

no/a.

AUTOR

AÑO



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

DESARROLLO DE PROPUESTA DE UI PARA APP DE MÚSICA
ECUATORIANA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Multimedia y Producción Audiovisual,
Mención Animación Interactiva.

Profesor Guía
Paulo Guerra Figueiredo

Autor
Ricardo José Larreátegui Andrade

Año
2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, "Desarrollo de propuesta de UI para app de música ecuatoriana", a través de reuniones periódicas con el estudiante Ricardo José Larreátegui Andrade, en el semestre 2019 - 20, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Paulo Guerra Figueiredo
Master of Science in Computer Science
CI: 1714547278

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, "Desarrollo de propuesta de UI para app de música ecuatoriana", de Ricardo José Larreátegui Andrade, en el semestre 2019 - 20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Alexis Neptalí Pavón Levoyer

Magister en Estudios del Arte

CI: 1709849812

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Ricardo José Larreátegui Andrade

CI: 1718838079

AGRADECIMIENTOS

Gracias al soporte que me dio mi familia, profesores y amigos que estuvieron acompañándome a lo largo de este proceso universitario.

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedicó a todos los artistas en general, que gracias a su creatividad y talento logran dar nueva perspectiva al mundo.

RESUMEN

En la actualidad la música ecuatoriana no tiene tanta apreciación o difusión en la sociedad local, este problema afecta a la cultura ecuatoriana ya que nuevas generaciones prefieren contenido extranjero antes que el nacional, lo que crea de cierta forma pérdida de demanda de música nacional y evita que nuevos talentos surjan por la falta de apoyo. Un prototipo de aplicación musical en base a *streaming* con identidad ecuatoriana puede lograr potenciar la difusión de estas nuevas bandas.

Las aplicaciones se utilizan todo el tiempo por lo cual es una de las herramientas más potentes para este proyecto, los jóvenes en la actualidad pasan la mayoría del tiempo en un dispositivo móvil, también son el principal target de la aplicación.

ABSTRACT

At the present the Ecuadorian music does not have as much appreciation or diffusion in the local society, this problem affects the Ecuadorian culture since new generations prefer foreign content before the national, which creates in a certain way loss of demand of national music and avoids the arise of new talents due to the lack of support. A prototype of a musical application based on streaming with an Ecuadorian identity can achieve the promotion of these new bands.

We use apps all the time, which is why it is one of the most powerful tools for this project, young people currently spend most of their time on their mobile devices, they are also the main target of the app.

ÍNDICE

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes	2
1.2.1. <i>Streaming</i> , la evolución digital	3
1.2.2. Spotify	4
1.2.3. Música nacional.....	5
1.3. Justificación	5
CAPÍTULO II. ESTADO DE LA CUESTIÓN	7
2.1. La música ecuatoriana: un mundo por descubrir	7
2.1.1. Música en Ecuador.....	7
2.1.2. Géneros y subgéneros musicales nacionales	8
2.1.3. Bandas reconocidas y nuevas propuestas musicales	10
2.1.4. La música ecuatoriana en el ámbito nacional e internacional	13
2.1.5. Principales eventos y lugares de exposición de música nacional ...	14
2.1.6. Gestión de derechos musicales	15
2.2. Una aplicación móvil para la música ecuatoriana	18
2.2.1. Las TIC para el consumo musical	18
2.2.2. Las aplicaciones móviles.....	20
2.2.3. El diseño de Experiencia de Usuario.....	21
2.2.4. Elementos de diseño gráfico en aplicaciones móviles	23
2.2.5. Leyes de UX (experiencia de usuario)	25
2.2.6. Formatos para aplicaciones móviles	26
2.2.7. La difusión de la música ecuatoriana: propuestas.....	27
CAPÍTULO III. DISEÑO DEL ESTUDIO	28
3.1. Planteamiento del problema.....	28
3.2. Preguntas.....	29
3.2.1. Pregunta general.....	29
3.2.2. Preguntas específicas.....	29
3.3. Objetivos	30
3.3.1. Objetivo general	30
3.3.2. Objetivos específicos	30
3.4. Metodología	30
3.4.1. Contexto y población.....	30

3.4.2. Tipo de estudio.....	31
3.4.3. Herramientas a utilizar	31
3.4.4. Tipo de análisis	31
CAPÍTULO IV. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	33
4.1. Desarrollo de la UI	33
4.1.1 Referencias (aplicación de la ley de Jakob)	34
4.1.2. Selección de elementos	34
4.1.3. Diseño de aplicación: plantillas	35
4.1.4. Diseño de aplicación: transiciones y acciones	36
4.2. Fase de producción	37
4.2.1. Llevando la app a lo digital.....	37
4.2.2. Video promocional y artes.....	41
4.2.3. Propuesta de app en función a html.....	44
4.2.4. Pruebas con usuarios.....	45
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
5.1 Conclusiones	47
5.2 Recomendaciones	47
REFERENCIAS	49
ANEXOS	53

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

El siguiente proyecto está concentrado al desarrollo de un prototipo de aplicación móvil de *streaming* musical ecuatoriano. Este tema aporta a la potenciación del mercado musical nacional, a las nuevas bandas emergentes, y así también al conocimiento o culturalización de los ciudadanos sobre la música que existe en el país. El proyecto busca adjuntar la música, información biográfica y eventos de bandas nacionales en una plataforma digital de fácil acceso como lo es una aplicación móvil. El propósito de este proyecto es ayudar a las bandas ecuatorianas partiendo de la difusión de su música en una aplicación especializada y con contenido netamente ecuatoriano, la aplicación también beneficiará a los consumidores ya que podrán conocer y descubrir nuevas bandas locales y aumentar su conocimiento sobre la producción musical en el país.

La aplicación será diseñada y desarrollada a partir de distintos conceptos vistos a lo largo de la carrera, al igual que uso de técnicas aprendidas de forma empírica para la aplicación de animación y 3D.

El proyecto se dividirá en los siguientes capítulos:

El capítulo I está formado por: la introducción, los antecedentes y justificación. El capítulo II, el estado de la cuestión, el cual estará formado por dos partes: 1) la música ecuatoriana. En donde se tratarán temas sobre géneros, subgéneros, bandas reconocidas, eventos y otros. 2) La aplicación. Las TIC de consumo musical, diseño de aplicaciones, *streaming* musical y otros. En el capítulo III se encuentra el diseño del estudio, problema, preguntas, objetivos y metodología. En el capítulo IV se encuentra el desarrollo del proyecto. Y en el capítulo V las conclusiones y recomendaciones.

1.2. Antecedentes

Cuando se habla de cultura se refiere a comportamientos, pensamientos, tradiciones, etc., que comparten un grupo de personas en un entorno social homogéneo. Así se puede incluir a la música como una forma de expresión con identidad definida por la cultura ecuatoriana, el sonido es arte y también puede ser una forma de comunicación como consumo, al igual que la música tiene una relación con distintos contextos sociales (Hormigos, y Martín, s.f.), pero el principal objetivo a tratar es la expresión artística de la música ecuatoriana y su percepción en la sociedad.

La música ha sido un medio de expresión de las comunidades hace mucho tiempo y tenía como fin un propósito de significado ritual, además de expresión sentimental y artística. En la actualidad la música es vista como medio de consumo, pero hasta la fecha no ha perdido su legado de arte social, ya que está destinada a la difusión en la sociedad para la expresión de ideas, emociones y hasta de entretenimiento. La música se dirige normalmente a un solo sector social o un target específico con gustos específicos, por eso la gran cantidad de géneros y subgéneros musicales (Hormigos, s.f.).

La modernización y la globalización han expandido el conocimiento del ser humano a todas las direcciones, información, tecnología, medicina, artes, etc. Este intercambio de información ha provocado fusiones culturales (Donado, 2015), que afectan al individuo llenando de características distintas especialmente en su forma de pensar y concebir el mundo, la música no ha sido excepción en este intercambio cultural. Se pueden ver personas con distintas propuestas musicales que no han sido generadas dentro de su entorno social o geográfico, la música no necesita cierto idioma o ritmo para impactar a las personas, es por esta razón que pueden viajar tantas distancias.

En el caso del Ecuador, pocos artistas tienen un reconocimiento global, la principal razón de esto es el consumo y apoyo de la gente en el Ecuador, ya

sea por el poco conocimiento que se tiene de las bandas o por el *habitus* de consumo de producciones extranjeras.

La cultura de la mayoría de las personas ecuatorianas se enfoca en el capitalismo y el consumo de productos extranjeros, también otro problema es el poco interés que se le da al arte en cualquier sentido (danza, dibujo, música, etc.), como país en vías de desarrollo ese enfoque es dirigido a otros campos. Estos factores hacen que los productores ecuatorianos tengan un camino mucho más difícil para salir en la carrera musical y que esta tenga un impacto o aceptación en la sociedad.

1.2.1. *Streaming*, la evolución digital

El concepto de *streaming* viene a ser la reproducción de contenido audiovisual en distintos dispositivos como computadoras, teléfonos, *tablets*, etc. Sin tener que almacenar el contenido dentro de estos dispositivos y se lo realiza mediante Internet, lo cual resulta cómodo por motivos de portabilidad en los casos de los dispositivos móviles y de guardar ciertos recursos, como es el espacio de estos mismo (Santamaría, 2017).

En la actualidad este medio o proceso se lo realiza para distintos tipos de contenido, como música, películas, series, reproducción deportiva, etc. Es un gran cambio en el campo de la difusión en el sentido de la magnitud de personas que puede abarcar y el tiempo en que se puede difundir por Internet. Las dos principales ventajas que brinda el servicio de *streaming* a las bandas son: primero, acceder a nuevos mercados, y segundo que a pesar de que puedan ingresar al sistema sin tener una firma con una disquera, puedan generar ingresos (Palacio, 2017).

La percepción de los consumidores de música ha cambiado a lo largo del tiempo, en especial con la evolución de la tecnología, pasando por la distribución de formatos físicos, como vinilos y cds (*compact disk*), hasta la era

digital, como el mp3 y ahora el *streaming* (Santamaría, 2017). Este estilo de servicio ha ayudado a consumidores en su búsqueda de contenido y a los productores como medio de publicación (Dang, *et al.*, 2013).

Existen datos que demuestran el incremento de los servicios musicales de *streaming* en los últimos años, llegando a ser más de 400 en el 2015 (Federación internacional de la industria fonográfica (IFPI), 2015), el consumidor ahora tiene mayor cantidad de canciones a su disponibilidad y muchos más servicios de dónde escoger.

La motivación puede llegar a los artistas locales al ver el crecimiento del mercado digital y la popularización que estos pueden llegar a tener (Palacio, 2017). Esto también significa el surgimiento de más bandas locales y potenciamiento de mercado musical en Ecuador.

1.2.2. Spotify

El caso con mayor éxito como aplicación de distribución musical vía *streaming* es Spotify. Lanzada en Estocolmo en el año de 2008 por Daniel EK y Martin Lorentzon, comenzó a tener gran alcance en otros países hasta el año 2011, actualmente abarca más de 56 países y distintos idiomas (Pérez, 2014).

La aplicación consiste en sí en una biblioteca musical de fácil acceso mediante una conexión a Internet, lo cual facilita la publicación y distribución de contenido musical.

Uno de los motivos de la creación de Spotify fue promocionar al cliente/oyente a descubrir y conocer nuevos grupos y estilos musicales, al igual que los artistas recibían un beneficio monetario (Pérez, 2014).

1.2.3. Música nacional

En la actualidad hay muchas bandas nacionales que buscan emerger en el campo musical, varios son los motivos que impiden este surgimiento, ya sea la competencia, los recursos, el género, las disqueras, etc. La aplicación busca que la música de estas bandas tenga un espacio propio en el cual se pueda publicar sin tener tantos obstáculos y mostrar a la sociedad.

1.3. Justificación

Uno de los factores que motivaron el desarrollo de este proyecto fue la falta de una plataforma digital que adjunte y refleje el contenido musical nacional sin discriminar género o ambigüedad de las bandas. Otro factor o motivo muy importante que ayudó a la toma del proyecto fue la falta o poco conocimiento que los mismos ecuatorianos tienen sobre las producciones musicales que se realizan en el país.

El campo de la música en el aspecto de aplicaciones ecuatorianas son pocas por no decir nulas, usar las herramientas de la interactividad del usuario mediante una aplicación puede ser una herramienta que ayude al impulso del mercado musical.

Existen muchas bandas con recorrido y experiencia musical que destacan en el ámbito nacional e internacional. Pero la mayoría de bandas con talento que recién empiezan terminan desapareciendo por el poco apoyo de la gente o por escasez de recursos para la distribución de su contenido. Una aplicación gratuita (en primera instancia) sería una herramienta para ayudar a la distribución del contenido de estas bandas, la app se vuelve la herramienta perfecta ya que en la actualidad la mayoría de personas pasan inmersos en sus celulares o en algún dispositivo donde la aplicación podría ser instalada.

Este proyecto busca un objetivo más grande, el cual se enfoca primeramente

en un mercado nacional, y luego en uno internacional, para poder “exportar” la música nacional, lo que ayudaría a los artistas nacionales a entrar en un mercado más competitivo.

La planificación del proyecto se dio en dos fases: la primera, centrada en la investigación que duró cinco meses, y la segunda, desarrollo del producto, que duró cuatro meses.

