



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

**FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR CON MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO Y
COMUNICACIÓN VISUAL**

***“Diseño e implementación de medios gráficos digitales al sistema
de comunicación de la fundación Música Joven”***

Nombre:

Roberto Andrés Núñez Zambrano

Director:

Guillermo Sánchez

Quito, agosto 2013

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi mamá por todas sus enseñanzas, por motivarme e impulsarme siempre en mis estudios, por ser la persona que puso todos sus esfuerzos tanto en mi como en mis hermanos, inculcando en nosotros cada día valores que nos lleven a triunfar como profesionales, pero sin dejar de lado los problemas sociales.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi novia por su paciencia, tolerancia y apoyo, a la Fundación Música Joven por su colaboración, a mi equipo de trabajo por su cooperación y flexibilidad y a toda mi familia por su paciencia y motivación.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. ESTRUCTURACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.1. Descubrimiento de una necesidad	5
1.1.1. La Música Independiente	5
1.1.2. El Movimiento Independiente en Ecuador	6
1.1.3. La Fundación Música Joven	8
1.2. Valoración de la necesidad	9
1.2.1. Música Independiente, nuestra música.	10
1.2.2. Importancia de la fundación para nuestra música	11
1.2.3. La Gestión Cultural de la Fundación Música Joven	11
1.2.4. La comunicación en la Gestión Cultural de la Fundación.	12
1.2.5. Sistema de Comunicación de la Fundación	14
1.3. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA	14
1.3.1. Enunciando el Problema	15
1.3.2. Objetivo General	15
1.4. Formulación Particular del Problema	15
1.4.1. Como se estructura la Fundación	15
1.4.2. Público Objetivo	22
1.4.3. Problemática	25
1.4.4. Objetivos Específicos	26
1.5. Fraccionamiento del Problema y jerarquización	26
1.5.1. Generación de Recursos	26
1.5.2. La Comunicación en la Fundación	27
1.6. Análisis de las soluciones existentes	28
1.6.1. Comparación de canales de comunicación.	29
1.6.2. Internet es el Medio	33
1.6.3. Referente de Comunicación por internet en la Gestión Cultural.	37
2. PROYECTACIÓN Y DESARROLLO	43
2.1. Entendiendo a la Audiencia y sus necesidades.	43
2.1.1. ¿Para quién es el sitio?	43
2.1.2. ¿Por qué la gente visitará el sitio, qué tratan de lograr?	44
2.1.3. ¿Que información necesitan los visitantes?	45
2.1.4. Periodicidad de visita y sitios móviles	45
2.1.5. Conociendo más al usuario	46
2.2. Estructura del Sitio y boletín	48
2.2.1. Mapa del sitio	48
2.2.2. Maquetación del Sitio y Boletín	50
2.3. Diseño de los elementos del sitio	69
2.3.1. Características Generales	69
2.3.2. Elementos	79
2.4. Desarrollo del sistema	103
2.4.1. ¿Como la gente accede a la web?	103
2.4.2. Lenguajes de programación	105
2.4.3. Framework usado para construcción del sitio.	105
2.4.4. CMS Gestor de contenidos	106
2.4.5. Sistema de comentarios	107
2.4.6. Gestor de correos	108
3. IMPLEMENTACIÓN Y RESULTADOS	110
3.1. Optimización en la búsqueda	110

3.1.1. Identificando palabras clave	111
3.2. RASTRO DE ACTIVIDAD EN EL SITIO	114
3.2.1. Analytics: Aprendiendo acerca de los visitantes	114
3.2.2. ¿Cuánta gente está visitando el sitio?	115
3.2.3. ¿Qué están mirando los visitantes?	116
3.2.4. De dónde están viniendo los visitantes.	117
3.3. DIFUSIÓN E INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES	119
3.4. ANALISIS DEL PROYECTO Y EXPECTATIVAS	120
3.5. CONCLUSIONES	121
3.6. RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA	124
ANEXOS	127

INTRODUCCIÓN

Desde nuestro rol de diseñadores, debemos poner al Diseño en función de la sociedad, cuestionando al sistema y proponiendo soluciones alternativas que mejoren las relaciones entre individuos y su entorno.

La importancia del Diseño Gráfico en la sociedad actual radica en su poder de comunicar ideas a través de la imagen, esto se ve potenciado aún más cuando se lo hace a través de Internet. Al diseñar para la web, todo cambia constantemente y el Diseñador tiene que adaptarse, dispuesto a aprender y listo para aceptar el cambio. Se tienen que aceptar, desafiar y manipular las limitaciones de la web.

Diseñar para este medio no es solamente aplicar el diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta temas como navegabilidad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen, enlaces y vídeo.

Los diseñadores tenemos la oportunidad de decidir que es lo que ve la gente y como se comunicará visualmente en el futuro próximo, ya que, el Diseño Gráfico, cada día tiene mayor influencia en la vida diaria de la gente y es nuestro deber, hacer llegar mensajes cada vez más claros y directos, de forma creativa y estética, en un mundo saturado de imágenes.

El Diseño no es una ciencia exacta, no hay leyes que nos digan como debemos hacer las cosas, no hay fórmulas como en las matemáticas; sin embargo, lo que nunca se debe olvidar, es que el ejercicio del Diseño debe seguir una metodología y proponer soluciones.

Lo metodológico, dice Gui Bonsiepe, contribuye al desglosamiento de la complejidad en el Diseño, dividiendo un problema en subproblemas jerarquizados. Esta aproximación científica a la proyectación adquiere su validez en tanto es capaz de organizar los conocimientos gracias a los cuales se hace posible la incidencia concreta en las etapas de diseño. Una organización adecuada permite captar objetiva y no intuitivamente la naturaleza del proceso proyectual. Bonsiepe define la metodología como una guía para el *problem-solver* en un campo específico del *problem-solving*. Esta ayuda a determinar la secuencia, el contenido y los procedimientos específicos de las acciones. (Vilchis, 2002, 119)

Todo diseño se basa en la búsqueda de información relevante que resulte útil en la toma de decisiones para solucionar los problemas. Entender el Diseño como proceso de decisiones implica la localización de criterios adecuados que permitan guiar al diseñador-investigador en las acciones más pertinentes. Diseñar incluye también el alcance racional que tiene como objetivo evitar un comportamiento errante y “dar explicaciones de por qué un proyecto ha llegado a determinadas soluciones y no a otras... fundarse sobre unos argumentos”. (Vilchis, 2002, 119)

Antes de especificar su método, Bonsiepe aporta una tipología de problemas basada en definición de los mismos (bien definido cuando las variables están cerradas, mal definido o estructurado cuando están abiertas), esta clasificación se muestra en clases generales:

Estado inicial definido y estado terminal mal definido.

Estado inicial bien definido y estado terminal bien definido.

Estado inicial mal definido y estado final mal definido.

