La galeria de fotografies podria ser més visible. També cal buscar-li una altra nominació.	Alguns usuaris consideren la gràfica molt plana. Es podria enfocar la gràfica a intensificar la relació d'eufòria que els usuaris tenen amb el Carnaval.
La programació és clara.	La interacció damunt del plànol de trams de la Rua no és clara. Es podria afegir informació entorn a la interacció.	La informació pràctica detallada és una informació capdal pels usuaris i on han aportat més informació.
El fet de disposar de diversos camins per arribar a un mateix apartat es valora positivament i facilita la navegació.	Caldria repensar el protocol de contrasenyes per accedir a "Modificar una inscripció".	
L'accés a a les entrades és àgil. Agrada poder trobar totes les entrades en una mateixa pàgina.	Afegir enllaços directes de la secció "Programació" a cada pàgina d'esdeveniment.	
Es valora molt positivament que l'accés a entrades sigui possible de múltiples formes.		

Taula 36. Descobriments test amb usuaris

5.4. Propostes de millora

Després de fer l'avaluació del prototip amb usuaris hem detectat alguns errors que calia millorar. Els principals errors han sigut a nivell de lectura i accessibilitat, tot i que també hem detectat oportunitats de millora en el camp d'arquitectura de la informació i de la interacció amb algun dels components del prototip.

Galeria de fotos i vídeos

En aquest camp hem vist que la pàgina de distribució de galeries costava que els usuaris entenguessin que calia clicar damunt dels cartells per accedir a les respectives galeries d'imatges de cada esdeveniment. A més també hem detectat que en aquesta secció les dimensions de la tipografia eren massa petits i, per tant, calia ampliar-les. Finalment, en aquesta secció hem vist que el nom de Galeria no era suficient explícit pels usuaris i preferien una altra nomenclatura com per exemple "fotos i vídeos" per anomenar la pàgina.

Per resoldre aquests problemes, hem canviat la nomenclatura, hem ampliat les dimensions de la tipografia, i hem definit noves icones i missatges per tal de fer més explícits els enllaços cap a les galeries de fotos de cada esdeveniment.

Arquitectura de la informació - "Burger" menú

Hem vist que alguns dels usuaris els costava entendre el contingut que podien trobar en alguna de les seccions del menú. Principalment, es veia com a poc clara la secció "El Carnaval".

Per aquest motiu, hem decidit canviar-ne la nomenclatura per tal d'anomenar-ho "Més sobre el Carnaval".

També ens hem plantejat treure la secció de Galeria de fotos i vídeos de l'àrea "El Carnaval" i tractar-la com una secció principal.

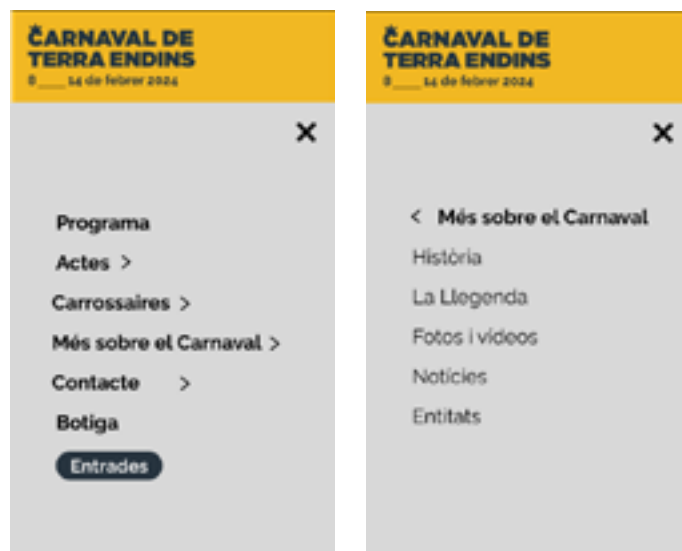
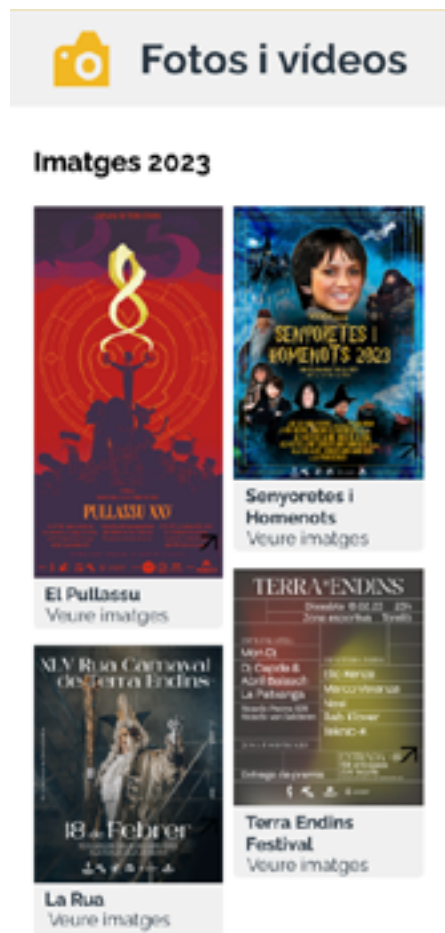


Fig 59. Millores galeria fotos i vídeo
Fig 60 i 61. Millores "Burger" menú

aquesta opció ja que ja disposàvem d'un gran nombre de seccions principals. Aquesta decisió ha vingut ajudada pel fet que la Galeria de fotos i vídeos no es tracta d'una pàgina pensada pel públic genèric, sinó per usuaris fans del Carnaval que, si tenen un interès real per aquest contingut, l'acabaran trobant.