CAPÍTULO II

ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. La música ecuatoriana: un mundo por descubrir

La música en el Ecuador ha sido un estereotipo social, lo que evita la aceptación total en el ámbito nacional, esto crea el desconocimiento de las personas sobre las producciones musicales que se hace. En este apartado se analizará uno de los problemas vistos desde el lado de los artistas, al igual que una investigación sobre bandas y lugares de eventos nacionales, pasando por algunos de los derechos que tienen los artistas al crear este tipo de propuestas.

2.1.1. Música en Ecuador

Como en cualquier otro país la música en Ecuador es considerada como un arte y patrimonio de la cultura, esta está ligada por una historia, al igual que a un contexto cultural y social. En el país, aunque se goza de distintos géneros y subgéneros, la música no ha tenido un impacto muy importante en la sociedad local, no como en otros países más desarrollados en lo que si se tiene mayor aprecio hacia este tipo de arte. El músico nacional se encuentra con muchos obstáculos y barreras que van desde el inicio de esta carrera hasta durante el desarrollo como artista, uno de los obstáculos pueden ser los estereotipos que la misma sociedad plantea, ya que en un país donde todavía se observa una sociedad en sí conservadora, se cree que la carrera musical no es una carrera y es interiorizada socialmente, este estereotipo llega hacer creer que los artistas no son profesionales o que la música en el país no es apreciada.

De cierta forma el último aspecto tiene cierto punto de razón, pero esto se debe a otros factores como el mismo consumidor nacional, que busca y prefiere más el contenido musical extranjero antes que el propio, como lo ha hecho con cualquier producto nacional. (Hugo Ferro, 14 de Junio del 2018, comunicación personal).

Otro factor por el cual la música en el Ecuador es poco reconocida es por la falta del conocimiento y educación de las personas sobre la identidad musical del país, en ningún sitio educacional se enseña o se exhibe la música nacional (Ferro, 2018) por lo cual muchos jóvenes si no investigan o no participan en la presentación en el medio musical, nunca conocerá las distintas bandas y géneros que existen.

Otro punto importante que destacar es el aspecto del mercado musical, muchas de las bandas que existen en el país inician con un autofinanciamiento (Andrés Villegas 18 de Julio del 2019) ya que existen pocas discografías que ayuden a promover y dar los recursos necesarios para el desarrollo de material. La comunidad de músicos en el país no es tan unida como la de otros sitios, pocas son las colaboraciones y proyectos de fusión que existen actualmente, esto se debe a que muchas veces no existe algún ente que busque la participación colectiva o un gremio de artistas, lo que si existen son gestores de derechos que buscan regular y aplicar los derechos legales que tienen los artistas, uno de esos gestores es el SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE), 2015), el cual nació con la idea de hacer respetar los derechos de los músicos tanto en los derechos de autor como en los derechos económicos resultantes de la reproducción o uso de la música de los artistas.

2.1.2. Géneros y subgéneros musicales nacionales

Los géneros han sido un vínculo de relación entre los creadores de contenido y los consumidores (Márquez, 2014), como ejemplo están escritores, artistas, directores y músicos que parten de un género para crear ese vínculo de este género muchas veces vienen los gustos personales, como en el cine y en la literatura existen distintos géneros y subgéneros como el drama, el suspenso, la acción entre otros. En el campo musical existen también distintas categorías.

Todo músico tiene por detrás conocimientos o tradición que utiliza para la creación de nuevas obras musicales, en la actualidad ya no se cree en una

innovación completa en la creación de cualquier producto (en este caso música), ya que siempre un género proviene de otro, de la cultura que lo envuelve o una anterior (Márquez, 2014).

El género en sí puede ser una guía, un elemento estructurador para el músico, como un modelo para la composición, aunque este no siempre debe mantenerse a lo largo de la carrera musical del artista, un ejemplo de ello es el músico Damon Albarn, el cual ha tenido distintos proyectos como solista y en bandas como Gorillaz, Blur y The good, The Bad & The Queen (Márquez, 2014).

La categorización de la música en géneros se vuelve más importante para las discografías y para los oyentes, ya que, si para los autores el género es una guía para la creación musical, para los oyentes se vuelve una idea de expectativas sobre lo que van a escuchar de determinado artista si este ya se define con un género. Esto no solo crea nociones e ideas sobre que distintos géneros musicales existen, sino que también afecta a los intereses comerciales y a los procesos de identidad y diferenciación para la creación de las identidades colectivas.

Por esta razón los oyentes al consumir un cierto tipo de género musical, también están adquiriendo una forma de ideología y de ver las cosas en la vida, no solo tiene que ver con el aspecto de la música sino en el estilo de vida, en la forma de pensar, con el tipo de personas con quienes relacionarse y hasta de una idea de la sociedad que busca. Toda esta influencia en el oyente parte de la música y de quien la produce (Márquez, 2014).

Muchos de los géneros y subgéneros musicales parten de los distintos contextos históricos y sociales, pueden crearse como consecuencia política o comercial, ya que en nuestro país ciertas bandas se formaron con la intención de dar un mensaje social en contra del gobierno de su época. Muchas otras parten de la idea de crear contenido y dar a conocerlo a la sociedad con el

único propósito de expresarse y entretener. En la actualidad en una cultura posmoderna, existen tantos géneros y subgéneros musicales que ha cambiado la perspectiva de los oyentes y de cierta forma les enseña a aprender a escuchar otro tipo de música lo cual causa que cambie su forma de pensar temporalmente. Esto ayuda a que las personas empiecen a crecer con una mente más abierta y no se limiten encerrándose en un solo género.

En el país existen distintos géneros y subgéneros, los más destacados son el rock, sus subgéneros como el indie rock, pop-rock, otros y el pop, aunque existen géneros que podrían destacarse de la región sierra del país como el género “pasillo” que consiste en una melodía lenta y melancólica, en la costa esmeraldeña la música de marimba que es mucho más alegre y de carácter popular, otros géneros que hay son el sanjuanito, albazo, alza, capishca, danzante, yumbo, fox incaico, el pasacalle, tonada, yaraví, ritmos afro ecuatorianos, la Bomba, otros. (Los ritmos del Ecuador, 2012). La mayoría de estos géneros son parte del folclor ecuatoriano son ritmos creados por mestizos después de la época de colonización y que ha ayudado a crear una identidad y formar la cultura musical en el país.

2.1.3. Bandas reconocidas y nuevas propuestas musicales

Clasificar los tipos de bandas ya sea por actualidad o género puede ser un poco difícil ya sea por la gran cantidad de mezclas de géneros que tiene la mayoría de bandas, como se mencionó en un apartado anterior, muchas bandas no se sienten identificadas solo con un género por lo cual la fusión de estos es muy común.

En el país existe tanto talento de artistas y bandas en el campo musical que sería imposible nombrar a todas las que existen, lo que sí se puede hacer es mencionar las más conocidas en contexto actual.

- a. La máquina camaleón:** la música de la banda puede ser categorizada como Indie-rock y pop-rock. Esta banda ha tenido gran apoyo de las

personas desde el año 2015 lo que les ha permitido presentarse en distintos festivales tanto nacionales e internacionales como el festival Lima en Perú, el Hermoso Ruido en Colombia, Lollapalooza en Argentina y en el Estereo Picnic 2018. <https://www.facebook.com/lamaquinacamaleon/>

- b. Guardarraya:** esta banda cuenta ya con tres álbumes, está conformado por 6 integrantes quienes son Álvaro Bermeo, Mateo Crespo, Andrés Caicedo, Jason de la Vega, Felipe Andino y Franco Aguirre, durante sus proyectos ha tenido la participación de otros integrantes de bandas famosas, esta banda ha ganado varios premios, uno de ellos mejor banda alternativa en los premios Mis Bandas Nacionales 2007. <http://www.guardarraya.com/>
<http://guardarraya.com/banda.html>
- c. Rocola Bacalao:** la banda Rocola Bacalao tiene origen en la ciudad Quito, Ecuador. Su música es de estilo fusión entre el Ska, Ska-punk, cumbia, merengue, rock, entre otros. Está conformada por ocho integrantes los cuales son Iván Mendieta, Fernando Vásquez, Miguel Sevilla, José Fabara, Galo Pozo, Hernán Vélez, Hugo Ordoñez y José Terán. La banda ha tenido distintas presentaciones nacionales y participación en festivales internacionales como en Argentina, Bélgica, Alemania, Estados Unidos, Francia y Colombia. También tiene gran fama y reconocimiento por haber ganado a Banda Revelación 2007, en el festival Rock al Parque de Colombia y nombrado en dos ocasiones como una de las ocho mejores bandas de la región por la revista Rolling Stones de Latinoamérica. https://www.facebook.com/pg/RoCola-Bacalao-8484107886/about/?ref=page_internal
<http://www.rollingstone.com.ar/1201661-la-rocola-bacalao-en-el-bafim>
- d. Paola Navarrete:** esta artista nacida en Guayaquil, pero residiendo en Quito se convirtió en creadora de contenido pop-alternativo en un entorno donde la música del indie-rock está de moda y dominada en su mayor

parte por hombres. Paola Navarrete se convirtió en la reina del pop de Ecuador, el auge de su música de dio gracias a su álbum debut Ficción, su primer álbum como solista.

https://www.facebook.com/pg/paolanavarreteoficial/about/?ref=page_internal

https://noisey.vice.com/es_co/article/rk8vye/paola-navarrete-la-reina-del-pop-alternativo-ecuatoriano

- e. **Da Pawn:** es una banda que se clasifica como experimental al usar un estilo alternativo, pasan por el rock, folk hasta llegar al Soul, una banda que se enfoca en encontrar nuevos ritmos basados en lo experimental. La banda está formada por Mauro Samaniego, Fernando Procel III, Felipe Andino, Martin Samaniego, Pedro Ortiz y Alejandro Naranjo Palacios.

https://www.facebook.com/pg/Dapawn/about/?ref=page_internal

<https://da-pawn.bandcamp.com/>

- f. **Verde 70:** una de las bandas más icónicas y populares del Ecuador, esta banda conformada por Darío Castro, César Galarza, Bastián Napolitano y Diego Saa se considera como una banda del género rock, pop-rock. Formada en Quito, la banda ha crecido en fama desde su inicio en el año dos mil, su ritmo y su letra llena de expresión ha logrado abarcar a grandes y a adolescentes. Muchos de sus integrantes tienen distintos proyectos musicales que ayuda a la banda a tener nuevas perspectivas e ideas musicales.

https://www.facebook.com/pg/verde70oficial/about/?ref=page_internal

- g. **Papá Changó:** esta banda mezcla géneros como el reggae, el dance hall, ska y ritmos latinos. Papá Changó se caracteriza por su música alegre, su música de fiesta, que contagia a las personas que los escuchan. Esta banda está conformada por diez artistas talentosos, quienes, con las mezclas de géneros mencionadas anteriormente, logran poner un ambiente alegre. Esta banda con la canción Negrita se catapultó en las radios

nacionales, logrando estar en el número uno por varias semanas.

https://www.facebook.com/pg/PAPACHANGOMUSIC/about/?ref=page_internal

- h. Draco and the Zodiac:** esta banda puede ser considerada como una de las nuevas propuestas que tiene el país, formada por tres miembros que son Andrew Pride, Albert Hairson y Jhon Moon. La música la realizan en el idioma Inglés para que pueda ser internacionalizada. La banda fue formada en el año 2011 e integra mezcla de rock psicodélico, pop rock y rock alternativo.

<http://dracoandthezodiac.com/esp/acerca-de.html>

Para no seguir alargando la lista ya que existe muchas bandas y artistas como Ricardo Pita, Minipony, Jazz the roots, Tanque, 3vol, Sal y Mileto, Chaucha Kings, Cocoa Roots, Guanaco Mc, Suburbia Ska, Los corrientes, Bueyes de madera, Mama Vudu, Alkaloides, Swing Original Monks, Can Can, Biorn Borg, Esto es Eso, Sudakaya, Cadáver Exquisito, Juan Fernando Velazco, Jodamasa, Fausto Miño, Mateo Kingman, Lolabúm, Tripulación de osos, Karla Kanora, Santamuerte, y muchas otras bandas y artistas, sin contar las bandas amateur que se busca incluir en la aplicaciones

2.1.4. La música ecuatoriana en el ámbito nacional e internacional

Con la información de las bandas en el segmento anterior se puede analizar que son pocas las bandas que tienen gran participación en eventos internacionales, mas es la participación de estas en eventos nacionales o en festivales locales, hay excepciones que si han logrado crecer en el mercado internacional pero no a un nivel de banda que realice tour por todo el mundo.

Desde el inicio para que un músico o banda tenga un triunfo internacional, primero debe catapultarse en el escenario nacional. Distintas bandas lo han logrado, si la gente nacional diera ese apoyo a las nuevas propuestas o hubiera mayor conocimiento de las distintas bandas y géneros que existen en

el país, se podría lograr un mayor mercado y así lograr que más eventos y más apoyo económico a las bandas para que estas pueden invertir en creación de nuevo contenido, composiciones, videoclips, etc. También un limitante u obstáculo que existe son los colectivos de músicos ya formados que muchas veces no incluyen a nuevas propuestas musicales y se mantienen en el mismo círculo de contactos (Villegas, 2019).

Los lugares en que más se escucha música ecuatoriana, son esos países donde más migrantes ecuatorianos hay, es el caso de países como Estados Unidos y España, también la comunidad hispana y países vecinos como Colombia y Perú ya que de estos también existe influencia en los géneros musicales locales.