Bonsiepe afirma que el error más común en los métodos es que la macro estructura (fases principales a través de las cuales pasa el diseñador para resolver un problema proyectual) está bien expuesta y definida, mientras que la microestructura (que-hacer detallado en cada una de las diversas etapas) es un elemento misterioso. (Vilchis, 2002, 120)

Tomando en cuenta lo anteriormente citado, considero que el método de Gui Bonsiepe es el adecuado para este proyecto, porque se enfoca en una de las partes del proceso que otros diseñadores dan por hecho, que es la microestructura del proyecto de Diseño y para esto provee una minuciosa lista de pasos para usarla como guía, evitar el bloqueo mental y los contratiempos en el Diseño. A pesar de que por momentos esta se inclina hacia el Diseño Industrial, como aclara su autor, la metodología no se rige por pasos secuenciales y terminales, al contrario, el proceso de diseño se reformula constantemente.

Para Gui Bonsiepe la metodología de la proyectación se divide en tres etapas que a su vez se dividen en subetapas:

1. Estructuración del problema proyectual (Capítulo I)
 - 1.1. Descubrimiento de una necesidad
 - 1.2. Valoración de una necesidad

- 1.3. Formulación general de un problema
- 1.4. Formulación particularizada de un problema
- 1.5. Fraccionamiento de un problema
- 1.6. Jerarquización de los problemas parciales
- 1.7. Análisis de las soluciones existentes
2. Proyección (Capítulo II)
 - 2.1. Desarrollo de las alternativas
 - 2.2. Selección de las alternativas
 - 2.3. Elaboración de detalles particulares
 - 2.4. Prueba del prototipo
 - 2.5. Modificación del prototipo
 - 2.6. Fabricación de la solución final
3. Realización del Proyecto (Capítulo III)
 - 3.1. Justificación del Problema
 - 3.2. Viabilidad de la Solución
 - 3.3. Consecuencia de la Solución

Se tomará la macro estructura del método de Gui Bonsiepe para darle un orden lógico al desarrollo del proyecto y la micro estructura de la primera parte del método, para el desarrollo del primer capítulo, que es donde se analiza la necesidad, la problemática y el marco referencial.

Para la microestructura del segundo y tercer capítulo se aplica un proceso de Diseño e implementación Web, basado principalmente en la propuesta de John Duckett, complementado con conceptos de Mark Boulton para aterrizar el proyecto en una solución gráfica digital.

La estructura del segundo y tercer capítulo se dispone de la siguiente manera:

2. Diseño y Desarrollo
 - 2.1. Entendiendo a la audiencia y sus necesidades
 - 2.2. Estructura del sitio y boletín
 - 2.3. Diseño de los elementos
 - 2.4. Desarrollo del sistema
3. Implementación y Resultados
 - 3.1. Optimización en la búsqueda

3.2. Rastro de actividad en el sitio

3.3. Difusión e integración con redes sociales

1. ESTRUCTURACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. DESCUBRIMIENTO DE UNA NECESIDAD

Según Bonsiepe, se registra una necesidad insatisfecha de un grupo o una colectividad para la cual el producto a diseñar, será destinado. En este caso La Fundación Música Joven como Gestora Cultural con énfasis en el sector musical independiente.

1.1.1. La Música Independiente

El músico independiente, diseñador y además vocero de la Fundación Música Joven, Edgar Castellanos, en su *blog*¹, relata brevemente la historia de la Música Independiente de la siguiente manera:

En 1942 nace en los Estados Unidos la Broadcast Music Incorporated (BMI) una asociación que representaba a los artistas relacionados con la música de origen afroamericano, llámese blues o folk, como reacción a la censura impuesta por la Asociación de Autores y Compositores de E.E.U.U. (ASCAP) a estos nuevos estilos populares por considerarlos de “mal gusto”, para ser emitidos por la radio. Años más tarde, la nueva tendencia urbana de la época, llamada Rock n Roll, se extiende por el mundo gracias al respaldo de la BMI.

A mediados de la década de los 60, las subculturas² generadas del rock, empiezan a auto organizarse para producir obras alejadas del flujo comercial imperante. Esta tendencia llega a su auge con el movimiento punk que reivindica la auto gestión (do it yourself / hazlo tú mismo), para conseguir objetivos artísticos, políticos y comerciales; difundiendo esta filosofía por todo el mundo, especialmente en Latinoamérica.

El termino “Música Independiente” comúnmente acortado a Música Indie o simplemente “Indie”, es usado para describir Independencia de los principales sellos discográficos comerciales o de sus filiales y un acercamiento al “do it yourself” en cuanto a la grabación y publicación.

¹ <http://www.edgarcastellanosm.blogspot.com/>

² Subcultura: Grupo dentro de una sociedad que también tiene sus costumbres tradicionales, valores, normas y estilos de vida - Hunter y Whitten, Encyclopedia Of Anthropology, P. 374

Se ha llamado música independiente a diferentes géneros, corrientes e intervenciones, por diferentes motivos:

- Cuando el grupo que interpreta ese género no está ligado a circuitos del mercado musical o la difusión sonora o publicitaria.
- Cuando se hace con vocación puramente artística y no comercial.
- Cuando el estilo que toca un artista o un conjunto no parece cumplir los parámetros de ninguna etiqueta de definición conocida o utilizada por la prensa especializada.
- Cuando el sello discográfico encargado de editar las grabaciones o los medios que la difunden (radios, publicaciones...) son de pequeña envergadura o de carácter amateur.
- Cuando todo el proceso artístico está controlado por los músicos y en él no interfieren directrices ni condiciones de departamentos de marketing, compañías discográficas, instituciones o medios de comunicación.

Han sido considerados música independiente el blues, el punk, el reggae, el grunge, el indie rock, el pop, el grindcore, el metal... cuando su eclosión o desarrollo artísticos cumplan alguno de los puntos de esta definición.

1.1.2. El Movimiento Independiente en Ecuador

De igual manera Castellanos relata los acontecimientos que han girado entorno al movimiento independiente en Ecuador.

Durante los años 70, en Ecuador se hacen populares las radios FM, cuya programación principal se basa en música instrumental y programas internacionales de éxitos en inglés. Esto permite la difusión masiva de nuevas tendencias internacionales, como el rock, pero crea un vacío en la difusión de música tradicional. En esta época se realizan los primeros festivales de rock en Quito, tanto en el sector de la Villaflora como en La Carolina.

Durante los años 80 el rock se consolida como la tendencia musical más importante del mundo. En Latinoamérica se populariza el rock cantado en castellano, lo que hace que incluso las radios más conservadoras se atrevan a poner discos de Soda Stereo, Miguel Ríos o Charly García; sin embargo, debajo de este boom mediático se empezaba a generar un movimiento autóctono de características propias.

A finales de los 80, en Guayaquil se forma la primera banda punk-rock del Ecuador "Los Descontrolados". En 1987, en Quito, se inicia la realización del Festival "Al Sur del Cielo" que es un espacio autogestionado, orientado a los estilos más antiguos del rock: Heavy, Metal, Trash, Gótico y Hardcore.

Durante los 90 aparecen algunos programas de radio alejados de las radiofórmulas³ y charts impuestos por las cadenas internacionales. También desde los 90 está instituida "La semana del rock", espacio que dinamiza a las bandas emergentes de los estilos más fuertes.

Los conciertos autogestionados, empiezan a volverse cosa común en ciudades como Quito, Guayaquil y Ambato. Estos consistían básicamente, en convocatorias hechas rudimentariamente con afiches fotocopiados, que invitaban a un concierto en algún galpón inutilizado. Cuando había una tarima era algo especial, ya que por lo general, cada banda tenía que colaborar llevando algún equipo o instrumento.