Enllaços a la Programació

Hem incorporat enllaços directes des de cada apartat de la Programació als diversos esdeveniments, de manera que faciliti als usuaris obtenir la informació pràctica.

Per tal de mostrar aquesta interacció hem fet servir un mètode clàssic d'interacció com és el subratllat en els títols.

Informació pràctica

A la informació pràctica hem inclòs un plànol interactiu en l'apartat Aparcament. A més, també hem inclòs un enllaç a l'apartat de mobilitat, cap als horaris de trens de la Generalitat, per tal que els usuaris puguin comprovar l'horari de retorn al seu municipi.

Finalment, hem modificat alguns aspectes del plànol de trams. Per començar hem posat els noms dels carrers a l'exterior del mapa. A més, hem afegit text i iconografia que permetin a l'usuari comprendre que el mapa és interactiu. Per últim, hem ampliat les icones i el text de cada tram.

Modificació de la inscripció

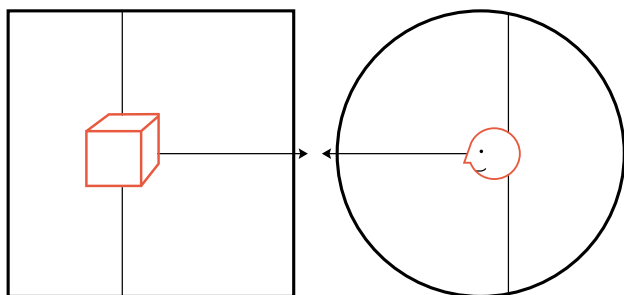
Hem modificat la forma d'inscripció per tal d'incrementar-ne la seguretat. En aquest sentit hem afegit un codi d'inscripció que n'assegur-hi una major seguretat.



Fig 62. Millores Programa
Fig 63 i 64. Millores pàgina La Rua

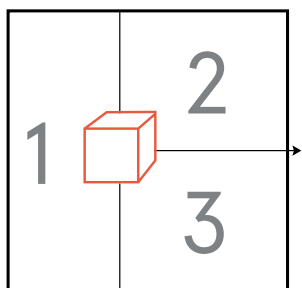
5.5. Proposta de valors

Un cop elaborat el prototip, sols resta comprovar que la proposta d'interacció dissenyada és adequada al tipus d'usuaris que utilitzaran l'aplicació.



El llenç de proposta de valor

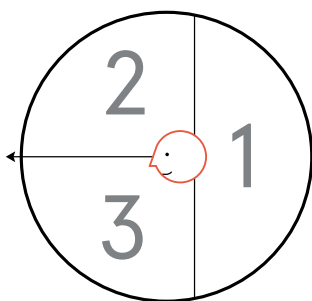
El llenç de proposta de valor (Value Proposition Canvas) és una eina que permet visualitzar gràficament els valors d'un negoci o organització per als seus clients. L'eina es compon de dos costats: el mapa de valor i el perfil de client. Ambdues parts tenen una correspondència entre si.



Mapa de valor

El mapa de valor presenta les característiques i valors d'un negoci específic i enumera:

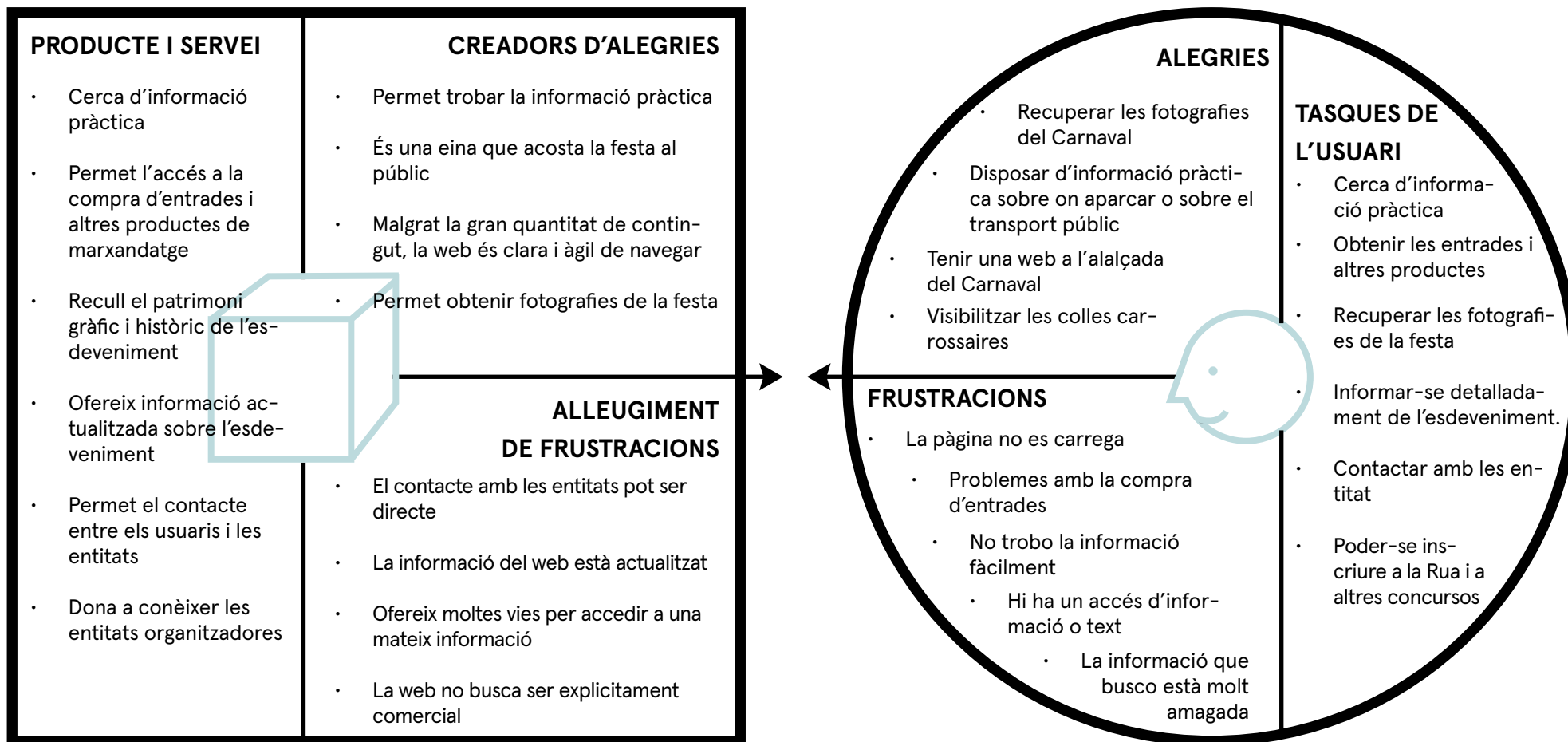
1. Els productes i serveis
2. Enumera quins elements generen alegries
3. Ordena quins elements alleugen les frustracions als usuaris i clients.



Perfil de clients

El perfil de client enumera i descriu:

1. Un segment de consumidors específics
2. Les tasques que tracte de fer el client i els seus guanys o alegries
3. Les seves frustracions



Taula 37. Gràfiques proposades de valor

5.6. Cons de futur

Els cons de futur són una representació gràfica i una eina de treball molt utilitzada actualment, en el camp de l'anticipació estratègica, en el disseny especulatiu i en el desenvolupament de productes avançats. Aquest tipus de representació gràfica esorgeix de la idea de que no existeix un sol futur possible, sinó d'entendre el futur com un camp amb múltiples ramificacions, i per això, parla de futur en plural.

En el marc d'aquest estudi definirem els següents tipus de futur:

- **Provables:** Són aquelles que es desenvolupen a partir d'una tecnologia ja existent i coneguda i estudia les possibilitats cap a on pot portar aquesta tecnologia o disseny i les possibilitats i problemàtiques que pot presentar en un futur pròxim.
- **Possibles:** Especulació a partir de tecnologies encara per desenvolupar però teòricament reals i que per tant s'emmarquen en un futur llunyà o de llarg termini.
- **Plausibles:** Especulació a partir de tecnologies recentment establertes o que presenta unes possibilitats reals a un mitjà termini i l'estudi crític que implicaran en un context social.
- **Preferibles:** Són aquells que s'emmarquen en una voluntat de progrés considerat positiu cap a les persones. Serien aquelles que tindrien una voluntat d'assolir una realitat utòpica millor.