2.1.5. Principales eventos y lugares de exposición de música nacional

Existen varios tipos de eventos musicales y de exposición de artistas que en su mayoría se organizan de forma privada, ejemplo de ello son distintos bares, restaurantes y discotecas donde dan un espacio al artista o banda para que este pueda trabajar, expresarse y darse a conocer en el medio social, de ahí la necesidad de crear espacios más grandes para presentar estos talentos. Otros eventos se crean con apoyo de la alcaldía o del gobierno lo cual ayuda de cierta forma a la promoción masiva o en medios publicitarios que abarcan más público.

Los festivales más conocidos en el ámbito nacional son:

- a. Rotofest:** este festival se celebra en Cuenca donde la entrada es gratuita, gracias al apoyo de la alcaldía de Cuenca. El evento está dirigido hacia el género electrónico, ya que sus presentaciones incluyen a distintos DJs nacionales e internacionales, aun así, existen las presentaciones de otros artistas nacionales de distintos géneros. (Alemán, 2016)

- b. El Carpazo:** este evento se celebra a las afueras de Quito, por su montaje y estética crea algo distinto a los demás eventos y festivales (Alemán, 2016). Bandas Internacionales y nacionales, con un target dirigida más hacia los jóvenes.
- c. Festivalfff:** este festival se celebra en Ambato, por eso su nombre con las tres F (La Fiesta de las Flores y las Frutas), en este festival nace como forma de presentar la culturalidad en el campo musical. Los artistas que se presentan en este festival son netamente nacionales.
- d. La fiesta de la música:** este evento se promueve por la organización Alianza Francesa de Ecuador. Este evento es uno de los más grandes y se celebra en Cuenca, este festival incentiva a distintos lugares y espacios de la ciudad para dar exposición de los artistas y dedicar así un día al arte musical. El evento es gratuito y reúne a varios artistas profesionales y a nuevos talentos a presentarse ante un público numeroso (Alemán, 2016).
- e. Quitofest:** considerado como uno de los eventos más icónicos e importante de la ciudad capitalina del Ecuador (Alemán, 2016). Este festival reúne talento nacional e internacional, siendo su cartelera escogida partiendo de los méritos de las bandas, se celebra al aire libre y es uno de los eventos con mayor público.

Estos son algunos de los eventos y festivales musicales del país, también existen las fiestas populares de cada provincia y cantón donde de igual manera se invitan a distintos artistas. Haciendo un rápido análisis se puede observar que la mayoría de este estilo de eventos cuenta con más músicos y artistas extranjeros que locales, lo cual deja a lo nacional de segundo plano, pocos son los casos como el festivalfff que en sí es un evento que ayuda a la promoción de los artistas nacionales

2.1.6. Gestión de derechos musicales

Como se mencionó antes existe un organismo gestor de derechos llamado

SAYCE, el cual se encarga de llevar a cabo los trámites legales de derechos de autor de los artistas que son miembros de este gestor. Partiendo de las leyes creadas en el país sobre la propiedad intelectual junto a los derechos de autor.

Otro ejemplo de Gestor es SARIME (Sociedad de Artistas Intérpretes y Músicos del Ecuador), una entidad que nació en el año 1999 con la ley que se promulgaba de la Propiedad Intelectual, su misión al igual que la del SAYCE es proteger, administrar y dar en sí justicia a los derechos patrimoniales de sus socios junto con la representación de estos tanto a nivel nacional como internacional.

La propiedad intelectual y los derechos de autor son primordiales para los músicos, no solo comprenden el lado legal sobre la distribución de la música, sino que también incluye el tema de las presentaciones al igual que el contenido impreso como son las partituras de las obras musicales (Pacheco, 2011).

Se entiende como propiedad intelectual al conjunto de distintos derechos patrimoniales y morales que tiene un autor con su producto, la propiedad intelectual abarca cualquier tipo de trabajo independientemente de su calidad, todo trabajo o producto de la inteligencia humana está protegido.

La propiedad intelectual contiene:

1. Los derechos de autor y los derechos conexos
2. La parte de propiedad industrial

Una idea de cualquier tipo de proyecto no está protegida hasta el momento en que esta se escribe, o se represente en público. Como conocimiento mundial la idea de propiedad intelectual se entiende como un bien que en sí puede ser vendida, comprada, darla como licencia, intercambiada o entregarla gratuitamente. (Pacheco, 2011). También el dueño de la propiedad intelectual puede decidir si quiere impedir la venta o el uso de su obra ya que esa decisión

también forma parte de su derecho.

Esto para el autor musical genera beneficios, ya que crea relaciones de comercio y se regulan las publicaciones y los distintos contratos, la reproducción, la distribución del material, la transmisión del mismo hasta alcanzar la reproducción y la realización o ejecución. Cada una de estos distintos apartados tienen un marco regulatorio.

En la Ley de Propiedad Intelectual ecuatoriana, artículo 19, se propone que: “El autor goza del derecho exclusivo de exportar su obra en cualquier forma y de obtener por ello beneficio, salvo las limitaciones establecidas en el presente Libro” (Sistemas de Información de Comercio Exterior (SICE), 2018).

Esto abre un gran campo para la publicación de contenido gracias a la aparición del Internet, el cual ha crecido en los últimos años ayudando que la música nacional se explote de manera global y en masa. Lo cual también permite comercialarla con el dinero electrónico de forma rápida en tiempo real.

Otro artículo, número 21, que tiene relación con la reproducción digital es:

La reproducción consiste en la fijación o réplica de la obra en cualquier medio o por cualquier procedimiento, conocido o por conocerse, incluyendo su almacenamiento digital, temporal o definitivo, de modo que permita su percepción, comunicación o la obtención de copias de toda o parte de ella. (SICE, 2018)

El Internet llega a ser una herramienta tecnológica de doble filo, ya que en la actualidad y con el uso de la informática se puede llegar a realizar miles de copias de un producto musical para la distribución y descarga directa del mismo por parte del usuario o consumidor, si al hacer todo este proceso no se cuenta con la autorización del autor del producto, esta actividad se vuelve totalmente ilegal.

Por el derecho de distribución el titular de los derechos de autor tiene la facultad de poner a disposición del público el original o copias de la obra mediante venta, arrendamiento, préstamo público o cualquier otra forma.

Se entiende por arrendamiento la puesta a disposición de los originales y copias de una obra para su uso por tiempo limitado y con un beneficio económico o comercial directo o indirecto... (SICE, 2018)

En este artículo se puede analizar sobre la distribución en sí y como el autor tiene el derecho de poner en disposición el producto musical original o copias a las personas por medio de la venta, el arrendamiento o préstamo (que vendría hacer el *streaming* musical) o cualquier otra forma.

Existen más artículos en los que se habla sobre el derecho que el autor tiene para tomar la decisión de remover o quitar su producto de cierta plataforma, o sobre la distribución de la música. En síntesis, el autor o músico tiene muchos derechos y artículos que respalda su trabajo como propiedad intelectual, y este no pierde su poder encima del producto en cualquiera de sus fases, ya siendo el inicio con la creación y composición, hasta el final con la parte de distribución y ejecución.

2.2. Una aplicación móvil para la música ecuatoriana

En el siguiente apartado se centra en las TIC de consumo musical, de que tratan las aplicaciones, su uso en la actualidad, la música en las aplicaciones, la música y el *streaming*. Al igual que el desarrollo efectivo en el diseño de interfaces y el estudio de la interactividad del usuario con las aplicaciones.

2.2.1. Las TIC para el consumo musical

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se refiere a las distintas herramientas, recursos y distintos softwares que permiten reproducir, manejar, y compartir datos o información. En otras palabras, las Tic son las herramientas que se utiliza a diario para distintas practicas entre ellas y para la pertinencia

de esta investigación la reproducción musical.

Con la globalización y la implementación del Internet en los últimos años, el uso de este se ha vuelto cotidiano, en la actualidad se le da distintos usos a este, como lo es la investigación, la comunicación, información, entretenimiento, etc. (Perona, Barbeito y Fajula, 2014). Otro aspecto que se puede considerar dentro de entretenimiento es la música, gran parte de la población en especial los jóvenes utilizan este medio para consumo y difusión musical, ya que es un medio relativamente rápido y con alcance masivo, en el internet se puede encontrar distintas bandas que no se podría apreciar en otros medios como lo es la radio u otros formatos en los que se distribuye la música como CDs.

La radio nacional es otra herramienta de difusión de música local, este medio ha sido uno de las herramientas pioneras de transmisión de información y música ya que buscaba la transmisión de contenido a grandes masas de gente. En ella se puede disfrutar de producciones tanto nacionales como extranjeras actualmente se intenta aplicar la ley 1x1 en las radiodifusoras del Ecuador.

Se han creado distintas páginas para la creación de contenido musical como Kompoz, MyBlogband, Indaba Music, entre otros. Estas plataformas buscan crear el vínculo o espacio social entre artistas de todo el mundo para que puedan colaborar entre sí y crear contenido musical y publicarlo en estas redes (Gértrudix y Gértrudix, 2014), lo malo de estas páginas, es el desconocimiento que el público en general tiene de la existencia de estas, por lo cual hay otros medios de difusión musical como el streaming musical que son mucho más conocidos como Pandora y Spotify, siendo el último el más utilizado en Ecuador.

Spotify es una herramienta que puede ser calificada de cierta forma como una biblioteca de música donde el usuario puede ingresar y encontrar cualquier canción y cualquier artista, solo si este tenga un contrato con la empresa, hay

artistas que han quitado su música de esta plataforma por distintos motivos, pero el alcance de la aplicación ha causado que nuevos artistas ingresen a la aplicación y distribuyan su producto a través de esta.

La vida se ha vuelto tan caótica y rápida, que actualmente se empieza a crear distintas formas de facilitar ciertos hábitos, el entretenimiento en si ha cambiado, un ejemplo de ello es la visualización de las películas, antes normalmente era un ritual de ir al cine para ver una película que ha evolucionado en su forma de visualización, pasando por su reproducción en distintos formatos físicos como el VHS, DVD y Blu-Ray, hasta su reproducción vía *streaming* o internet, lo que supuso un cambio más cómodo para el consumidor. Lo mismo pasa con el campo de la música, este paso de un tipo de distribución física con los formatos como los discos de vinilo, los casetes y los CDs que suponía un gasto extra en un aparato de reproducción especializado, a la era digital donde se descargaba y se compraba la música de tiendas digitales como *Itunes* (plataforma creada por la empresa *apple*) y actualmente con el nuevo servicio de *streaming* o bibliotecas virtuales que se pueden reproducir desde un dispositivo inteligente como es el caso de los *smartphones*.

2.2.2. Las aplicaciones móviles

Las aplicaciones móviles tienen distintas funciones o propósitos que buscan cubrir ciertos campos, algunas de ellas buscan facilitar procesos de la vida cotidiana, otras tratan sobre la comunicación, el entretenimiento como juegos y pasatiempos como escuchar música.

Es cierto que en la actualidad se utiliza a diario muchas aplicaciones, se han convertido en una herramienta de uso cotidiano, su uso ha aumentado desde que se ha facilitado el desarrollo de estas. La creación de aplicaciones inicia por la necesidad de la sociedad para solventar algún problema.

La creación de esta parte de una idea, el diseño, la programación y la prueba

con el target objetivo. Claro que después de la prueba o el *testing* se observa los errores que existen en el código de la programación o en problemas más sobre el diseño o la interfaz que ayuda a la experiencia del usuario, esta parte se vuelve muy importante en las aplicaciones móviles ya que se convierte en un gancho visual para el usuario, a la vez si esta interfaz es fácil e intuitiva para su uso (Gasca, Camargo y Medina, 2014).

2.2.3. El diseño de Experiencia de Usuario

Para el diseño de la aplicación hay que tener muy en claro la los distintos aspectos y elementos que esta debe tener. Para ello el análisis del mercado y el uso de “Personas” es muy importante para solventar las necesidades que existen para crear la aplicación y su diseño (Cooper, Reinmann, Cronin y Noessel, 2014).

Las “Personas”, son una herramienta eficaz para el diseño de la aplicación la cual trata de la creación de perfiles de distintas personas basadas en un arquetipo y en el comportamiento general del público analizada en la investigación, pero este debe ser perfiles con necesidades específicas para que no existe una mezcla de distintos perfiles que vuelvan el diseño de la aplicación una fusión de varios estilos lo cual no se dirigiría a nadie. En este caso el target objetivo de la aplicación sería las personas entre 16 hasta 40 años, ya que es una aplicación musical no tiene un rango fijo en especial.

Las “Personas” son una herramienta fuerte, ya que determina, comunica, mide y contribuye con otras partes del desarrollo de la aplicación por medio de los objetivos que se plantea en las personas (Cooper, *et al.*, 2014).

Después existe los principales diseños de interacción, los cuales son considerados como guías y reglas como diseñadores y multimedia, sabiendo las experiencias de las personas con la tecnología y como debe ser estructurada partiendo de sus habilidades de percepción, cognición y el

movimiento.

En estos principios de diseño de interacción se puede dividir en tres:

- a. **Principios conceptuales:** define como el producto digital (aplicación) debe ser y cómo encaja con la necesidad del usuario (Cooper, *et al.*, 2014).
- b. **Principios de comportamiento:** describe como el producto debería comportarse (Cooper, *et al.*, 2014).
- c. **Principios de nivel de interface:** describe estrategias para la navegación, organización y la comunicación entre el comportamiento y la información (Cooper, *et al.*, 2014).