Las bandas no cobraban y cuando se sacaba algo de dinero, era para pagar los costos del evento y alguna vez para alguien que necesitaba dinero por un motivo urgente. Bajo estos espacios se llegaron a presentar bandas colombianas y peruanas que llegaron al país con más experiencia, dejando un legado combativo de autogestión.

Algunos bares en Quito, empiezan a organizar conciertos pequeños con bandas locales y en plan clandestino, dadas las restricciones legales para hacer eventos. Además, son frecuentes las disposiciones para suspender estos eventos ilegales. La Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador (SAYCE) y la Federación Nacional de Artistas Profesionales del Ecuador (FENARPE), en confabulación con las intendencias de cada provincia, se ensañan con estos eventos y no faltan los funcionarios corruptos dispuestos a aceptar una "ayuda" para permitir la realización de estos conciertos.

Las excusas para suspender los mismos son variadas: escándalo público, incumplimientos de requisitos y garantías, atentar contra la moral, ignorar la reglamentación de SAYCE o FENARPE, etc.

³ La radiofórmula es un término radiofónico que hace referencia a aquellas emisoras de radio que tienen un modelo de programación monotemático.

Esta represión regularizada, obliga a los organizadores y músicos a inventar espacios alternativos para seguir tocando. Así aparecen lugares como “El Sótano” en Quito o “El Sitio” en Ambato, donde se presentan bandas de diferentes géneros a precios bajos y en horarios para menores de edad.

Varias universidades permiten la realización de algún evento estudiantil con la presentación de bandas; sin embargo, son eventos aislados, donde los estudiantes tienen que afrontar los gastos y logística.

Para la llegada del siglo 21, el movimiento rockero nacional se ha establecido y bandas importantes empiezan a hacerse notar fuera del país. A pesar de la seriedad que los músicos, promotores y público dan a la escena, la mayoría de medios de comunicación siguen dando la espalda a esta tendencia masiva, que ha ido adquiriendo una identidad propia.

En estos días las complicaciones para la realización de conciertos son devastadoras, los impuestos a pagar por parte de los realizadores, así como los costos de producción, complican el proceso de profesionalización que los músicos vienen trabajando. Esto, sumado a los escasos espacios de difusión y de locales, ha generado un aletargamiento en las actividades de los grupos, llevando a algunos músicos a dedicarse a hacer bandas de covers⁴ o tocar estilos ajenos a sus gustos.

A pesar de todo esto, la música se sigue generando. Cada vez hay más gente involucrada en estos procesos, y aunque se mantengan preponderantes las tendencias mercantilistas, la ética del rock sigue alentando a la gente a llevar a la música como una forma de vida y no como un vano espectáculo.

1.1.3. La Fundación Música Joven

En el 2003, cuatro jóvenes de Quito, trabajan por sacar adelante la música independiente, ubicar a las bandas en escenarios de prestigio y lograr que los jóvenes se apropien de los espacios públicos, tanto en el norte, como en el sur de la ciudad.

Estos promotores del arte, conforman la Fundación Música Joven en el 2006, una organización sin fines de lucro que lidera el desarrollo de la música juvenil del Ecuador.

⁴ En la música popular, un cover es una nueva interpretación de una canción previamente estrenada comercialmente.

Actualmente llevan 10 años haciendo Gestión Cultural en el ámbito de la música independiente, principalmente, organizando el Quitofest, el evento más importante del país, en relación con estos géneros musicales.

El Quitofest no es el único proyecto que la Fundación tiene planificado, sin embargo ha sido el único al que han dedicado esfuerzos debido a las complicaciones que tuvieron en la recaudación de fondos y la comunicación a sus distintos públicos.

Tomando de los estatutos de la Fundación:

La Fundación tiene como objetivo: el fomento de la cultura en el Ecuador, poniendo especial énfasis en el sector musical; a través de la capacitación continuada de músicos, facilitando la obtención de los elementos de apoyo necesarios para dotar tanto al sector como a los profesionales y artistas de competitividad adecuada.

Para el cumplimiento del objetivo anotado en el artículo anterior la Fundación recurrirá a todos los medios permitidos por la Ley, en especial los siguientes fines específicos:

Promover, estimular, colaborar, participar y/o intervenir de cualquier forma en toda clase de iniciativas, que promuevan y difundan la música popular moderna ecuatoriana.

Instituir el otorgamiento de becas, premios y menciones honoríficas a quienes de cualquier forma se destaquen por sus aportes en alguno de los ámbitos señalados en el artículo precedente; organizando, promoviendo y apoyando la realización de actos para el otorgamiento de esos incentivos.

Podrá también instituir el otorgamiento de becas, premios y menciones honoríficas destinados a estimular la creatividad en el ámbito de la cultura musical popular.

1.2. VALORACIÓN DE LA NECESIDAD

Según Gui Bonsiepe, la necesidad está valorada por su compatibilidad y prioridad con otras necesidades y según la disponibilidad de los recursos. Al llegar a este punto se establece si la formulación general del problema es justificada. La falta de legitimidad de un problema proyectual se verifica según criterios sociales generales.

1.2.1. Música Independiente, nuestra música.

Según la perspectiva tradicional, la “música nacional” consiste sólo en aquella música que consideramos como “propia”, en la medida en que su desarrollo se corresponde con el de la *historia nacional* y que por ello condensa, por así decirlo, nuestra identidad y cultura.

Ciertamente, la música rock no puede ser considerada nuestra bajo ese criterio. Su ritmo, los instrumentos y técnicas de ejecución que se utilizan para tocarlos, su estética en general constituyen, técnicamente hablando, una importación cultural, son originarios de otros lugares del mundo y nos han llegado a través, fundamentalmente, de los medios de comunicación masiva.

Por otro lado, según *Josep Martí i Perez*⁵, comprendemos que:

“Al margen de la historia y las peculiaridades genéticas, una música pertenece a un área sociocultural determinada, cuando tiene relevancia social. Y una música tiene relevancia social cuando posee en la colectividad significados, usos y determinadas funciones” (Martí i Perez, 1995)

De significados, usos y funciones de la música rock y otros géneros que no son de nuestro medio, podemos dar miles de ejemplos, basta por ahora señalar que en el espacio de la ciudad podemos toparnos con música rock de distintas épocas, estilos y orígenes en cualquier lugar, ya sea por ejemplo, los Beatles o Maná. Pero no por ello, por supuesto, decimos que los Beatles o Maná sean música nacional. El hecho relevante está relacionado con la producción local de este tipo de música.

La música de un determinado lugar, decimos, es la música hecha en ese lugar que es todo un contexto sociocultural particular, y hecha por los músicos de ese lugar, que se han desarrollado dentro de ese entorno sociocultural. Si los músicos ecuatorianos se han “apropiado” de ritmos y estilos extranjeros y los han usado para hacer música, entonces, si queremos de verdad comprender “nuestra música”, debemos incluir a toda la música que hacen los músicos locales, y con ello, lógicamente al rock. (Ayala, 2008, pag. 26)

⁵ Joseop Martí i Perez, investigador en el departamento de antropología del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España.