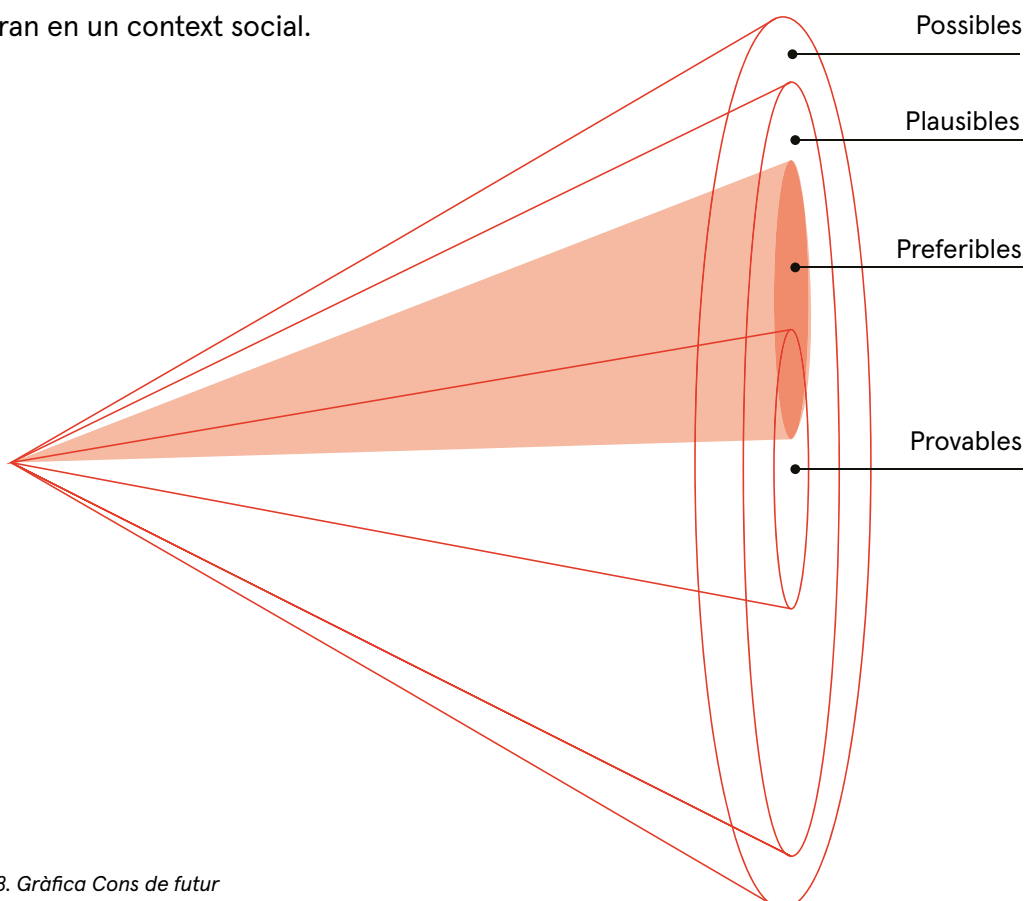
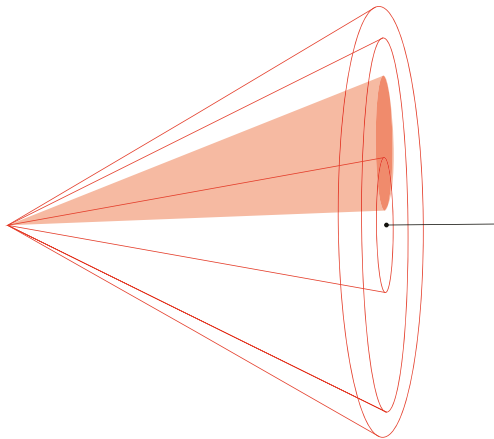


Fig 68. Gràfica Cons de futur



Futurs provables:

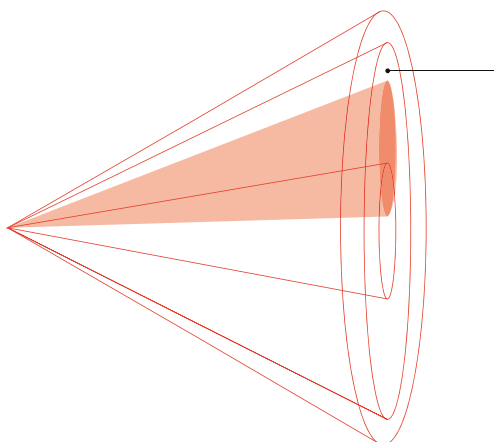
Venda de marxandatge:

Existeix un gran nombre de persones fans del Carnaval de Torelló. Això obra la porta a poder disposar de marxandatge del Carnaval. Actualment s'ha fet alguna prova de venda, principalment a través de la festa del Pullassu. Aquests resultats ens poden ajudar a prendre decisions a l'hora de decidir ampliar el ventall i la tipologia de productes que es podrien posar a la venda.

App del Carnaval:

Realitzar una app per mòbil que permeti als usuaris disposar en un sol clic de tota l'informació sobre el Carnaval. Caldria, però, esbrinar si aquesta app podria disposar d'un ús transversal pel públic assistent.

En aquest sentit, caldria veure quines són les necessitats reals dels usuaris i quines formes poden fomentar-ne l'ús.



Futurs plausibles:

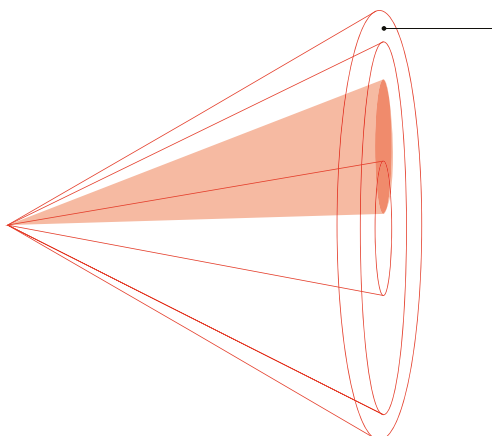
Sistema propi de venda d'entrades online

Actualment es subcontracta o s'utilitzen plataformes alienes de venda online. Això, és a causa a la dificultat de gestió que suposa aquest tipus de servei. Fins i tot, en el cas que es decidís utilitzar una plataforma pròpia de venda d'entrades caldria contractar una persona encarregada de la gestió del servei. Tot i així, es podria valorar com fer viable una plataforma d'aquest tipus, així, com els beneficis que es podrien establir.

Braçalets interactius QR del Carnaval

Cada cop més festivals estan implantant els braçalets QR per tal de generar les transaccions internes a la festa. Aquests braçalets atorguen a l'usuari disposar d'un moneder virtual que els permet realitzar interaccions a dins del Carnaval, com per exemple, els pagaments a les barres o el control d'accés a la festa.

Un sistema d'aquest tipus permetria oferir nous serveis al públic, al mateix temps que facilitar les transaccions i obrir noves formes de finançament de la festa.