Al ser una aplicación para teléfonos, se adopta una “postura independiente” o “*standalone posture*” la cual se refiere a ciertas especificaciones y características especiales que se debe tomar en cuenta a la hora de realizar una aplicación en este tipo de dispositivos (Cooper, *et al.*, 2014). Por ejemplo, se debe tomar en consideración la interactividad usando distintos menús, que normalmente se despliega desde los bordes izquierda y derecha del dispositivo, las barras de herramientas normalmente localizadas en la parte superior o inferior de la pantalla, los *pop ups* de ciertas acciones, la aplicación al ser móvil, debe ser rápida y en ciertos casos poco visual, con letra legible sin tanto diálogo de texto, la mayoría de veces carecen de *multitouch* para que su uso sea cómodo.

La creación de los elementos visuales está sujeta al contexto en que se utiliza dentro de la aplicación y hay que tomar en cuenta elementos como en que ocasiones puede ser utilizada la aplicación, por ejemplo, un deportista trotando por la mañana o en la tarde, un adolescente acostado en su cama escuchando música, un ejecutivo frente a la computadora, hay tantas posibilidades, que la aplicación debe tomar en cuenta para poder crear el diseño visual.

2.2.4. Elementos de diseño gráfico en aplicaciones móviles

Elementos como la forma, el tamaño, color, orientación, textura, posición, texto y tipografía son fundamentales para crear el diseño visual.

- a. **Forma:** aunque la forma no tiene tanto impacto visual como el tamaño y el color, este debe ser bien definido para que no exista confusión con otras formas o íconos. Existen distintos tipos de forma por ejemplo se puede definir por el tipo de contorno, en orgánicas, regulares, irregulares y geométricas (Bahamón, 2013).
- b. **Tamaño:** un ícono es más llamativo cuando es más grande que otro elemento cercano, esto no solo se lo hace para dar mayor relevancia, sino que también tiene un valor cualitativo para el usuario gracias a esa diferencia de tamaño.
- c. **Color:** para la selección de los colores dentro de la interface, se debe tomar primero en cuenta los objetivos del usuario, el contenido, el entorno y la marca. Después se pasa a valores secundarios como es el tono y saturación del color, dependiendo del contexto la selección del tono puede tener distintos significados, colores fríos llaman menos la atención que los colores cálidos (Bahamón, 2013), pero estos representan más formalidad, muchos compradores ven al color azul como “compra” mientras que al rojo como “venta”, para lograr en la interface un sistema efectivo, se debe usar un número limitado de tonos, en este elemento visual es donde más choca la marca con la comunicación al igual que los problemas que distintos usuarios podrían tener por los distintos tipos de daltonismo o ceguera existen.

Después de haber escogido los tonos se debe pensar en la saturación de estos, este factor vuelve al color en un elemento cuantitativo para el usuario, su principal propósito es jugar con la atención del usuario.

- a. **Orientación:** este elemento es muy importante, aunque la mayor parte de

veces se usa como secundario, sirve para mostrar al usuario hacia donde apuntan los elementos (Cooper, *et al.*, 2014), normalmente se utiliza con barras deslizantes o en la parte de navegación, con el uso de flechas.

- b. Textura:** algunos de los elementos dentro de la interfaz pueden tener texturas para crear ciertas sensaciones en el usuario, el uso de textura suave o de plástico crea la sensación de que el elemento es movable, otro ejemplo puede ser un elemento con degradado y sombra que lo hace más *clickable*, son estos detalles que crean un comportamiento en el consumidor y ayudan a mejorar la interfaz, aunque esta tenga un estilo minimalista (Cooper, *et al.*, 2014).
- c. Posición:** es uno de los aspectos de la composición más difíciles de manejar ya que a veces está sujeto a otros factores como el tamaño y la orientación, debe ser ordenada. Se basa mucho en la jerarquía de los elementos en la pantalla, también toma en cuenta la zona de seguridad de la pantalla para que el texto importante siempre sea legible, agrupaciones de ciertos elementos da como significado que son similares. La alineación y el espacio entre elementos es igual de importante, siempre es bueno dar un espacio entre elementos para mantener la composición mientras que la alineación da sensación de equilibrio y orden (Villalobos, 2018).
- d. Texto y Tipografía:** este elemento es uno de los más críticos, ya que puede llegar a confundir, debe ser utilizado de una forma correcta. Se debe evitar el uso de letras mayúsculas ya que en una interface se vuelve poco legible y parece que se está gritando (Cooper, *et al.*, 2014). Unos rasgos a tomar en cuenta son: usar un contraste correcto entre los textos, escoger una buena tipografía con un tamaño correcto y colocar pocas palabras evitando abreviaciones, para ser que todo el texto sea comprendido.

Todos estos elementos ayudan a la experiencia del usuario, para que este no necesite ayuda externa ni personalizada para hacer uso correcto de la

aplicación. Si la combinación de los elementos es correcta, la intuición del usuario bastará para poder navegar dentro de la aplicación móvil.

2.2.5. Leyes de UX (experiencia de usuario)

La experiencia de usuario es un elemento clave para el desarrollo de productos interactivos, es el enlace entre la persona y la máquina es el lenguaje de diseño intuitivo lo que guía al usuario para que este tome decisiones en las tareas que quiera realizar.

Existen 20 leyes de UX, de las cuales se destacan:

a. Distancia de objetivo

Los botones de mayor tamaño y más cerca del punto de inicio del usuario reducen el tiempo de respuesta para alcanzar el objetivo, evitar colocar elementos interactivos pequeños y alejados al igual que colocar botones muy cerca sin dejar espacio (IDF Instructor, 2019).

b. Jakob's law

Esta ley comunica que el usuario pasa más tiempo en otras aplicaciones o páginas que en la tuya lo cual significa que el usuario tiene un comportamiento de interacción estándar con lo que ya existe (Nielsen, 2017), por lo cual al crear una app similar a otras se debe mantener ciertas características iguales a las demás para que el usuario no se pierda y pueda utilizar la página o app.

c. Ley de proximidad

Esta regla explica que los objetos que se encuentren más cercanos siendo similares siempre van a considerarse como un grupo y el usuario distingue y reconoce los grupos y la continuidad de los elementos (Soegaard, 2019).

d. Carga cognitiva

En esta ley se explica la reducción de carga cognitiva en el usuario, esta carga está dada por muchas decisiones, muchos requerimientos de pensamientos y por la falta de claridad. Para evitar esto se reduce los elementos innecesarios, eliminar tareas innecesarias, minimizar decisiones, mostrar elecciones como grupo (Yablonski, 2015).

2.2.6. Formatos para aplicaciones móviles

Existen distintos formatos para la interfaz móvil, cada uno de ellos cuenta con distintas características que se verá a continuación (Cooper, *et al.*, 2014).

- a. **Stacks:** son un formato de pestañas colocado dentro de una pantalla principal que ayuda al usuario a navegar en distintos apartados, están organizados de forma vertical.
- b. **Pantallas carrusel:** este tipo de formato son apropiadas para pantallas deslizantes y que no tienen mayor contenido ni arriba ni debajo de la pantalla, solo a los lados, un ejemplo de este formato es la aplicación del clima en IOS.
- c. **Stacks y paneles de índice:** este formato al igual que el mencionado previamente hace uso de pestañas, pero también incorpora paneles de índice a los costados que ayudan a la navegación más compleja y evita tapar todo el contenido en pantalla.

Existen muchos formatos para los dispositivos móviles, también hay que tener en cuenta que se puede usar cada uno de ellos en distintas ocasiones, o fusionarlas si es necesario, para crear una experiencia de usuario más óptima.

2.2.7. La difusión de la música ecuatoriana: propuestas

Nuevas formas de difundir la música ecuatoriana pueden ser por el medio digital como es en este caso con el uso de una aplicación, ya existen blogs, y otro estilo de páginas donde los artistas difunden su música, también están las redes sociales como Facebook, otra sería por medio de eventos artísticos, productos audiovisuales como películas, documentales, entrevistas, la publicidad clásica con BTL, publicidad impresa, pero sobre todo con la enseñanza a las generaciones nuevas, implementación de una nueva malla educativa donde se coloque todo tipo de arte como un medio de comunicación y expresión principal y no secundario, si se empieza a dar este tipo de conocimiento, los más jóvenes generarán crítica y tendrá una mejor construcción en su cultura e identidad musical nacional.

CAPÍTULO III

DISEÑO DEL ESTUDIO

3.1. Planteamiento del problema

En el ámbito social, las bandas ecuatorianas tienen poca aceptación en la sociedad y esto se debe en gran parte por la poca difusión que tienen o por el estereotipo que se da, como música de mala calidad o música solo dirigida hacia un tipo de género. Este aspecto del desconocimiento actual de los ecuatorianos sobre la música nacional, no solo afecta la identidad y cultura nacional, sino que también afecta al mercado musical ecuatoriano.

Varios artistas nacionales, antiguos y emergentes, se ven en una problemática por la baja demanda de música en la sociedad y por los obstáculos que impiden que estas bandas tengan reconocimiento en el extranjero. Esto es un problema social, ya que afecta al aspecto de identidad / nacionalismo y afecta también en el aspecto económico a un mercado musical con mucho potencial de sobresalir no solo localmente, sino también al exterior.

Partiendo del problema de la baja demanda de música, esta viene dada por la percepción en su mayoría negativa y desconocimiento de las bandas por parte de la sociedad, culturalmente hablando la música nacional es categorizada muchas veces como de mala calidad, ya que la gente, por la globalización e intercambio cultural, percibe que la música de afuera es mejor que la local. Otro estereotipo que tiene la sociedad sobre la música es la falta de géneros y subgéneros musicales, este aspecto es erróneo y se debe a la falta de conocimiento o la desinformación por parte de las personas.

En el ámbito educacional, la sociedad nacional necesita informarse del talento musical que existe en el país, la falta de relación entre la educación y el arte es una carencia que se debe llenar en la sociedad. Se debe comunicar y enseñar a las personas lo que hay en el mercado de la música nacional en la

actualidad, para que estas personas cambien su forma de pensar y el estereotipo de que “lo nacional significa mala calidad” o en este caso abrir la mente de las personas hacia nuevos géneros musicales y bandas emergentes en el país.

En el aspecto personal, el desarrollo de una aplicación musical supone un reto en la parte de programación y funcionalidad, también se pone en práctica los conocimientos aprendidos sobre diseño y uso de programas para lograr la efectividad de la aplicación en el aspecto estético visual. La idea nace como necesidad de un impulso en el mercado musical y falta de conocimiento nacional en el campo musical.

Se escogió el producto de aplicación interactiva, ya que esta es llamativa, didáctica y también es una de las herramientas más accesibles en la actualidad, ya que muchas personas disponen de un dispositivo inteligente. Este producto también es más objetivo y eficiente que un documental o una narrativa animada ya que estos dos pueden quedar muy subjetivos para el observador, la aplicación en cambio busca una funcionalidad y un objetivo social el cual es la difusión musical e informar a la sociedad sobre las bandas nacionales para que de cierta forma las personas apoyen más este mercado.

3.2. Preguntas

3.2.1. Pregunta general

¿Cómo desarrollar de forma eficaz una propuesta de aplicación de *streaming* musical que ayude a informar a ecuatorianos sobre la existencia de bandas locales y eventos?

3.2.2. Preguntas específicas

- ¿Qué bandas y géneros musicales existen en el país?

- ¿Qué obstáculos impiden que las bandas ecuatorianas sobresalgan en el mercado musical?
- ¿Cómo diseñar la parte estética de una aplicación musical?

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general

Desarrollar una propuesta de aplicación de *streaming* de música ecuatoriana, para dar información sobre eventos y bandas ecuatorianas.

3.3.2. Objetivos específicos

- Indagar sobre las bandas y géneros emergentes más importantes del país.
- Identificar los principales obstáculos que impiden a los artistas ecuatorianos sobresalir en el mercado musical.
- Diseñar la parte estética de la aplicación usando software como Illustrator y Photoshop, y partiendo de conceptos del diseño como la iconografía y teoría del color.

3.4. Metodología

3.4.1. Contexto y población

La investigación se realizará en Quito, Ecuador, en la Universidad de Las Américas, como parte del trabajo de titulación de la carrera de Multimedia y Producción Audiovisual, durante el periodo de septiembre de 2018 a julio de 2019.

Este producto se centra en los productores de música nacional y va dirigido a los consumidores de esta, este producto no tiene como objetivo segmentar, por lo cual cualquier persona puede adquirirlo y utilizarlo. El principal target en sí de la aplicación va desde jóvenes hasta adultos que puedan utilizar algún dispositivo inteligente y pertenezcan a un grupo socioeconómico quintiles del

tres al cinco.

3.4.2. Tipo de estudio

El estudio es de tipo cualitativo, ya que tiene un enfoque subjetivo y humanístico social sobre la intriga del consumo de la música nacional por parte de la población local.

Esta investigación utiliza las entrevistas, grupos focales al igual que el campo exploratorio sobre el medio y el entorno social del mercado de la música nacional.

El estudio tendrá un alcance exploratorio, ya que el tema no tiene tantos antecedentes de investigación, y se busca indagar nuevos problemas.

3.4.3. Herramientas a utilizar

Tabla 1

Herramientas de investigación

Herramienta	Descripción	Propósito
Entrevista	Hugo Ferro, músico nacional Andrés Villegas, músico emergente	Saber las dificultades y obstáculos que se tiene como artista nacional.
Encuestas	Encuestar a personas, para saber que les gusta o no de otras aplicaciones con servicio similar.	Obtener información pertinente para la aplicación, ya sea para su contenido como funcionalidad.
Grupo focal	Elaborar un grupo focal para realizar un <i>AB testing</i> de la interfaz de la aplicación con entre ocho a 12 potenciales usuarios.	Observar y analizar cuál propuesta es llamativa y funciona de manera eficaz para el usuario.