En nuestro país existe un fuerte movimiento musical que gusta del rock y otros géneros y los ejecutan. La producción propia en este campo es abundante (aunque por distintas razones permanece oculta o semi-oculta al ojo público) e involucra a un número importante de personas, primordialmente jóvenes, quienes no se limitan a imitar de forma pasiva un género musical importado, sino que tratan de plasmar en esta música y en sus letras, las inquietudes, sentimientos y aspiraciones que tienen acerca de su futuro personal y colectivo.

1.2.2. Importancia de la fundación para nuestra música

La Fundación Música Joven es la intérprete del sueño colectivo de miles de quiteños y ecuatorianos, de poder contar en nuestro país con una entidad que se dedique al desarrollo de la música independiente.

Esta ha logrado visibilizar todo el movimiento subcultural del país, que mantiene infinidad de actividades, en relación a las culturas urbanas; entre estas podemos enumerar: conciertos, talleres de música, talleres de producción, publicaciones, ocupación de espacios públicos, etc., lo que nos habla de un saludable crecimiento de las escenas autónomas y sobre todo, una actitud incansable en la búsqueda de nuevas formas de entender la dinámica social, con el fin de mejorar la calidad de vida de todos, no sólo de músicos y artistas.

La Fundación pretende crear ambientes de convivencia y aceptación, fomentar la diversidad cultural y musical, promoviendo espacios en los que no se presenten ningún tipo de discriminación, ya sea esta racial de género o social.

La meta es realizar eventos musicales de carácter nacional e influir en el ámbito independiente de otros países, convirtiéndose en un futuro atractivo regional.

1.2.3. La Gestión Cultural de la Fundación Música Joven

El trabajo que realiza la Fundación es Gestión Cultural en el ámbito musical independiente, pero ¿qué es gestión cultural?.

El Gestor Cultural es un mediador entre el consumidor, el creador y el ciudadano, tiene la difícil labor de vehicular actividades, productos y manifestaciones culturales de lógica diversa. Atraer público es una de sus funciones, pero programar en función de la detección de necesidades sociales y ciudadanas es otra. Al mismo tiempo,

también a menudo es su obligación ayudar a crecer, desarrollar y hacer viable un proyecto creativo. No siempre es fácil compatibilizar estas tres dimensiones de la profesión. La misma idea de fomentar la participación en cada una de ellas tiene implicaciones contradictorias. (Bonet, 2005)

Como se mencionó, la Fundación pone énfasis en el ámbito musical, ya que fue conformada por músicos y para músicos. Ellos se han planteado siempre el objetivo de cumplir con sus otros proyectos aparte del Quitofest, sin embargo, no lo han podido hacer debido a su manejo irregular.

La Fundación carece de una estructura organizativa real, los integrantes se dedican a esta por amor a la música, pero no al 100% ya que hasta el momento no es remunerado.

1.2.4. La comunicación en la Gestión Cultural de la Fundación.

En cuanto a la comunicación en la Fundación, existen todas las falencias del mundo dice *Castellanos*, ya que esta se aplica en el momento del Quitofest y “funciona de alguna manera salvable” , pero con la Fundación hay una total ausencia, lo cual es un problema muy grave ya que:

Las empresas, no deberían mostrarse reticentes a hablar. Todo vacío de información será llenado, y es muy posible que no se lo haga con elogios. Una empresa tiene el deber de comunicar. Se lo debe a sus públicos y a si misma. Ha de tenerse en cuenta que toda ausencia de comunicación no es **no-comunicación**, sino **comunicación negativa**. (Scheinson, 2009, pag. 21)

Álvaro Ruiz, director de la Fundación está consciente de la falencia y carencia que tienen en cuanto a la comunicación de la Fundación, aclara que su proyecto principal, el Quitofest posee sitio web y se difunde en parte por este medio, pero se abandona una vez que culmina el evento y se retoma para actualizarlo el año siguiente, unos meses antes del evento.

El difundir el evento durante un tiempo ya no es suficiente, la ciudadanía debe ser partícipe de las actividades que realiza la Fundación durante todo el año, con la retroalimentación de la gente para que estas vayan mejorando.

En las organizaciones culturales se ha avanzado en la gestión económica (infraestructura, programación de servicios y productos, etc.), pero poco en la gestión integral de su comunicación: lograr que los ciudadanos formen parte de la propia organización consiguiendo que lo que se les ofrece sea básico y nuclear para su calidad de vida. (Picart, 2003, pag. 4)

En medio de esta situación, la Fundación debe reenfoque su accionar con un nuevo sistema de acercamiento a su trabajo creando canales de comunicación bidireccional y así estar más cerca de la ciudadanía.

La comunicación cultural es el método de gestión de la propia organización, que sabe que hoy sólo puede funcionar si establece relaciones. Si implica a los ciudadanos, si se implica en sus vidas, en sus deseos, necesidades y retos, que son deseos, necesidades y retos de la propia organización cultural. Sólo es viable la organización cultural comunicativa. (Picart, 2003, pag. 4)

Nos gusta pensar que todo tiempo anterior fue mejor. Esta es una forma de pensamiento que pareciera estar dentro de la autoprogramación del ser humano. Sin embargo, la verdad es que los gestores culturales están en una Era de Oro, donde la tecnología brinda la oportunidad de contar con todas las herramientas que nos pone a su servicio.

“En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconectada, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”. (Cabero, 1998: 198)

Las TICs se desarrollan a partir de los avances científicos producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido,...).

El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda Internet. Como indican diferentes autores, Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre.

Las TICs se vuelven cada vez más indispensables, sea por su capacidad de interrelacionarnos a través de los programas “sociales”, o por medio de bitácoras o blogs, o por programas wiki o de Web colaborativo, o por los medios por venir. De allí es que podemos darnos cuenta que, para todo gestor, estas nuevas tecnologías tienen una importancia capital, pues son herramientas que están al acceso de todos a un costo muy bajo y con una eficiencia ya probada. (Molina, 2009, pag13)

1.2.5. Sistema de Comunicación de la Fundación

A pesar de que los directivos de la Fundación insisten en que no existe dicho sistema, la comunicación de la Fundación existe solamente meses antes del Quitofest y se estructura de la siguiente manera:

- Se contrata a una empresa de comunicación como apoyo en el área de prensa y relaciones públicas 2 meses antes del evento. Esta actúa principalmente en radio, televisión y prensa de clase media como target.
- Se imprimen afiches y volantes para dar a conocer las fechas del evento y las bandas que se van a presentar.
- De igual manera, meses antes del evento, se comunica por las redes sociales las fechas del evento, el lugar y las bandas que van a tocar.
- El sitio del Quitofest se prende pocos meses antes del evento para anunciar las bandas que se van a presentar.
- Además tienen un sitio web llamado tocadass.com el cual funciona a manera de calendario de eventos musicales independientes. El sitio tiene varias secciones de las cuales solo una está actualizada, mientras las otras han sido abandonadas.

Como se puede observar, en la Fundación no existe un sistema de comunicación real aparte de la difusión del Quitofest poco tiempo antes del evento y el sitio de tocadass.com. No existe comunicación por parte de la fundación como tal hacia su público.