Futurs possibles:

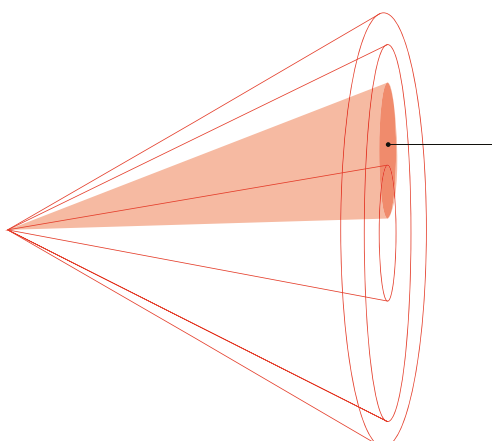
El vot popular

Establir una forma de votació popular que pugui ser real, a partir d'un sistema que permeti a un gran número de públic votar la seva carrossa favorita en directe.

Sistemes de geolocalització:

Establir un sistema de geolocalització durant la rua, que permeti als usuaris participants saber quina és la seva ubicació al llarg de la rua, on hi ha els lavabos més propers o quina és l'ubicació d'una carrossa concreta.

Al mateix temps, el sistema també podria servir per avisar en cas d'una situació de perill o estar monotoritzat en un retorn cap a casa.



Futurs preferibles:

Sistema de recompte d'assistents:

Establir un sistema de recompte d'assistents en temps real, que permeti saber el nombre d'usuaris que han participat en un acte multitudinari sense entrada.

S'han realitzat algunes proves pilot a través de recomptes de dispositius connectats a la xarxa, però, de moment, el càlcul estadístic segueix essent l'eina més fiable.

6. Conclusions

Arribo el final d'una etapa més. Aquestes conclusions són l'epíleg del meu pas pel màster de Disseny d'Interfícies i Experiència d'Usuari de la UOC. Uns estudis que vagi començar l'any 2021, en un moment que buscava nous reptes i aprenentatges que m'ajudessin a superar un cert neguit laboral, possiblement agreujat per la situació de pandèmia d'aleshores.

Al cap de dos anys, les coses han canviat força, també a nivell personal. Si fins ara la meva experiència laboral s'havia equilibrat entre el disseny gràfic i la gestió cultural, actualment, està agafant més pes l'àmbit de la gestió i potser el disseny gràfic, sense abandonar-lo, acaba passant a un segon terme.

En aquest sentit, considero que aquest màster m'ha ajudat a estructurar la forma de treballar i d'alguna manera, m'ha permès obtenir un bagatge sobre els processos de recerca, elaboració i avaluació en disseny que fins ara no havia aplicat d'aquesta manera.

Malgrat que, probablement, el meu camí laboral actual no s'insinua que hagi de dirigir-se cap al sector d'UX/DI, això no vol dir que els coneixements obtinguts no els pugui aplicar en l'àmbit de la gestió cultural. A dia d'avui, ja he pogut aplicar-los en diversos projectes professionals, tant en el camp del disseny com en el terreny de la gestió cultural. Al final, doncs, en l'entorn de la cultura hi ha un seguit d'elements fronterers que tenen a veure amb l'experiència dels usuaris, els quals en el món de la cultura, encara anomenem públic.

Són justament els coneixements més propis de l'àmbit de la psicologia i la gestió, els que m'han aportat un major grau de coneixement. Fins ara potser encara veia el disseny des d'una perspectiva molt formalista i pràctica. El meu pas per aquests estudis, però, m'ha ampliat la mirada del disseny, cap a una perspectiva que té molt en compte l'usuari final, més que les decisions arbitràries que es ceneixen als gustos del client.

La part en què segurament he gaudit més, però, ha estat en tots els treballs de representació gràfica, en què el dibuix i la forma d'explicar històries hi tenien un paper important. Aquest és un àmbit que, en un futur pròxim –i encara que sigui des de l'interès personal– vull seguir investigant.

Pel què fa el treball final de màster, he intentat buscar una temàtica, la qual no es quedés guardada en un calaix, sinó que pogués tenir una aplicació útil en els projectes que estic desenvolupant actualment.

El Carnaval de Terra Endins de Torelló és un d'ells. Al llarg dels set anys que fa que estic a la coordinació del Carnaval de Torelló he pogut analitzar el ric teixit associatiu que el conforma i, d'alguna manera, he entès com aquesta festa, pels torellonencs, és molt més que tres nits d'oci nocturn.

Dels diversos esdeveniments els quals gestiono actualment, aquest és el que possiblement podia obtenir més dades i disposar de major nombre de persones implicades que me'n podien parlar al respecte. Aquest element de proximitat amb la festa va ser clau en el moment de decidir la temàtica del treball final de màster. Després d'analitzar el temps que disposàvem per a realitzar tota la investigació i l'atapeïda agenda personal que m'esperava, no podia embarcar-me en una temàtica de la qual no en tenia cap coneixement previ o que m'obria la porta cap a derives de les quals no en coneixia els senders.

En aquest sentit, aquest treball m'ha servit principalment per posar a prova tot el coneixement adquirit durant el màster aquests dos darrers anys. El resultat, crec que és satisfactori i prou avançat com per poder plantejar una renovació del web en un futur pròxim.