3.4.4. Tipo de análisis

El proyecto tiene distintos pasos o procesos, como la investigación del tema

escogido, planteamiento de las preguntas y objetivos a cumplir, desarrollo del producto, uso de herramientas metodológicas cualitativas.

En la investigación se profundizan los temas de la música nacional, las aplicaciones en dispositivos inteligentes, al igual que la teoría para el desarrollo de interfaces y la interactividad/experiencia del usuario.

Los objetivos antes mencionados que se buscan cumplir al finalizar el producto. El objetivo principal que se busca lograr es desarrollar una aplicación de *streaming* de música para dar información sobre eventos y bandas ecuatorianas.

En el desarrollo del producto se utilizarán distintos softwares como Illustrator, Photoshop, After Effects, Invision, etc. El primer paso será la búsqueda de aplicaciones referentes, analizar las ventajas y desventajas, hacer *templates* y propuesta de plantillas, producción de los elementos visuales, animaciones que se incorporarán, crear la experiencia del usuario y *testing* de la app.

Durante el proceso se usarán entrevistas para la creación del contenido, al igual que su integración. Después de la finalización del producto habrá un grupo focal para realizar un *AB testing* de las plantillas y ver las correcciones en base a la retroalimentación.

Realizar la versión final del producto y ponerlo otra vez a prueba. Y publicarlo en distintos medios para su visualización.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DEL PROYECTO

Después de todo el análisis y antecedentes que se expusieron se puede observar que ahora muchos de los artistas ecuatorianos se enfocan en medios digitales por lo cual el desarrollo de una propuesta de aplicación de música ecuatoriana puede ser una buena herramienta para la distribución de música de artistas ecuatorianos que no se sientan identificados con el espacio que brindan otras aplicaciones. Y un buen lugar para que los usuarios escuchen a sus bandas favoritas y descubran nuevos talentos nacionales.

Para el desarrollo de la propuesta de aplicación se debe enfocar principalmente en el usuario, que en este caso serán el público en general y los artistas nacionales. Se debe crear el vínculo entre los principios del diseño estético junto al diseño de la experiencia. Tomar los conceptos estudiados y aplicarlos de manera eficaz en la propuesta.

4.1. Desarrollo de la UI

El desarrollo de la experiencia de Usuario e interfaz es solo una parte para la creación de cualquier aplicación, en este caso se optó por elegir distintas apps musicales para utilizarlas como referencias para el desarrollo de la iconografía y el diseño de la interfaz, después de esto se utilizó los conceptos investigados y aprendidos durante la carrera para lograr crear una interfaz llamativa y con funciones claves que toda app musical necesita.

Para llegar a esto se tomó como base los conceptos explicados en el capítulo II, la ley de Jakob por ejemplo nos habla mucho sobre el estándar y la norma que los usuarios tienen con aplicaciones similares a la que se esté desarrollando por lo cual se decide por hacer un análisis de aplicaciones similares para tener en cuenta muchas veces sobre la disposición de los elementos y las funciones más utilizadas.

4.1.1 Referencias (aplicación de la ley de Jackob)

Cuando se habla de diseño de aplicaciones, se debe partir de lo ya creado para buscar mejoras o implementar nuevas funciones, sin echar de lado los estándares ya establecidos por otras aplicaciones ya creadas. Normalmente estos productos existentes marcan una tendencia comportamiento en el usuario, ya sea por el orden en que presenta las distintas pantallas, el color de los botones, el tamaño de los elementos o la semiótica de los íconos que en su mayoría funcionan para cualquier persona sin importar su región. Lo cual crea un idioma universal.

Para realizar la aplicación se tomó como referencia principal *Spotify* ya que se considera como la aplicación líder de música por streaming. Además de esta aplicación se encontró también varias referencias existentes en Behance (ver Figura 1).

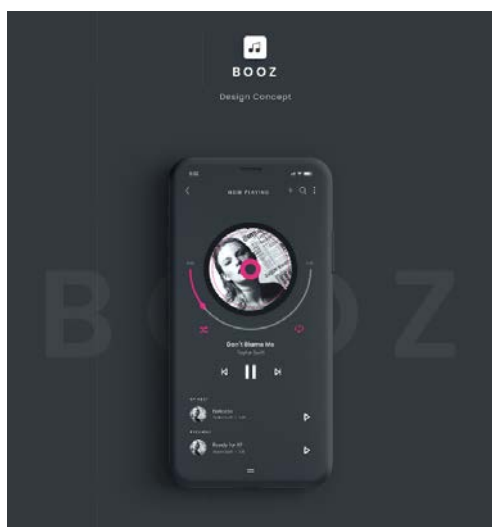


Figura 1. De BOOZ: iOS Music Player App. Tomado de (J. Guevarra, 2018).

4.1.2. Selección de elementos

Después de haber hecho una previa selección de referencias de aplicaciones, se buscó un estilo llamativo al igual que minimalista, para ello se propuso diseño de varios iconos que sean simples pero claros a la hora de comunicar al

usuario las funciones que realizan estos íconos. También, al ser un tipo de aplicación ya conocida por los usuarios (aplicación de música) tiene ciertas características concretas como buscador, reproductor, inicio, entre otras.

El color es uno de los elementos para el diseño de aplicaciones, para escoger la paleta de colores de fondo, se realizó un test a 10 personas (Comunicación personal, 15 de noviembre de 2018) que ayudaron con su opinión para ver que combinación de colores era la más efectiva y acorde al tipo de app (ver Figura 2). Algo busca la app es un vínculo de personalidad con el usuario por lo cual se planeó agregar una función de cambio de color de ciertos elementos dentro de la misma.

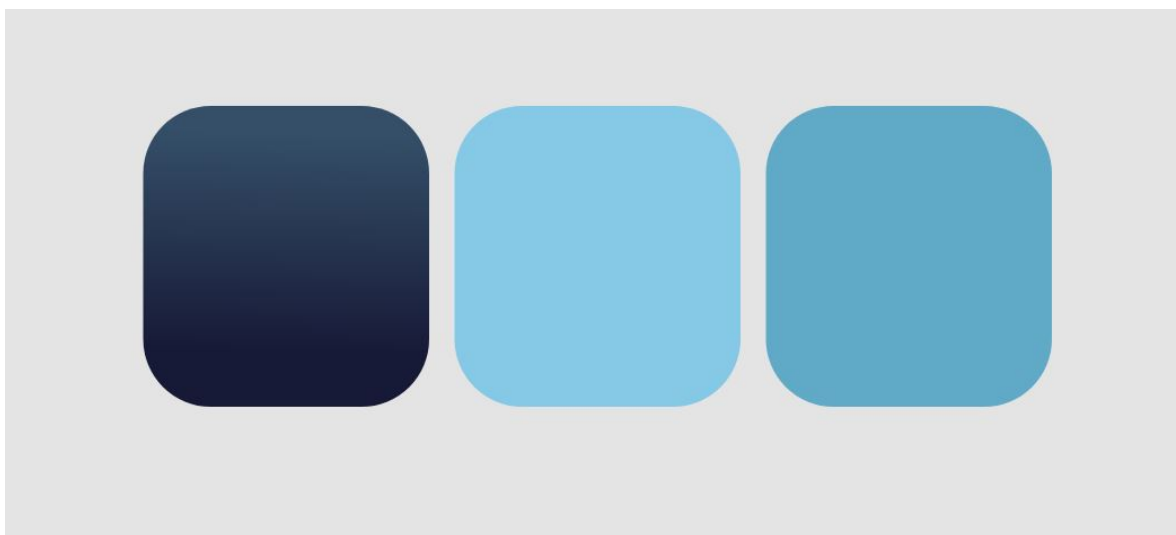


Figura 2. Paleta de colores escogidos para la app.

4.1.3. Diseño de aplicación: plantillas

Durante la investigación del mercado y el análisis del uso de aplicaciones musicales, se decidió realizar una app con propiedades ya existentes de otras que se encuentran en el mercado. La disposición de los botones está ubicada para el manejo del celular en forma vertical, y están ubicados de forma estándar con relación a otras aplicaciones. Toda esta disposición se realiza sobre papel y lápiz (ver Figura 3), como borrador para luego pasarlo a digital.

Para el desarrollo de las plantillas se toma en cuenta que cada elemento cumple una función y por ende se debe reducir elementos innecesarios que puedan confundir al usuario, a su vez se crean elementos de distintos tamaños y cercanos al punto de inicio de la interacción del usuario para que se optimice el tiempo de reacción, es más fácil aplastar o interactuar con botones más grandes que pequeños, siempre cuidando el espacio entre los elementos para que estos no se confundan como grupos como lo dice la “ley de proximidad”.

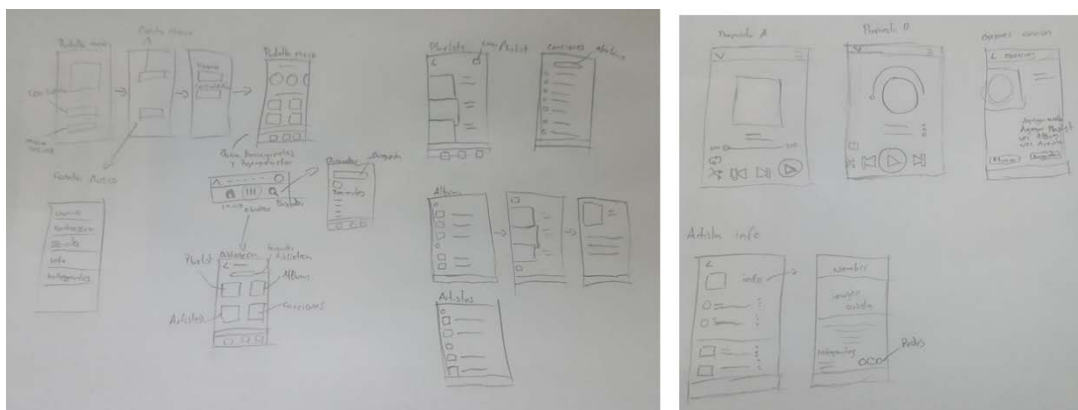


Figura 3. Plantillas en borrador.

4.1.4. Diseño de aplicación: transiciones y acciones

Después de la selección de las plantillas que se van a utilizar en la aplicación, se procede a elegir el tipo de transiciones que se van a utilizar entre cada una de ellas, se busca que las animaciones sean sencillas y conocidas para no crear distracción al usuario cuando estas se desarrollen. Se optó por las más básicas como disolver, deslizar, arrastrar y tocar (ver Figura 4). A pesar de que las animaciones sean sencillas, estas lo que buscan es mantener la atención del usuario, buscan ser atractivas creando movimiento y efectos lo cual no hace aburrido la transición de una pantalla a otra.

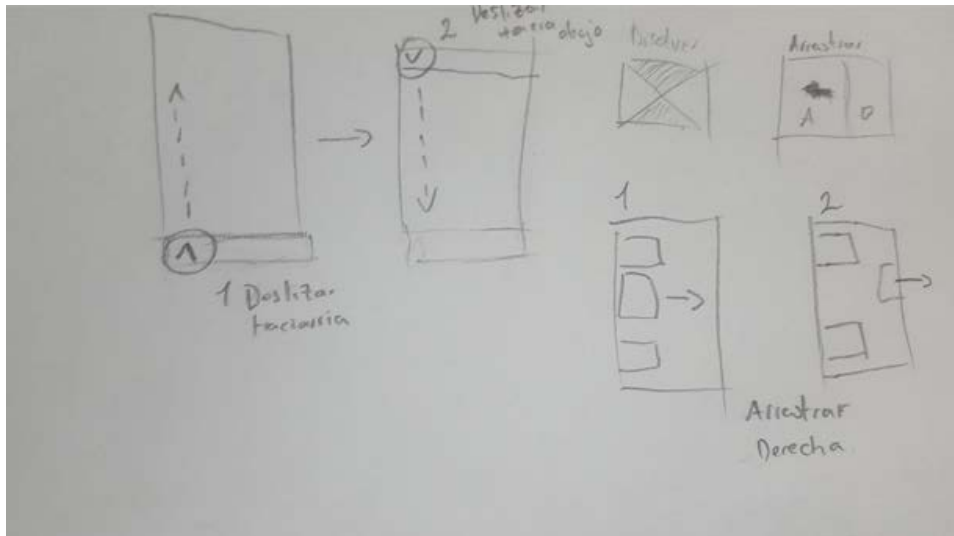


Figura 4. Selección de transiciones borrador.

4.2. Fase de producción

4.2.1. Llevando la app a lo digital

En el programa ilustrator se crearon distintos iconos que se colocaron en la interfaz (ver Figura 5), como lo son los de biblioteca, artista, inicio, buscador, etc. Estos elementos son los principales ya que conducen a la interactividad del usuario, en este caso varios tenían un significado relacionado directamente con el objeto que representa, pero muchos otros son reconocidos por similitud en otras aplicaciones lo que genera en el usuario el recuerdo de la función que debe cumplir ese elemento.