1.3. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

Según la información recogida, se describe brevemente el problema, así como la situación esperada después de aplicar la solución, es decir el objetivo general.

1.3.1. Enunciando el Problema

Existe una escasa comunicación por parte de la Fundación hacia su público, por falta de una estructura organizativa de la misma. El accionar de la fundación ha inclinado todos sus esfuerzos a difundir su evento estrella el Quitofest por la presión de la realización del festival, dejándose de lado a si misma y a la ciudadanía.

El desgaste al que se han visto expuestos al momento de recaudar fondos para la realización del festival, ha provocado que la comunicación se de únicamente con el Quitofest y apenas durante los 3 meses previos al evento, abandonando todo tipo de comunicado a su público el resto del año.

1.3.2. Objetivo General

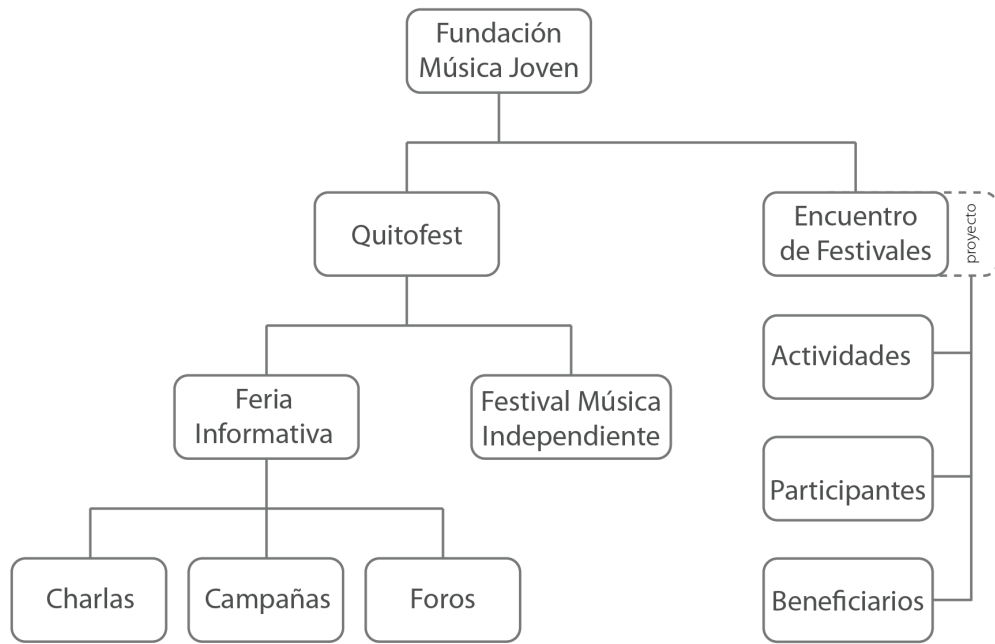
Generar mejores oportunidades de comunicación para los músicos independientes, diversificando el público que asiste a los eventos de la Fundación Música Joven además de fomentar la participación de los mismos, estableciendo medios bidireccionales para generar debate sobre las necesidades y retos culturales.

1.4. FORMULACIÓN PARTICULAR DEL PROBLEMA

Se describen las partes del problema así como lo que el diseñador puede o no controlar. Este es un espacio de decisión, en el interior del cual debe hallarse la solución proyectual.

1.4.1. Como se estructura la Fundación

El Quitofest existe desde el 2003 y debido al éxito obtenido desde entonces, nace en 2006 la Fundación Música Joven. En 2008 se integra al Quitofest, la Feria Informativa y de actividades, como responsabilidad social del festival. Este un espacio netamente juvenil, en el cual, mediante conferencias, promoción y difusión, se brinda información sobre temas de responsabilidad social relacionada con la juventud.



Además de esto, la Fundación tiene como proyecto a futuro realizar en Quito, el Encuentro de Festivales y Programadores Musicales de Ecuador y Latinoamérica.

A continuación se detallan los proyectos de la Fundación.

1.4.1.1. El Quitofest

Quitofest es el Festival Internacional de Música Independiente que se desarrolla por diez años consecutivos desde 2003. El mismo se constituye como el evento musical masivo más importante de la ciudad, destinado principalmente a la juventud.

El proyecto representa la oportunidad de que Ecuador tenga un festival de música y que se consolide en el tiempo, ofreciendo a la ciudadanía una oferta cultural musical amplia y diversa. El Festival es una alternativa para todos los ecuatorianos, aprovechando al máximo el espacio para la muestra de la cultura juvenil, sus necesidades y demandas.

El Festival abarca música alternativa contemporánea, siendo esta una de las subculturas juveniles que han experimentado un mayor crecimiento en Ecuador, tanto en la creación, con alrededor de 200 bandas con menos de 5 años de existencia sólo en la ciudad de Quito como en el consumo, con el surgimiento de nuevas salas y espacios para la muestra de este trabajo.

El Festival se lo realizaba en un único escenario instalado en el parque Itchimbía, sede oficial del Festival hasta el 2012. A partir del 2013, el evento se lo realiza en el Parque bicentenario (antiguo aeropuerto).

El Quitofest es un festival de música contemporánea, que se enmarca en un ámbito cultural musical diverso, construyendo un espacio en el cual diversos grupos musicales comparten un ideal común. El Quitofest es miembro fundador de la Red de Festivales de Latinoamérica, conjuntamente con Rock al Parque y Altavoz de Colombia, Istmo Rock de Panamá, Festival Nuevas Bandas en Venezuela, RecBeat de Brasil, entre otros.

El Festival cuenta con una diversidad de géneros musicales, como rock, ska, hip hop, funk, reggae, hardcore, metal, entre otros; con bandas internacionales con experiencia, presencia y nombre; así como bandas nacionales que demuestran un trabajo real a lo largo del año, o bandas legendarias de gran aceptación: todas independientes.

El Festival es gratuito, garantizando el acceso mayoritario de personas sin importar su nivel social o económico.

1.4.1.2. Feria Informativa Social y de Actividades

En un espacio netamente juvenil, mediante conferencias, promoción y difusión, se brinda información sobre temas de responsabilidad social relacionada con la juventud, a través de la participación activa de los colaboradores que utilizan el espacio para realizar actividades y tratar temáticas como: prevención del VIH/SIDA, equidad de género (Machismo y Violencia contra la mujer), migración, inclusión social, seguridad ciudadana, derechos humanos, oportunidades laborales y derechos juveniles, entre otras, mediante la comunicación directa con los asistentes.

Entidades Participantes y Colaboradoras

El Quitofest se realiza cada año gracias a la colaboración y confianza de instituciones que comúnmente participan y de nuevas que ven al festival como una fortaleza para difundir, promocionar, capacitar e inclusive investigar en temas relacionados con la juventud, sus necesidades y derechos, todo dentro de un marco amplio de responsabilidad social.

Es así que el Palacio de Cristal, del Centro Cultural Itchimbía es el escenario para la Feria Informativa, Social y de Actividades, en donde las entidades hacen partícipes al público de su trabajo, en un ambiente lúdico e interactivo.