La decisió de centrar-me en el web –i més concretament en la visualització per dispositius mòbils– i no optar per altres opcions, com podria haver estat una app, ve donada per un dels treballs realitzats durant el màster. En aquell cas, precisament, ja havia centrat la meua inquietud en abordar el disseny d'una app pel Carnaval. La sorpresa va venir al descobrir que, a causa de la tipologia d'aquesta festa, les respostes dels usuaris entrevistats no auguraven un interès gaire ampli cap a una app del Carnaval.

Això em va fer enfocar els esforços cap al web, el qual, malgrat tampoc ser el canal més utilitzat pels usuaris a l'hora d'informar-se, sí que és una carta de presentació a l'abast de tothom, que permet difondre la complexa constel·lació d'actes i entitats que conformen aquesta festa. Al mateix temps, tota la recerca s'ha centrat en analitzar quines eines o serveis en poden fer créixer l'ús, tenint en compte les necessitats dels participants.

Per aquest motiu, el projecte s'ha basat en trencar-se el cap, una vegada més, per tal de tornar a reflexionar sobre com ha de mostrar-se el Carnaval i quins valors aporta més enllà de la festa per la festa. Al mateix temps, aquesta reflexió sobre

com s'ha de mostrar el Carnaval, en el fons és molt més profunda que un mer treball de comunicació, sinó que ens porta preguntar-nos: què vol ser el Carnaval de Torelló.

Tal com passa amb el disseny centrat en les persones, però, la resposta de què vol ser el Carnaval de Torelló no la puc respondre jo. Una festa popular no disposa d'un director d'orquestra que compon tota la simfonia a l'unísson. Aquesta pregunta cal que la responguin els participants de la festa. Són ells que a través de la seva dedicació i les seves decisions dirigeixen de forma col·lectiva –i sovint polifònica– el rumb dels aconteixements.

7. Enllaç al prototip, bibliografia i index de figures i tuales

Enllaç al prototip

Enllaç al prototip:

<https://www.figma.com/proto/z9aqFzly0Cdj3HCu7VeD6H/WEB-CARNAVAL?type=design&node-id=252-552&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=252%3A552>

Enllaç a l'arxiu de Figma:

<https://www.figma.com/file/z9aqFzly0Cdj3HCu7VeD6H/WEB-CARNAVAL?type=design&node-id=0-1&t=fJWq00hJTclR0wMK-0>

Bibliografia

Acaroglu, L. 2017. Tools for Systems Thinkers: The 6 Fundamental Concepts of Systems Thinking. Medium.

[Data de consulta: 3 de maig 2022]

<https://medium.com/disruptive-design/tools-for-systems-thinkers-the-6-fundamental-concepts-of-systems-thinking-379cdac3dc6a>

Aquelarre de Cervera. 2023

[Data de consulta: 25 de març de 2023]

<https://www.aquelarre.cat/>

Buidi, R., "Quantitative vs. Qualitative Usability Testings", NNgroup, 1 d'octubre del 2017.

[Data de consulta: 20 de març de 2023]

<https://www.nngroup.com/articles/quant-vs-qual/>

Calabretta, G. Gemser, G. Hekkert, P.P.M. (2014). Extending design leadership to innovation strategy: roles and tools. A: Proceedings of the 19th. Londres: DMI: Academic Design Management Conference.

Carnaval de Solsona. 2023

[Data de consulta: 25 de març de 2023]

<https://www.carnaldesolsona.cat>

Carnaval de Torelló. 2023.

[Data de consulta: 20 de març de 2023]

<https://www.carnaltorello.cat>

Chamorro Calvo, A., "Quadern de mètriques i comportaments d'usuaris", UOC, febrer 2021.

[Data de consulta: 22 de març de 2023]

http://cv.uoc.edu/webapps/UocBLTI_c/

Cros, N. 1982. Designerly ways of knowing. A: Design Studies. Vol. 3 número 4, p. 221-227.

Doody, S. 2019. "How to write a UX case study", Inside Design, Invision [Blog], 19 de juliol de 2019.

[Consulta: 28 de desembre de 2021]

<https://www.invisionapp.com/inside-design/how-to-write-a-ux-case-study/>

Dorst, K. i Cross, N. 2001. Creativity in the design process: co-evolution of problem solution. A: Design Studies, Vol. 22 número 5.

EURECAT i CERC (Centre d'Estudis i Recursos Culturals, Diputació de Barcelona). 2017. *Estudi d'impacte del Carnaval de Terra Endins de Torelló (resum executiu)*. Barcelona, Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC), Diputació de Barcelona.

Faljic, A (2022). 7 Things Every Designer Should Know About Business. d.MBA.

[Data de consulta: 15 d'abril de 2022]

<https://d.mba/guides/7-things-designer-should-know-about-business>

Farrell, S. 2016. "28 Tips for Creating Great Qualitative Surveys", NNgroup, 25 de setembre de 2016.

[Data de consulta: 11 de desembre de 2021]

<https://www.nngroup.com/articles/qualitative-surveys/>

Frost, B. 2013. Atomic Design. Estats Units. MIT Press, 2013.

<https://bradfrost.com/blog/post/atomic-web-design/>

[Data de consulta: 22 de maig de 2023]

Gassmann, O; K, Frankenberger i M, Csik. (2013). The St. Gallen Business Model Navigator. ITEM-HSG.