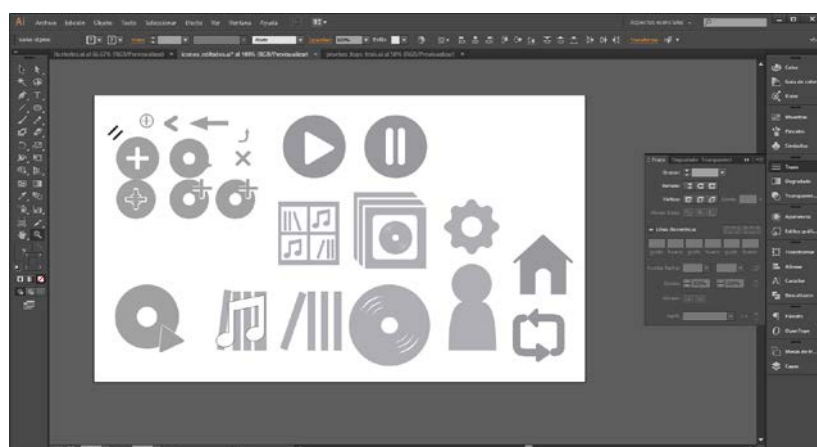


Figura 5. Creación de íconos en ilustrator.

Para el desarrollo de la aplicación se utilizó el programa Adobe XD (ver Figura 6), el cual está especializado para el desarrollo de prototipos. En este programa se recrearon las plantillas ya desarrolladas en el proceso de preproducción, ya posicionando los íconos, botones e imágenes de las distintas bandas y artistas.

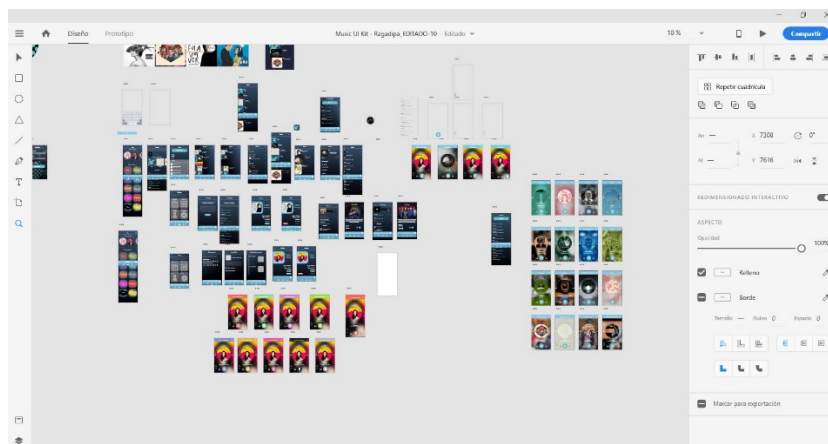


Figura 6. Mesas de trabajo Adobe XD.

Se propuso una paleta de colores suaves y no fuertes para la visión del usuario, se optó también por un fondo con degradado para las pantallas de la app y para el reproductor se propuso el uso de la misma imagen de la portada de la canción, pero con un efecto difuminado para que el color de las imágenes no tuviera problema al combinar con el fondo (ver Figura 7).

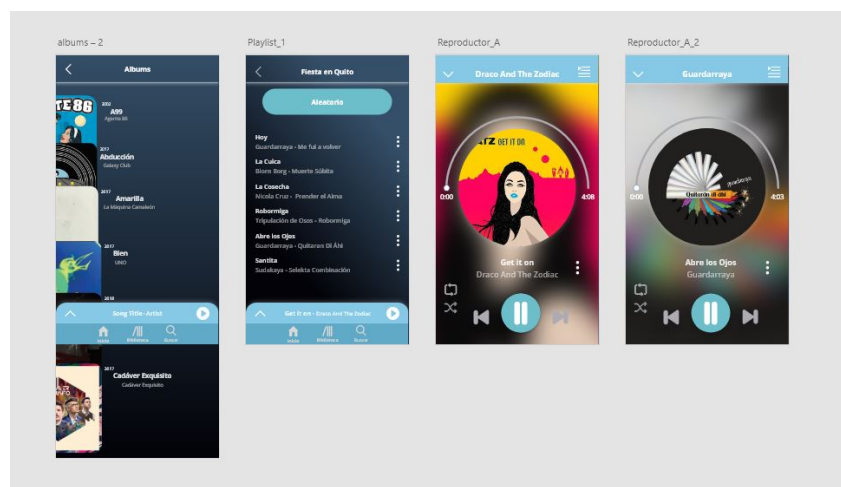


Figura 7. Pantallas de aplicación.

Algo que se agrega entre las opciones de la aplicación es la función de personalización de la misma aplicación en base al cambio de color (ver Figura 8), ya que en el ámbito de la música nacional existe tantos géneros y subgéneros se puede intuir la variedad de usuarios que van a utilizar la app por ende se opta también por darles la libertad de modificar su espacio de entretenimiento, en este caso a base del cambio de colores de la interfaz.

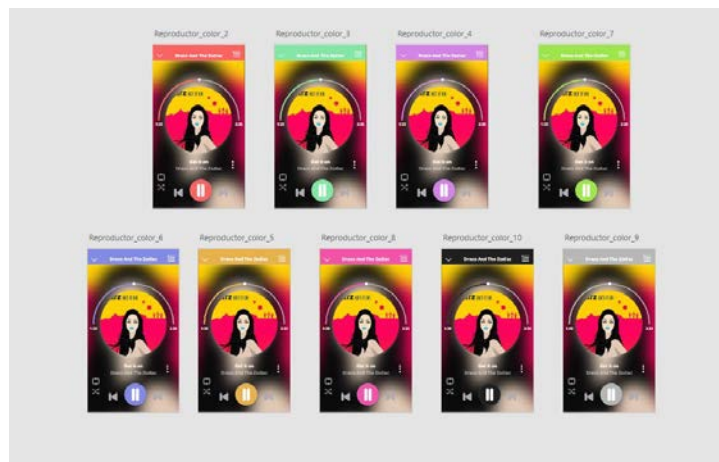


Figura 8. Pantallas personalizadas.

Después, cuando ya se tiene definido todas las plantillas y pantallas que se van a utilizar se realiza las conexiones de animación entre los templates para que estos funcionen de forma interactiva (ver Figura 9). Para ello se conecta la pantalla con la cual se quiere interactuar con la pantalla de destino.

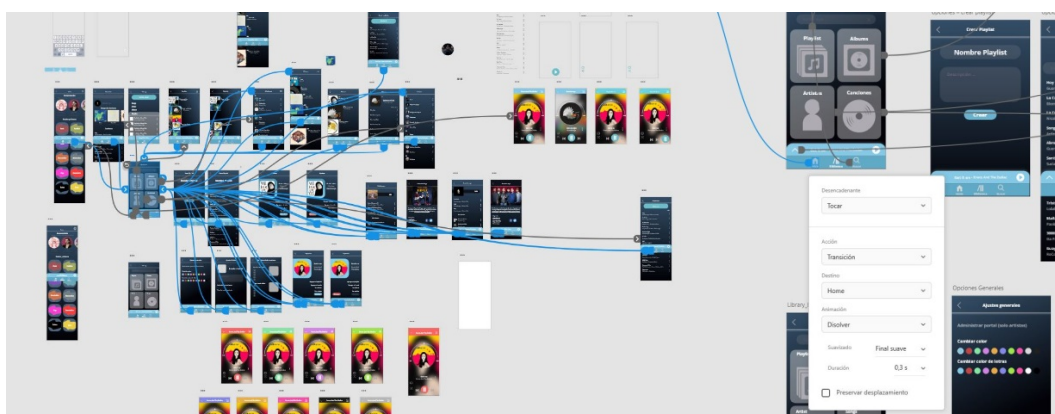


Figura 9. Nodos de conexión y animación entre templates.

Ya que los usuarios del prototipo no solo son los oyentes, sino que también los artistas, se elaboró el portal web para ellos (ver Figura 10), donde pueden editar, subir su contenido y tener mejor organizado al igual que pueden ver varias cifras como el rating u oyentes mensuales.

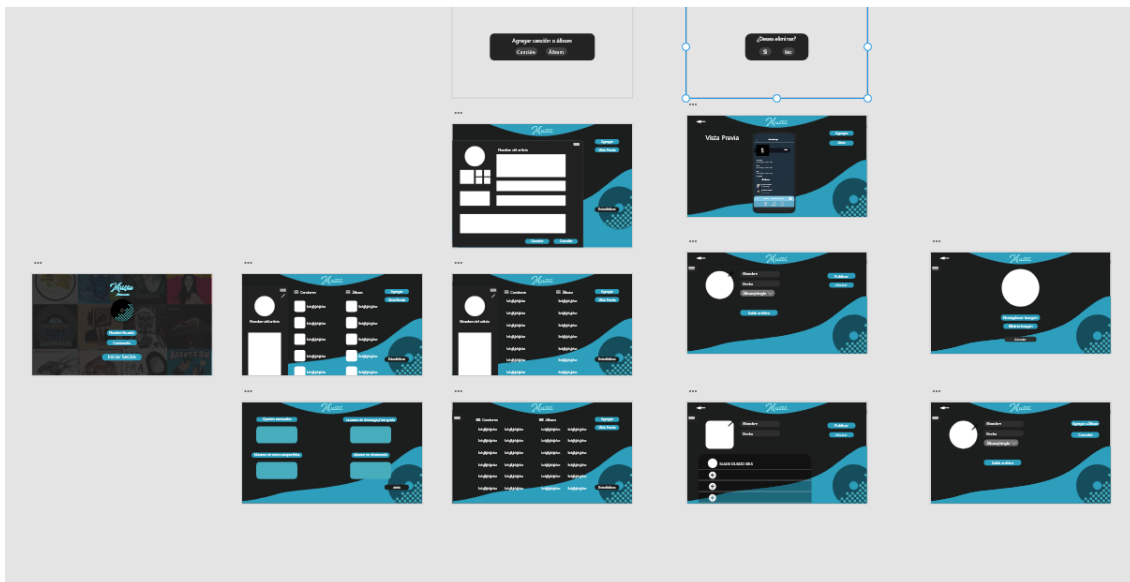


Figura 10. Portal web para artistas.

Por último, se hace un proceso creativo basándose en el *Brainstorming* para crear un logotipo y nombre de la aplicación, cuando ya se define cual será, se lo recrea en adobe ilustrador. Se lo realiza en este programa para que el logo de la imagen (ver Figura 11) y el nombre estuvieran en vectores y no en mapa de bits. Con el fin de poder escalar las imágenes sin que estas se pixelen o pierdan detalle.

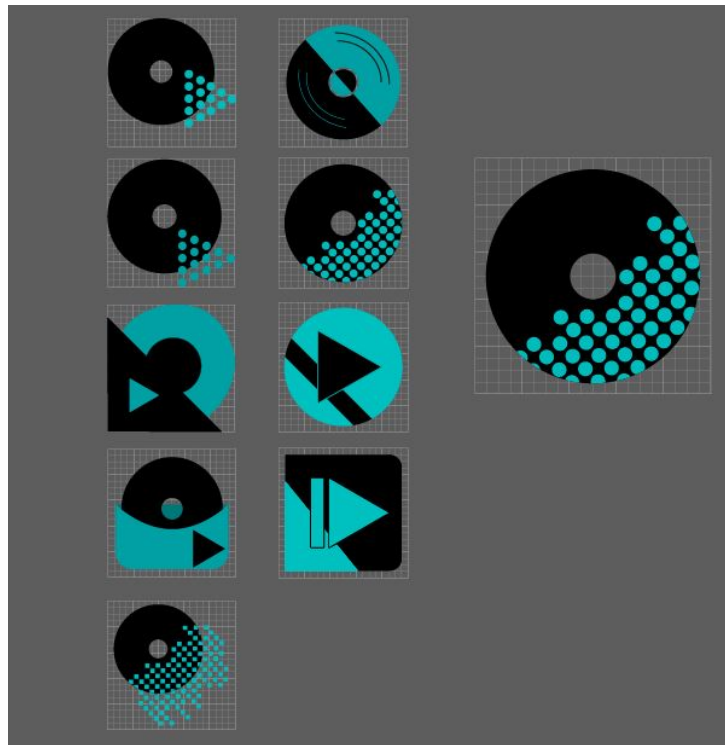


Figura 11. Creación de logo en ilustrator.

4.2.2. Video promocional y artes

Durante el desarrollo del prototipo en adobe XD, también se planteó la idea de realizar un video promocionando la app y mostrando la interactividad, para ello se hizo una capturar de video con el software de captura de pantalla predeterminado de Windows, este video se importó dentro de adobe After Effects y adobe Premiere, el primer programa para la composición de las plantillas (ver Figura 12) y organizar las animaciones de ciertas transiciones, para ello se crearon pre composiciones del reproductor para animarlo y de la plantilla de *playlists* para poder seleccionarlo y moverlo. Mientras que en Premiere, se realizaron retoques como transición inicial y final del video al igual que la integración de la música y elementos extras (ver Figura 13). El video se realizó en una resolución HD de 1920 x 1080 ya que es un tamaño estándar actual.