Actividades y Servicios

Las instituciones y organizaciones que colaboran en el Festival tienen su lugar para compartir, en un espacio real y comprometido, con el público asistente. Estas actividades no solamente engrandecen el impacto que tiene el Quitofest sobre la población, ya que deja de ser un simple concierto y se convierte en un Festival, sino que son oportunidades únicas para estas organizaciones para tener un contacto más cercano con quienes trabajan, en un campo fértil.

Cada año se promocionaron las campañas de:

- “Tiempo de vivir mi sexualidad” prevención del embarazo adolescente, a cargo del Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, Ministerio de Salud, MIES – Dirección de la Juventud y Ministerio de Educación.
- “Quito verde y limpio”, sensibilización de buenas prácticas ambientales, a cargo de la Secretaría de Ambiente.
- Campaña para promocionar “Toma el agua de Quito” a cargo de la Empresa Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento.
- Campaña Para La Recolección, Reciclaje de la Basura a cargo del EMASEO
- “Día internacional de la juventud, 12 De Agosto”, Dirección de la Juventud – MIES.
- Campaña “Somos Cultura” a cargo del Ministerio de Cultura.
- “Yo rockeo la diversidad” a cargo del Sistema de Naciones Unidas.
- Hazte oír, pon fin a la discriminación y año Internacional de los afro descendientes.
- Latinoamérica, Únete para poner fin a la violencia contra las mujeres.
- Convivir en solidaridad.
- Año internacional de los voluntarios.

El Festival no es dueño de ninguna banda o artista, sino que cumple con el rol de facilitador y se pone a disposición de las bandas toda la información de los colaboradores, a fin de que artistas de renombre se unan a las diferentes causas y las apoyen, dando así un buen ejemplo de participación activa en fines sociales.

Dentro de estos acercamientos con los artistas, varias instituciones tienen la oportunidad de conversar directamente con las bandas para exponerles claramente sus causas, así como para entregarles material informativo, diversos presentes y para realizar soportes promocionales y videos de compromiso con las diferentes iniciativas.

1.4.1.3. Encuentro de Festivales Musicales de Ecuador y Latinoamérica

El Festival internacional de música independiente Quitofest lo organiza la Fundación Música Joven, la cual pertenece, desde el 2007, a la Asociación para el Desarrollo de la Industria de la Música Iberoamérica (ADIMI), organización que agrupa a los más importantes festivales y empresas culturales musicales de la región.

Los miembros de ADIMI son:

- Festival Rec Beat y Abrafim Red (Brasil)
- Mercado Cultural de Bogotá, Festival Rock al Parque, Festival Altavoz de Medellín (Colombia)
- Quitofest y Festival FFF (Ecuador)
- Festival Territorios Sevilla, Mercado de Música Viva de Vic, Circuito de pop rock de Andalucía (España)
- Panamá Rock (Panamá)
- Festival Nuevas Bandas (Venezuela)
- Rock en el Parque (Perú)

Cada año la Asociación procura reunirse y generar un foro en el que se determinan los pasos a seguir, buscar nuevos asociados y nuevas oportunidades de intercambio y cooperación entre los miembros, además de intercambiar experiencias mediante charlas, conversatorios o talleres abiertos al público y a la comunidad cultural de la ciudad sede de los encuentros.

ACTIVIDADES PROPUESTAS

Rueda de Negocios

La rueda de negocios es un evento dentro del encuentro que implica un contacto directo entre la banda o artista y el programador.

Dos meses antes del evento se abren las inscripciones para las bandas que quieran asistir a la rueda. Los requisitos para poder hacerlo son al menos tener una producción discográfica de calidad, lo que sirve como carta de presentación para cada uno de los programadores.

El día de la rueda se adecúa un espacio con sillas y mesas de trabajo para cada uno de los programadores tanto nacionales como internacionales invitados al encuentro; el mismo que dispone un cara a cara de 5 minutos por cada banda asistente para que pueda presentar su trabajo discográfico o audiovisual, y aprovechar la oportunidad para tener el contacto directo para una posible contratación en un futuro en los eventos que representan.

De la misma forma y en el marco de la reunión de ADIMI se procura llegar a acuerdos entre los diferentes festivales, que se traducen en intercambio de bandas o artistas, difusión musical en los diferentes países, realización de otros eventos que sirvan de vitrina para los músicos en otros países, garantizando una distribución real de las producciones musicales.

Charlas, Talleres y Foros

En la actualidad se vuelve urgente que toda la gente relacionada con la música, sean gestores, músicos o productores, estén expuestos a nuevos espacios de discusión donde se aborden diferentes temáticas. Tanto a nivel de técnica musical como en problemas de difusión y negocios.

Los cambios que están sucediendo a causa de internet han provocado temor en la industria discográfica y ha abierto nuevas posibilidades en los ámbitos de negocios relacionados con la música. Por otro lado el efecto de la globalización ha desembocado en la homogenización del consumo cultural. Por lo que aparecen nuevas vanguardias artísticas que se resisten a la masificación.

Mientras más pronto se discutan estos temas más rápido se encontrarán soluciones para los nuevos problemas que enfrentan el músico y el negocio de la música en nuestro país y el mundo.

Charlas y Conversatorios

- Experiencia en la realización de Festivales
- Estrategias de mercadeo para la internacionalización de músicos

- El estado y programas de emprendimiento cultural
- El Modelo “de 360 grados” y nuevas formas de negocios.
- El videoclip como herramienta de promoción.

Foros

- Gestión de eventos y conciertos (gestores locales)
- El futuro de la industria musical (gestores y músicos)
- Música independiente e Internet (promotores y músicos)
- Propiedad intelectual (músicos)
- La música pop y el fin de una era (músicos, empresarios, público en general)
- Qué es la música ecuatoriana (público en general)
- El Rock y las drogas (público en general)

Talleres prácticos

- Organización de eventos y legislación (empresarios, promotores y gestores)
- Introducción a la música rock (principiantes)
- Introducción al Hip Hop (principiantes)
- Clínica especializada de batería (avanzados)
- Uso del Estudio de grabación como instrumento (avanzados)
- Sonido de Conciertos en vivo (Sonidistas)
- Masterización de audio (Sonidistas)

Participantes:

- 2 Colombia: Altavoz y Rock al Parque
- 1 Venezuela: Nuevas Bandas
- 1 Panamá: Festival Verde de Cultura Musical
- 2 México: FMX y Vive Latino (intolerancia)
- 2 Argentina: Bafim y Eduardo Roco
- 1 Perú: Rock en el Parque

Beneficiarios:

Con este ciclo de foros, talleres y la Rueda de Negocios se abre un espacio de beneficio para músicos, empresarios, managers, promotores, gestores culturales, sonidistas, videastas y

también para un público amplio pendiente de un nuevo proceso cultural que refresque y afecte de manera positiva a toda la comunidad y a la cultura actual de la ciudad de Quito.

Resultados:

Con la realización del encuentro se espera:

Brindar la oportunidad a las bandas y artistas ecuatorianos de tener un contacto directo con programadores y organizaciones que se dedican a la producción de eventos musicales alrededor del continente.