Girardin, F, The Design of Future Visions for Large Organizations, medium.com, 2018,

[Data de consulta: 28 de maig de 2022]

<https://medium.com/design-fictions/designing-visions-for-busy-organizations-e6cd4f5cb294>

Gothelf, J. 2021. "How to use Lean UX Canvas with Jeff Gothelf". Youtube. 15' 29". [Data de consulta: 7 de març de 2022]

<https://www.youtube.com/watch?v=eYegxrqDOGE>

Hay, L. "Researching UX: Analytics: Understanding Is the Heart of Great UX", Ed. SitePoint Pty. Ltd., 2017.

[Data de consulta: 27 de març de 2023]

Schwarz, Daniel, "How Analytics Helped Solve a UX Issue", Design & UX, Site Point, 11 de juny 2019. <https://www.sitepoint.com/how-analytics-helped-solve-a-ux-issue/>

Ho Tran, T, Speculative design: 3 examples of design fiction, invisionapp.com, 2019,
[Data de consulta: 28 de maig de 2022]
<https://www.invisionapp.com/inside-design/speculative-design/>

Kolko, J. (2015). "Design thinking comes of age. A: Harvard Business Review. Pàg. 66-71. Brighton, Massachusetts, EUA.

La Mercè. 2023
[Data de consulta: 25 de març de 2023]
<https://www.barcelona.cat/lamerce/es>

La Patum de Berga. 2023
Data de consulta: 25 de març de 2023
<https://www.lapatum.cat/>

Lowry. T. 2021. Best practices: components, styles, and shared libraries (Figma, 2021) <https://www.figma.com/best-practices/components-styles-and-shared-libraries/>
[Data de consulta: 22 de maig de 2023]

Mor, E, D. Armengol, D. Casacuberta, J. Chacón, J. Garreta, M. Gondomar, R. Mora, A. Mora, J. Membrives, J. Monjo, T. Nieto i J. Zambrano. 2023. "Design Thinking" *Desing Toolkit*, UX/DI UOC.
[Data de consulta: 10 de març de 2023]
<http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/>

Moran, K., "Quantitative User-Research Methodologies: An Overview", NNgroup, 18 d'abril de 2018.
[Data de consulta: 19 de març de 2023]
<https://www.nngroup.com/articles/quantitative-user-research-methods/>

Polaine, A., Løvlie, L., Reason, B. and Thackara, J. (2013), "Service Design: From Insight to Implementation", Rosenfeld Media, EUA.

Rohrer, C., "When to Use Which User-Experience Research Methods", Nielsen Norman Group, octubre 2014.
[Data de consulta: 24 de març de 2023]
<https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>

Roselló, E, "3 principios para pensar el futuro + traducción de las Leyes de Dator, postfuturear", 2019. [Data de consulta: 28 de maig de 2022]
<https://www.postfuturear.com/3-principios-para-pensar-el-futuro-traduccion-de-las-leyes-de-dator/>
Strategyzer (2022), The Bussiness Model Canvas.
[Data de consulta: 1 d'abril de 2023]
<https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Spool, J (2015), UX Strategy Means Business, Vídeo, UXLx - User Experience Lisbon, 1 h 40 min.
[Data de consulta: 18 d'abril de 2022]
https://www.youtube.com/watch?v=hEyUe4q_pOk

Strategyzer (2022), The Bussiness Model Canvas
[Data de consulta: 15 d'abril de 2022]
<https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Suarez, M. 2019. "Introducing Design Systems: The Power of Scale", Design Systems Handbook, Design Better.
[Data de consulta: 3 de novembre de 2021]
<https://www.designbetter.co/design-systems-handbook/introducing-design-systems>

Travis, D. i Hodgson, P. (2019). Think Like a UX Researcher: How to Observe Users, Influence Design, and Shape Business Strategy. Boca Raton, USA: Taylor & Francis Group, LLC. Secció 5.2. "How to create a User Journey Map". pàg. 195-202.

Zamarron, Alberto (2014). Quadren d'Estratègia. UX UOC.
[Data de consulta: 20 de març de 2022]
<http://quadren-estrategia.recursos.uoc.edu/>

Figures

Fig. 1. Descripció visual dels cinc estadis del procés de Design Thinking. pàg. 5
Autor: Blai Marginedas Sayós.

Fig 2. Guia d'estil pàg. 12
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 3. Menú superior pàg. 12
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 4. Pàgina inicial. pàg. 12
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 5. Pàgina de El Pullassu. pàg. 13
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 6. Pàgina de La Rua. pàg. 14
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 7. Pàgina de la Programació. pàg. 15
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 8. Pàgina Colles Carrossaires. pàg. 15
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 9. Pàgina Galeria Cartells pàg. 15
Screenshot: del carnavaletorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig. 10 Pàgina Galeria Fotografies. pàg. 15
Screenshot: del carnavaltorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig 11. Pàgina de la Websèrie. pàg. 16
Screenshot: del carnavaltorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig. 12 Pàgina de la Campanya de Prevenció. pàg. 16
Screenshot: del carnavaltorello.cat
Autor: Control Z Visual

Fig. 13. Logotip del Carnaval de Solsona

Fig. 14. Logotip de La Mercè de Barcelona 2022

Fig. 15. Logotip de l'Aquelarre de Cervera

Fig. 16 Logotip de la Patum de Berga

Fig. 17. Fotografia fitxa de persona "Mireia Pujol". Autor:
Wayhomestudio. Font: <https://www.freepik.es>

Fig. 18. Fotografia fitxa de persona "Ricard Bardolet". Autor:
Wayhomestudio. Font: <https://www.freepik.es>

Fig. 19. Fotografia fitxa de persona "Ester Cardona". Autor:
Wayhomestudio. Font: <https://www.freepik.es>

Fig. 20, 21, 22, 23 i 24. Il·lustracions escenari 1: Mireia Pujol.
Accés programació, informació pràctica i horaris. pàg. 55.
Autor: Blai Marginedas Sayós.