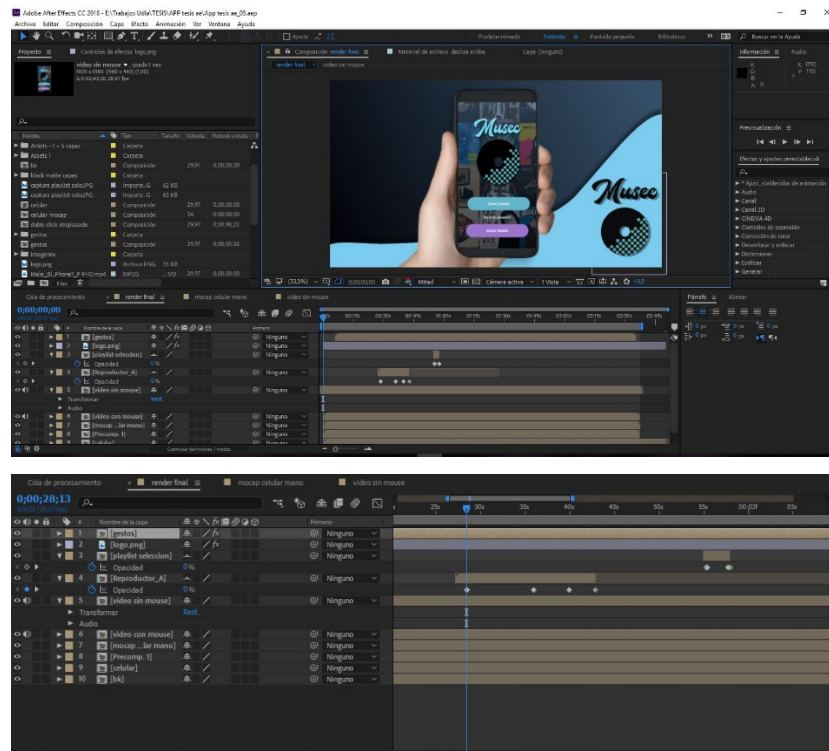


Figura 12. Creación de animaciones, composición y edición de timing en after effects.

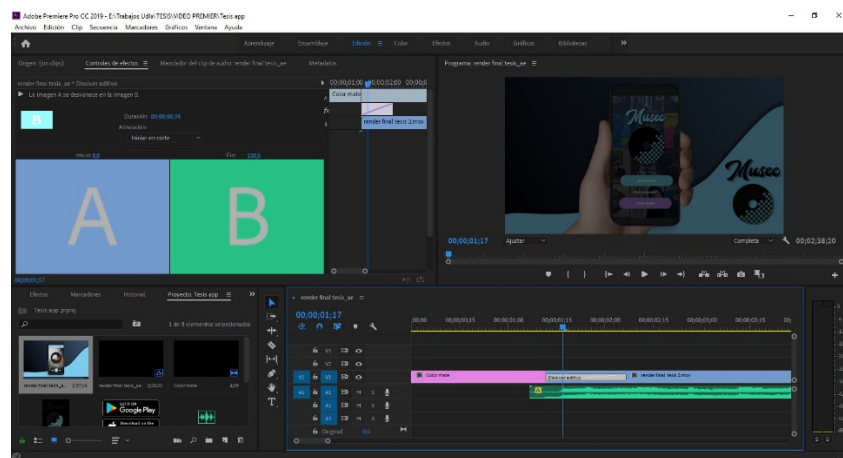


Figura 13. Ajustes de transiciones e importación de música.

Para el desarrollo de los artes en cambio, se utilizó adobe Photoshop (ver Figura 14). En este programa se utilizan los templates ya realizados en adobe XD y se compone la imagen completa, colocando colores, texto, fondo, entre otros para poder presentar en redes como Behance.

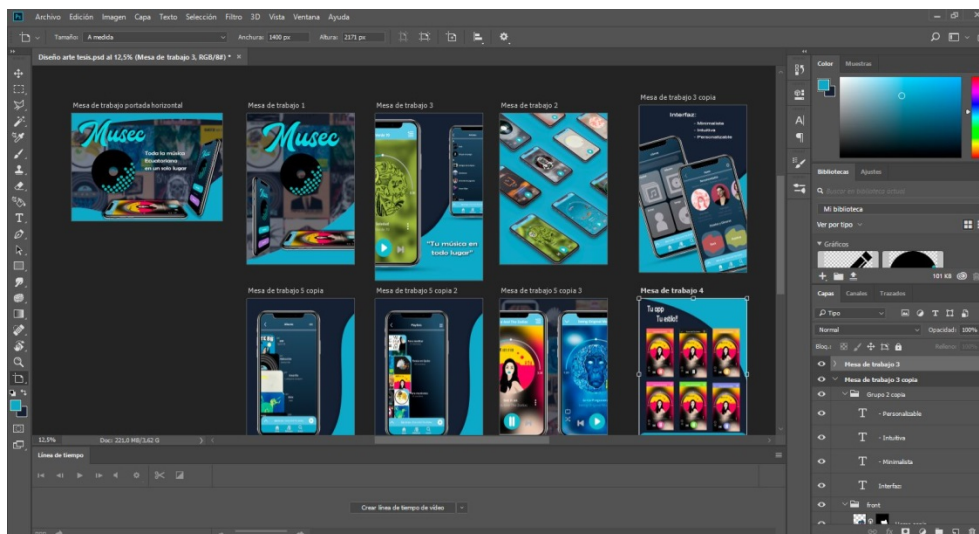


Figura 14. Creación de artes de la aplicación.

También en este mismo programa se realizó dos gifs animados para mostrar la interactividad por medio de imágenes. Usando como herramienta la línea de tiempo incluida en Photoshop se ajustó la posición y opacidad de las capas para crear la animación (ver Figura 15). Estas piezas visuales se utilizarán para la promoción de la app en medios y redes sociales.

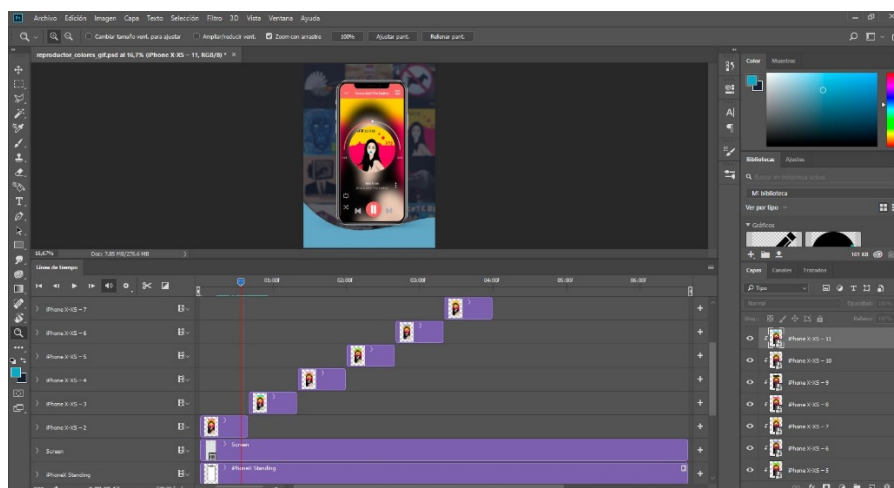


Figura 15. Creación de gifs animados en Photoshop.

Por último, después de realizar los gifs animados se exportan en formato Web (ver Figura 16) para poder cargarlos a cualquier plataforma de internet, en este caso Behance.

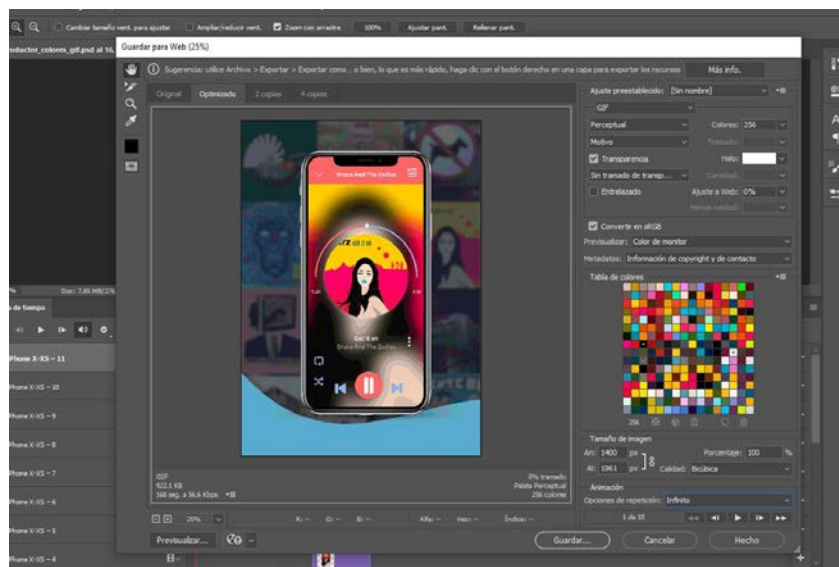


Figura 16. Exportación de gif para web.

4.2.3. Propuesta de app en función a html

Para que la propuesta de app tuviera un prototipo de funcionalidad, se decidió por la utilización del programa Adobe Muse, el cual es especializado en la creación de páginas web, en este programa se pudieron agregar las plantillas y colocar botones (ver Figura 17) para que se desplazara entre estas como los nodos que existen en Adobe XD. También en Muse se pudo agregar las canciones acorde a los artistas que se reflejaban en los distintos reproductores de la app, para que se pudiera escuchar cuando el usuario interactuaba con la plantilla.

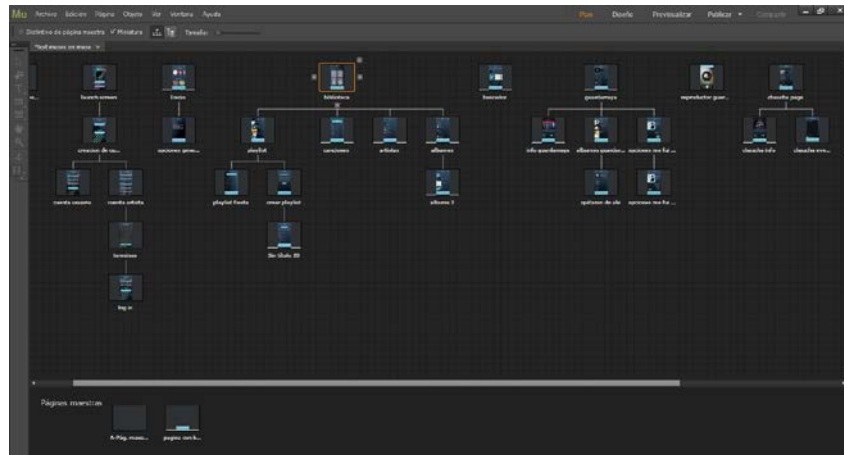


Figura 17. Mesas de trabajo de Muse.

4.2.4. Pruebas con usuarios

Al realizar un prototipo de app especialmente si se enfoca en la parte de la experiencia del usuario, siempre se deben hacer pruebas con los potenciales usuarios. Para ello se realizaron varias pruebas, dando el prototipo a diferentes personas para que estas pudieran interactuar y realizar “tareas” que se les asignaba, para luego poder encuestarlas y saber cómo fue su experiencia, si pudieron o no lograr la tarea asignada, que les molestaba del prototipo y que les agradaba de este. Al ser un prototipo de aplicación se les explicó que algunas funciones eran limitadas.

En la figura 17 se muestra las distintas tareas que los usuarios escogían de forma aleatoria de manera sin tener conocimiento previo de la tarea y sin uso previo del prototipo. Para poder analizar el primer contacto del usuario. Se le dispuso de un tiempo de diez a quince segundos, para que complete la tarea. Después de ese tiempo se realizaron una serie de preguntas para obtener retroalimentación de sus respuestas.

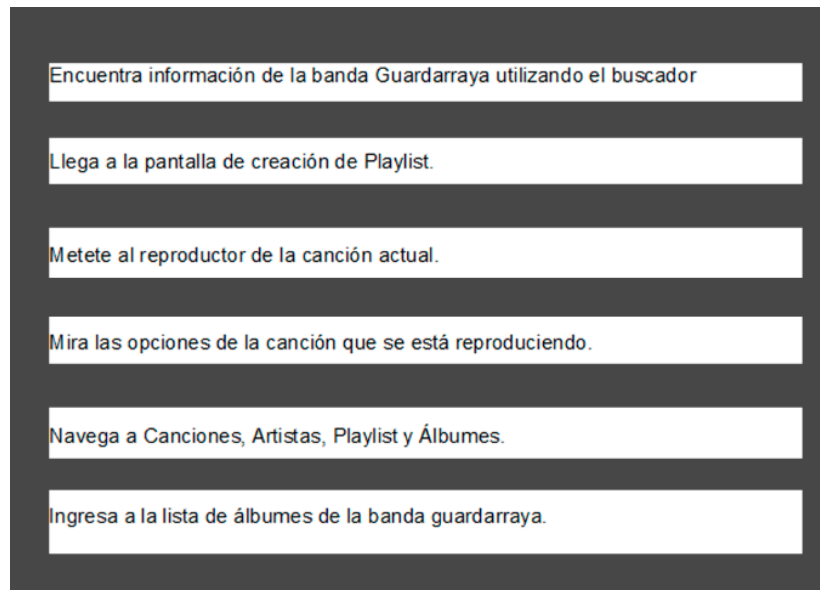


Figura 17. Tareas para test de prototipo.

Después de obtener las respuestas se puede concluir que el prototipo es intuitivo y contiene las distintas funciones principales que una aplicación de música contiene, como lo es el buscador, reproductor, biblioteca e inicio donde se encuentra nuevas bandas y géneros. Además de ello muchos de los sujetos de prueba enfatizaron sobre el aspecto estético el cual a ocho de diez les gustó. Nueve de diez opinaron que era una aplicación fácil de utilizar. Las diez lograron cumplir la tarea asignada. A dos de los sujetos no les agradó el color azulado de la interfaz y a otros dos comentaron que faltaba algo más llamativo en la plantilla de inicio. Pero las diez personas dijeron que sí utilizarían este tipo de app ya que les parece “interesante” y “algo nuevo”.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Con relación a la investigación realizada para el desarrollo del prototipo de la app, se concluye que hay información pertinente a los productores y artistas musicales, pero pocas plataformas nacionales de tipo digital aparte de los convencionales como es la difusión radial o en páginas web.