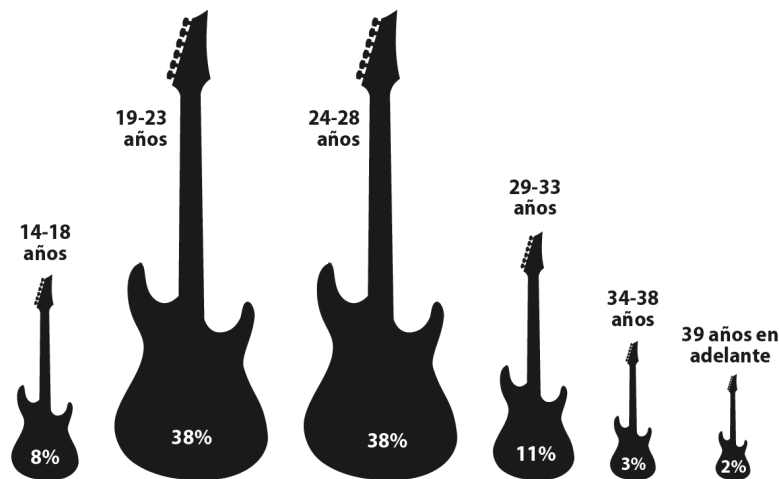
Los programadores ecuatorianos invitados tienen la oportunidad de conocer cómo se realizan eventos y festivales en ciudades como Quito, Bogotá, Lima, Medellín, Panamá, Caracas, México entre otras.

El público y los programadores tendrán un aprendizaje mediante foros, charlas o talleres acerca de cómo se concibe el negocio música en las diferentes realidades latinoamericanas, teniendo la oportunidad de aplicarlas localmente en su realidad geográfica.

1.4.2. Público Objetivo

1.4.2.1. Los Músicos y las bandas independientes

El fenómeno independiente está inevitablemente identificado con la “juventud” o los “jóvenes” de varias maneras. De acuerdo con la forma del análisis de Pablo Ayala Román, se sabe que no tiene que ver tanto con una cuestión de la edad concreta sino con una identidad colectiva a partir de una ruptura generacional, es decir, con “la juventud” como fenómeno, no con los jóvenes concretos.



Distribución de los integrantes de las bandas por edades

Elaborado con los datos obtenidos de 200 músicos
(Pablo Ayala R. y Alexandra Pabón - El Mundo del Rock en Quito)

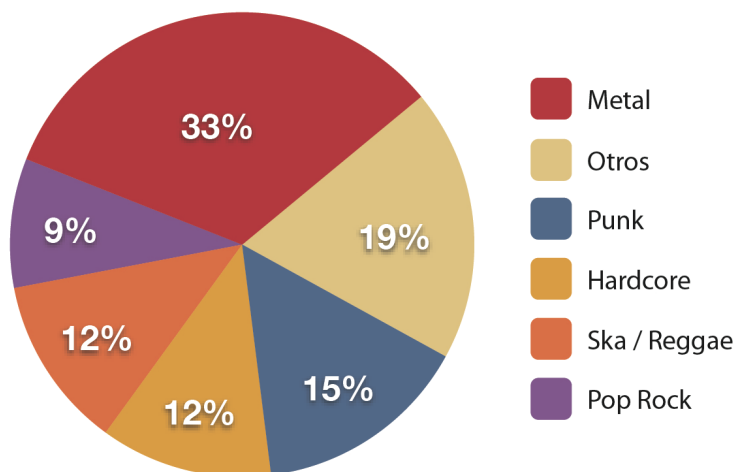
De acuerdo con los datos obtenidos de numerosas fuentes (fundamentalmente entrevistas realizadas para su investigación y entrevistas publicadas por otros medios) del estudio de Pablo Ayala, salta a la vista el hecho de que la inmensa mayoría de los músicos (el 95% aproximadamente) que forman parte de las bandas actualmente activas se ubican dentro de un rango de edad que va desde los 14 a los 33 años.

No se puede tomar los datos estadísticos como un reflejo absoluto de la realidad, por lo que es de suponer que este gráfico no representa la realidad de la composición etaria del mundo independiente de Quito. Sin embargo, se puede obtener de él una idea general bastante clara.

La práctica musical independiente en la ciudad de Quito está fundamentalmente concretada entre el rango de edad que va desde los 19 a los 28 años, lo cual representa el 76% de la totalidad del universo del estudio.

Podemos encontrar manifestaciones de diferentes géneros y estilos, a los cuales no se les ha permitido ingresar al mercado musical formal al no ser difundida su música ni financiada, por no contar con el apoyo efectivo de empresas o medios de comunicación.

Con el afán de dar una vista panorámica sobre la diversidad de estilos, en la producción de música independiente en la ciudad de Quito, Ayala en su estudio, ha elaborado un gráfico que resume la distribución de las bandas por géneros.



Clasificación de las bandas por géneros

Elaborado con los datos obtenidos de 108 bandas
(Pablo Ayala R. y Alexandra Pabón - El Mundo del Rock en Quito)

Como se puede observar en el gráfico, la tendencia que predomina en la producción independiente local es el metal. Dentro de esta categoría se han incluido todas las bandas que producen metal en cualquiera de sus formas: heavy metal, death metal, thrash metal, black metal, doom metal, etc.

1.4.2.2. Caracterización de la población objetivo

La fundación pretende ofrecer a la mayoría de la población juvenil oportunidades de conocimiento en ambientes seguros y sanos, por eso se dirige a jóvenes de todos los niveles socioeconómicos, como un mecanismo claro de inclusión social, buscando crear espacios de convivencia y tolerancia entre los jóvenes de la ciudad y del país.

El público está conformado por hombres y mujeres de entre 13 y 40 años, siendo su principal segmento de 17 a 20, de la ciudad de Quito principalmente, tanto del sur como del norte, aunque por el carácter nacional e internacional de los grupos, se ha identificado concurrencia de público de otras ciudades del Ecuador y de países cercanos como Colombia y Perú.

1.4.3. Problemática

Como se había mencionado al enunciar el problema, la Fundación carece de una estructura organizativa, la figura de Fundación se implementó porque se necesitaba un asidero legal para poder funcionar. La fundación debería tener una estructura más potente a nivel organizativo y eso derivaría necesariamente en un aparato de comunicación porque básicamente eso sería el trabajo de la Fundación.

La Fundación como tal, quiere ser reconocida y ampliada a nivel de organización y de su comunicación, ya que mucha gente conoce el Quitofest pero no conoce quién esta detrás de este gran evento.

La principal falencia de la fundación a nivel comunicacional, es el mal uso de su página web que es el principal medio de comunicación actualmente. La falta de redes sociales es un problema al tratar de comunicar lo que hace la Fundación. La Fundación hace uso de redes sociales pero como se dijo, solamente 3 meses antes del Quitofest.

Esta falencia, se ve también a nivel generacional ya que los jóvenes de hoy reciben la mayoría de las noticias vía Internet, lo que hace difícil captar su atención.

También existen problemas dentro de la Fundación para aceptar el avance del Internet, siguen pensando que es un medio ineficaz y difícil de mantener, esto causa que las personas tengan cierta ambigüedad y no estén dispuestos a aceptar el cambio de los medios de comunicación que actualmente utilizan.

Un gran problema, también es el hecho que la fundación no tiene a una persona que se encargue al 100% de su comunicación, lo que provoca que se haga únicamente cuando hay el Quitofest pero para la fundación no se aplica.