Fig. 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31. Il·lustracions escenari 2: Mireia
Pujol. Compra d'entrades. pàg. 56.
Autor: Blai Marginedas Sayós.

Fig. 32,, 33, 34, 35, 36, 37, 38. Il·lustracions escenari 3: Ri-
card Bardolet. Inscripció a la Rua. pàg. 57.
Autor: Blai Marginedas Sayós.

Fig. 39, 40, 41, 42, 43. Il·lustracions escenari 3: Ester Cardo-
na. Galeria d'imatges. pàg. 58.
Autor: Blai Marginedas Sayós.

Fig. 44. UX KIT. pàg. 75. Autor: Blai Marginedas Sayós.

Fig. 45. Frames del "burger menu". pàg. 76

Fig. 46. Animació logotip. pàg. 76

Fig 47. Pàgina inicial. pàg. 76

Fig 48 i 49. Frames pàgina La Rua. pàg. 77

Fig 50. Frame pàgina Programació. pàg. 78

Fig 51. Frame pàgina Entrades. pàg. 78

Fig 52, 53, 54 i 55. Frames de les pàgines Carrossaires i
Normativa i Inscripcions. pàg. 79

Fig 56, 57 i 58. Frames de les pàgines Galeria. pàg. 80

Fig 59. Millores galeria fotos i vídeo. pàg. 86

Fig 60 i 61. Millores "Burger" menú. pàg. 86

Fig 62. Millores Programa. pàg. 87

Fig 63 i 64. Millores pàgina La Rua. pàg. 87

Fig 65, 66 i 67. Gràfiques propostes de valor. pàg. 88

Fig 68. Gràfica Cons de futur. pàg. 90

Fig 69, i 70. Gràfiques Cons de futur. pàg. 91

Fig 71, i 72. Gràfiques Cons de futur. pàg. 92

Taules

Taula 1. Diagrama de Gantt - Pla de treball

Taula 2. Mapa web del Carnaval de Torelló

Taula 3. Dades generals Carnaval.

Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics

Taula 4. Dades de les Sessions.

Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics

Taula 5. Dades Pageview.

Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics

Taula 6. Dades New vs. Returning Visitors

Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics

Taula 7. Dades Device Breakdown

Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics

Taula 8. Dades Top Països

Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics

Taula 9. Dades Top Referrals.

Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics

- Taula 10. Dades Top Pages/Posts.
Dades de la pàgina web del Carnaval de Torelló recollides entre el 5 i el 6 de març de 2023 a través del software ExactMètrics
- Taula 11. Descobriments de l'anàlisi de dades. pàg. 20
- Taula 12. Dades comparativa benchamrking. pàg. 22 - 27
- Taula 13. Respostes entrevistes a les Entitats de Pullassu, Deixebles de Sant Feliu i Associació Carnaval de Terra Endins (ACTE). pàg. 31-32
- Taula 14. Descobriments de les entrevistes a les Entitats de Pullassu, Deixebles de Sant Feliu i Associació Carnaval de Terra Endins (ACTE). pàg. 33
- Taula 15. Dades de participació obtingudes a l'Estudi d'impacte del Carnaval de Torelló (EURECAT i CERC, 2017, p.22). pàg. 35
- Taula 16. Respostes entrevistes als participants no-locales. pàg. 37 - 39
- Taula 17. Descobriments entrevistes: participants no-locales. pàg. 40
- Taula 18. Respostes entrevistes als participants locals. pàg. 43-45
- Taula 19. Descobriments entrevistes als participants locals. pàg. 46
- Taula 20. Lean UX. pàg. 48
- Taula 21. User journey. Escenari 1: Accés a la programació, la informació pràctica i horaris. pàg 60
- Taula 22. User journey. Escenar 2: Compra d'entrades. pàg. 61
- Taula 23. User journey. Escenar 3: Inscripció a la Rua. pàg. 62
- Taula 24. User journey. Escenar 4: Galeria d'imatges. pàg. 63
- Taula 25. Llistat de seccions. pàg. 65
- Taula 26. Card sorting: Test 1, usuari no-local. pàg. 66
- Taula 27. Card sorting: Test 2, usuari no-local. pàg. 66
- Taula 28. Card sorting: Test 3, usuari local. pàg. 67
- Taula 29. Card sorting: Test 4, usuari local. pàg. 67
- Taula 30. Arquitectura de la informació. pàg. 69
- Taula 31. Diagrama 1: Accés a la programació, la informació pràctica i horaris. pàg. 72
- Taula 32. Diagrama 2: Compra d'entrades. pàg. 72
- Taula 33. Diagrama 3: Inscripció a la Rua. pàg. 73
- Taula 34. Diagrama 4: Galeria d'imatges. pàg. 73
- Taula 35. Respostes test amb usuaris. pàg. 84
- Taula 36. Descobriments test amb usuaris. pàg. 85
- Taula 37. Gràfiques proposades de valor. pàg. 89