Además, se pudo averiguar que los artistas ya sean conocidos o emergentes en el país consideran que el público nacional le falta informarse sobre la cultura musical en el país.

En cuanto a la creación del prototipo se pudieron cumplir el objetivo de crear un diseño estético y minimalista fácil de entender y utilizar, lo cual se pudo demostrar con las pruebas que distintos usuarios realizaron.

5.2 Recomendaciones

En cuanto al diseño de interfaz y experiencia de usuario existe distintos conceptos que ayudan a crear una guía para el desarrollo de prototipo, aunque en la búsqueda de una herramienta para su creación es muy difícil encontrar un software o programa que tenga todos los aspectos necesarios, Adobe XD fue de gran ayuda aunque tenía aspectos limitantes como es la colocación de archivos multimedia, mientras que Adobe Muse es bueno en la creación de HTML y se puede colocar contenido, no tiene gran variedad en el aspecto de transiciones.

Se recomienda que para la creación de cualquier prototipo de aplicación digital se realicen siempre pruebas o testeos con personas reales ya que ellos son los potenciales usuarios y siempre su opinión es una retroalimentación constructiva

para el proceso de desarrollo.

Este prototipo de app crea un peldaño que busca constante mejoras en cuanto a nuevas funciones y poder convertirse en una biblioteca completa de artistas locales. Y así poder ir disminuyendo el gran obstáculo que los artistas nacionales sienten, que es la poca información que tienen las personas sobre el colectivo cultural/musical.

Se recomienda realizar futuras investigaciones sobre este tema al igual que mejorar la experiencia del usuario con nuevas funcionalidades que pueden adaptarse a esta propuesta de aplicación.

REFERENCIAS

- Alemán, R. (15 de julio de 2016). *Top 7 de los mejores festivales artísticos del Ecuador*. Recuperado de <https://datainfox.com/2016/07/top-7-de-los-mejores-festivales-artisticos-del-ecuador/>
- Bahamón, C. (2013) 64. *Principios de diseño - Diseño Gráfico "Forma, Color, Tamaño y Textura"*. Recuperado de <http://mumng.blogspot.com/2013/01/principios-de-diseno-forma-color-tamano.html>
- Cooper, A., Reinmann, R., Cronin, D., y Noessel, C. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design, Fourth Edition* [Sobre Interfaz: Los Fundamentos del Diseño Interactivo, Cuarta Edición]. Indiana, Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.
- Da Pawn. (s.f.). *Información. Biografía* [facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/pg/Dapawn/about/?ref=page_internal
- Dang, G., Dejean, S., y Moreau, F. (2013). On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming [En la complementariedad entre el consume de la música online y offline: el caso de streaming gratis]. *Journal of Cultural Economics*, 38(4), 315-330.
- Donado, A. (Abril, 2015). El choque cultural en la internacionalización empresarial. *Magazine Empresarial*. Recuperado de <http://revistas.usc.edu.co/index.php/magazin/article/view/603#.WtpXF5e22Ci>
- Draco and the Zodiac. (s.f.). *Información* [facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/pg/dracoandthezodiac/about/?ref=page_internal
- Federación internacional de la industria fonográfica (IFPI). (2015). *IFPI digital music report 2015*. Recuperado de <http://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2015.pdf>
- Ferro, H. (14 de junio de 2018). Entrevista personal a Hugo Ferro [mp3].
- Gasca, M.M., Camargo, L.A., y Delgado, B.M. (2014). Metodología para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Tecnura*, 18(40), 20-35.

- Gértrudix, F., y Gértrudix, M. (2014). Herramientas y recursos para la creación y consumo musical en la web 2.0. Aplicaciones y potencialidades educativas. *Educación XXI*, 17(2), 313-336. doi: 10.5944/educxx1.17.2.11493
- Guardarraya. (s.f.). *Guardarraya*. Recuperado de <http://www.guardarraya.com/>
- Guardarraya. (s.f.). *La Banda. Historia completa de la banda*. Recuperado de <http://guardarraya.com/banda.html>
- Guevarra, J. (4 de julio del 2018) BOOZ : iOS Music Player App [figura 1]. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/67551631/BOOZ-iOS-Music-Player-App>
- Hormigos, J., y Martín, A. (2004). La construcción de la identidad juvenil a través de la música. *RES*, (4), 259-270.
- Interaction Design Foundation. (2019). *Fitts's Law: The Importance of Size and Distance in UI Design* [La ley de forma: La importancia del tamaño y distancia en el diseño de UI]. Recuperado de <https://www.interaction-design.org/literature/article/fitts-s-law-the-importance-of-size-and-distance-in-ui-design>
- La Máquina Camaleón. (s.f.). *Información. Historia* [Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/lamaquinacamaleon/>
- La Rocola Bacalao en el Bafim. (Noviembre, 2009). *Rollingstone*. Recuperado de <http://www.rollingstone.com.ar/1201661-la-rocola-bacalao-en-el-bafim>
- Los ritmos del Ecuador El San Juanito ritmo nacional del Ecuador. (2012). *Internet Archive Wayback Machine*. Recuperado de <https://web.archive.org/web/20081009074713/http://www.balletandinoecuador.org/zonabae/index/ritmos.php>
- Márquez, I. (2014). *La música popular en el siglo XXI Otras voces, otros ámbitos*. Sant Salvador, España: Milenio Publicaciones SL.
- Musello, L. (Julio, 2016). Paola Navarrete: la reina del pop alternativo ecuatoriano. *Noisey*. Recuperado de https://noisey.vice.com/es_co/article/rk8vye/paola-navarrete-la-reina-del-pop-alternativo-ecuadoriano
- Nielsen, J. (2017). *Jakob's Law of Internet User Experience* [La ley de Jackob

- de experiencia de usuario en internet]. Recuperado de <https://www.nngroup.com/videos/jakobs-law-internet-ux/>
- Pacheco, D. (2011). *Derechos de autor para músicos en el Ecuador: análisis de régimen de derechos patrimoniales y su vigencia en Cuenca* (Tesis de Maestría). Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Perona, J. J., Barbeito, M. L., y Fajula, A. (2014). Los jóvenes ante la sonoesfera digital: Medios, dispositivos y hábitos de consumo sonoro. *Comunicación y Sociedad*, 27(1), 205-224.
- Palacio, M. (2017). Los artistas colombianos y las plataformas de música digitales: algunas dificultades. *Revista de Derecho Privado*, (33), 111-133. doi: 10.18601/01234366.n33.05.
- Paola Navarrete. (s.f.). *Información. Más información* [facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/pg/paolanavarreteoficial/about/?ref=page_internal
- Papa Changó. (s.f.). *Information. Biografía* [facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/pg/PAPACHANGOMUSIC/about/?ref=page_internal
- Pérez, M. (2014) *La aplicación Spotify. Un nuevo modelo de consumo musical vía streaming* (Trabajo de Grado). Universidad de Valladolid, España.
- Rocola Bacalao. (s.f.). *Información. Biografía* [facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/pg/RoCola-Bacalao-8484107886/about/?ref=page_internal
- Santamaría, D. (2017). *El streaming y sus implicaciones en el marketing. El caso de Spotify* (Tesis de Grado). Universidad de León, España.
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE). (2018). *Derechos de Propiedad Intelectual*. Recuperado de http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Ecuador/L320a.asp
- Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE). (2015). *¿Quiénes somos?*. Recuperado de: <http://www.sayce.com.ec/>
- Soegaard, M. (2019). Laws of Proximity, Uniform Connectedness, and Continuation – Gestalt Principles (2) [Ley de proximidad, conectividad

uniforme y continuación – Principios Gestalt (2)]. Interaction Design Foundation. Recuperado de <https://www.interaction-design.org/literature/article/laws-of-proximity-uniform-connectedness-and-continuation-gestalt-principles-2>

Verde 70. (s.f.). *Información. Intereses. Más información* [facebook]. Recuperado de https://www.facebook.com/pg/verde70oficial/about/?ref=page_internal

Villalobos, C. (22 de febrero de 2018). 7 elementos básicos del diseño gráfico. *HubSpot*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/elementos-diseno-grafico>

Villegas, A. (18 de julio de 2019). Entrevista personal a Andrés Villegas [mp3].

Yablonsky, J. (30 de noviembre de 2015). Design Principles for Reducing Cognitive Load [Principios de diseño para reducir la carga cognitiva]. *Prototypr.io*. Recuperado de <https://blog.prototypr.io/design-principles-for-reducing-cognitive-load-84e82ca61abd>

ANEXOS

ANEXO 1

Preguntas para los artistas entrevistados

A1.1

Nombre, apellido y a que banda pertenece o que proyectos musicales tiene.

¿Cuáles cree que son los principales obstáculos como artista que impide sobresalir en el mercado nacional e internacional?

¿Qué piensa sobre el mercado musical en el Ecuador? ¿Cree o no que hay apoyo de las personas?

¿Cree que una aplicación musical con identidad ecuatoriana pueda ayudar a promover y aumentar el conocimiento de las personas sobre la música nacional?

Entrevista a Hugo Ferro

A1.2

HF: hola mi nombre es Hugo Ferro, soy productor artístico y cantante, cantante de lo Chaucha Kings y productor artístico de Rosa Tequilas y Soda Eterno.

HF: el principal obstáculo que se tiene de la música ecuatoriana para salir adelante en el país y a nivel internacional tiene que ver mucho con el tema del sentimiento del sentir o de la identidad propia del país y de su música estamos completamente convencidos que cualquier cosa que no es ecuatoriana es mejor que la música ecuatoriana, entonces ese el principal obstáculo que se tiene, es esa falta de sentido de pertenecía como país.

HF: el mercado musical ecuatoriano, es un mercado saludable, es un mercado amplio somos mas de catorce millones ecuatorianos, un poco menos de lo que es Chile y comparándonos con lo que es por ejemplo Panamá que apenas tiene cerca de dos millones y que producen música tan fuerte yo creo que tenemos un mercado amplio, un mercado saludable, un mercado que se podría

explotar.

HF: una aplicación sobre la música ecuatoriana yo creo que sería super interesante ya que le permitiría a las generaciones nuevas, a los más jóvenes pues tener un acceso a lo que es la música ecuatoriana, pero obviamente respaldado reforzada desde también desde la educación no, desde de los colegios, desde las universidades para que el sentido de pertenencia de esta música sea interesante, ya que puede estar a la mano pero si no me motiva en lo absoluto no me voy a informar.

Entrevista a Andrés Villegas

A1.3

AV: hola soy Andrés Villegas, tengo 22 años y desde el año 2018 soy el baterista de Victimarios una banda emergente de rock alternativo.

AV: principalmente creo que lo más complicado es que las gente quiera escuchar tu música en sí, eh eh todo esto gracias a que en nuestro país no existe como tal una cultura musical y artística por ejemplo en otros países como eh Colombia o Chile o Perú inclusive, aquí no existe eso, no existe cultura musical, aquí no se fomenta eso, entonces como no se fomenta el consumo de música gracias a eso existe la ausencia de la industria musical y esto simplemente no se considera como algo rentable o sustentable para la gente.

AV: como creo que esta el mercado musical, bueno yo creo que actualmente el mercado musical se rige bastante por los colectivos culturales que ahora bueno existen colectivos culturales que son muchísimo más sobresalientes que otros y son ellos los que manejan todo lo que son festivales, conciertos, actividades con artistas de la escena los que ahorita vemos en escena. Entonces por esta razón yo creo que el mercado es super cerrado ósea se rige bastante en cuanto a contratar las mismas personas, la misma gente, a los mismos

organizadores porque claramente ellos ya se conocen, ya conocen los lugares ya conocen los contratos inclusive y es por eso que ellos prefieren no arriesgarse a buscar a innovar nuevos artistas y seguir contratando lo mismo.

AV: en cuanto al apoyo, bueno normalmente hay gente y también otro tipo de colectivos culturales que se enfocan de hecho en artistas emergentes por ejemplo estos manes de escena en kitu, ellos literalmente se enfocan en darle un poco de empuje un poco de chance a las bandas emergentes, a tocar en varios lugares conocidos, a tener entrevistas en las radios, a tocar en sesiones, eso me parece chévere. Lo único malo es que esos colectivos no son tan relevantes entonces por eso se podría decir que a pesar de que exista el apoyo es muy bajo y no es muy efectivo.

AV: bueno nosotros hasta el momento yo voy casi dos años en la banda, todo lo que hemos hecho, hemos sacado nuestro presupuesto, hemos inclusive organizado eventos que igual van de nuestro bolsillo, todas las maquetas, todo lo que hemos grabado, hemos hecho todo absolutamente todo por nosotros. Aunque ha habido gente que nos ha querido ayudar a veces es bastante bastante caro el costo de grabación de un EP de un sencillo inclusive, entonces se podría decir que por lo menos en cuanto a producción ha ido todo completamente de nuestra mano.

AV: y si la verdad yo creo que sería una idea bastante interesante, una aplicación que permita a la gente encontrar bandas, nuevos géneros que te gusten, me parece super chévere esa iniciativa.

ANEXO 2
Testing del prototipo de app
A2.1
Encuesta post prueba

¿Sentiste que el prototipo era claro y fácil de utilizar?

¿Qué te pareció el aspecto físico y la parte de diseño de la app?

¿Tuviste dificultades en realizar las tareas?

¿Qué aspectos no te gustaron del prototipo?

¿Qué piensas sobre la idea de una aplicación de música ecuatoriana? ¿La utilizarías?