Es por esto que la Fundación necesita implementar una nueva estructura organizativa y eso implica establecer una comunicación por medio del Internet con sus públicos.

En conclusión, los directores de la Fundación saben que de tener el Internet como medio de comunicación principal, es decir, un sitio Web 2.0, redes sociales, correos y demás se generarían muchos otros tipos de beneficios para la Fundación.

1.4.4. Objetivos Específicos

- Promover y socializar a la Fundación y sus eventos a través de un sistema Web 2.0 como eje principal de comunicación entre la Fundación y su público.
- Dar a conocer a La Fundación mediante otros proyectos aparte del Quitofest para que esta tenga reconocimiento propio.
- Generar en la sociedad una cultura de aceptación por parte de la gente que no asiste a estos eventos, comunicando las diferentes actividades que se realizan.

1.5. FRACCIONAMIENTO DEL PROBLEMA Y JERARQUIZACIÓN

La complejidad del problema queda reducida a problemas parciales que pueden resolverse con independencia el uno del otro.

1.5.1. Generación de Recursos

Cada año, la fundación lucha para recaudar fondos para la realización de su evento estrella el Quitofest. La realización del mismo depende del monto financiado a través de convenios y participación de entidades.

En unos casos mediante el pago directo a empresas ofertantes de bienes y servicios necesarios para la realización del Festival. En otros, mediante convenio de entrega de fondos a la Fundación para que esta pueda realizar los pagos a las empresas ofertantes de bienes y servicios necesarios para la realización del Festival. Y mediante alianzas con instituciones prestando sus servicios a manera de canje.

Cabe destacar la gran confianza que la Fundación, y por ende el Festival, ha desarrollado con sus colaboradores: prueba de ello es el tiempo en que una gran parte de estas organizaciones trabaja con la Fundación, la mayoría con más de 5 años de aportaciones económicas y, lo más importante, con participación activa.

Sin embargo, la falta de institucionalidad en algunas entidades hacen que cada año sea como un volver a empezar: rotación de empleados y funcionarios que no conocen a plenitud el trabajo ya desarrollado entre la institución a la cual representan y el Quitofest,

cuando ya desde años anteriores los funcionarios de turno se han convencido que es un espacio libre y fértil para desarrollar planes y estrategias de comunicación, investigación, promoción, difusión y consolidación de conceptos de cada una de las instituciones.

Es importante recordar que el Quitofest, al no tener una inclusión -no por obligación sino por operatividad- en los presupuestos anuales de cada institución, que igual participan en el Evento, o en el Plan Operativo Anual (POA), por diferentes cambios de políticas internas institucionales, cambios de personal o voluntades políticas, dificulta la realización de verdaderos convenios de cooperación y beneficio mutuo, y hace cada vez menos funcional y operativa la realización del Festival.

Los fondos recaudados por la fundación se destinan únicamente para la organización del Quitofest, lo que les obliga a posponer proyectos que tienen pendientes desde que se inició la Fundación.

A pesar de los problemas a los que se han visto expuestos los miembros de la Fundación para la generación de recursos y en la parte de la comunicación, han aprendido a hacerlo de una u otra forma, prueba de esto es que el Quitofest se ha convertido en el Festival de Música Independiente más grande del país, logrando traer al país bandas reconocidas internacionalmente, tomando en cuenta el alto costo que esto representa.

1.5.2. La Comunicación en la Fundación

Donde verdaderamente se han descuidado es en su comunicación, como se mencionó anteriormente. Existe una total carencia de comunicación de la Fundación, asegura Castellanos, es decir, la gente ni siquiera sabe qué entidad organiza el Quitofest y es muy probable que el Municipio se lleve los créditos del evento. Es cierto que el Municipio le da el apoyo a la fundación, pero esto no quiere decir que se encargue de esta enorme organización.

Por el éxito obtenido en las once ediciones del Quitofest, la Fundación se ha centrado en este, dejando de lado el resto de proyectos que tienen planificados desde un principio y ha descuidado, por completo, todo tipo de comunicación de sí misma.

Además la gente desconoce que junto con el Quitofest, está la Feria de Responsabilidad Social en la que existen charlas que tratan temas de relevancia social.

El problema está en la falta de inclusión y participación de los ciudadanos, según Picart:

La comunicación empieza por colocar a los ciudadanos –sus deseos, necesidades y retos culturales– en el corazón de la toma de todas las decisiones de la organización y sus servicios y productos. Son las organizaciones culturales relacionales, las del tú a tú con los ciudadanos, las que tienen éxito y consiguen que éstos estén encantados con ellas. El futuro está en volverse imprescindibles para el ciudadano, cómplices. (Picart, 2003, pag.9)

Dentro de este contexto, las TICs se vuelven cada vez más indispensables, sea por su capacidad de interrelacionarnos a través de los programas “sociales”, o por medio de blogs, o por programas wiki o de Web colaborativo, o por los medios por venir.

No importa el tamaño de una actividad cultural, las organizaciones culturales, deben buscar llevarla a los medios de comunicación, antes, durante y después de su realización, pues lo que no se comunica simplemente parece no existir. (Molina, 2009, pag.18)

Las actividades culturales en general, llegan pobremente a la ciudadanía, debido a la poca importancia que se le da a la comunicación, cuando se debería entender que la comunicación no es secundaria, más bien es primaria ya que:

La falta de recursos no debe ser un limitante, se debe buscar todas las vías que las TICs ponen a su disposición, usando una mezcla de medios virtuales como los programas de redes sociales, para lograr sus fines. (Molina, 2009, pag. 18)

1.6. ANÁLISIS DE LAS SOLUCIONES EXISTENTES

En vista de la inexistencia de un sistema de comunicación en la Fundación la interrogante es cómo aportar desde el Diseño y por dónde empezar?

¿Como Transmitir el mensaje?

IMPRESO	DIGITALES
Boletín Interno	TV
Carpetas	Website
Posters	Mailing
Revistas	App
Informes anuales	Revista Digital
Señalización en eventos	Cd interactivo

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO
Ambrose y Harris

1.6.1. Comparación de canales de comunicación.

El mensaje y el canal de comunicación son el centro neurálgico del proceso de comunicación: qué se comunica y a través de qué canal se comunica. La falta de recursos no debe limitar al gestor, este debe buscar todas las vías de comunicación que tiene a su disposición.

El Mensaje

El mensaje es la información que se transmite y consiste en una serie de signos que es lo que el emisor debe interpretar.

El Canal

Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica.

Feedback o Retroalimentación

Además del mensaje y el canal, está la retroalimentación, que tiene lugar cuando el receptor recibe el mensaje y responde al emisor. La retroalimentación es la respuesta del receptor al emisor y tiene una serie de características:

- Útil: para enriquecer la información del emisor.
- Descriptiva: para que sea eficaz.
- Específica: de manera que indique la comprensión del mensaje.
- Oportuna: en el lugar y contexto adecuados.

Según Picart, la retroalimentación es sumamente importante. Hay que establecer un sistema de *feed-back* constante para evaluar el impacto de la comunicación.

Para decidir el medio por el cual se actuará, se establecerán ventajas y desventajas entre los medios por los cuales se establece comunicación entre la Fundación y su público, según los criterios mencionados previamente.

Los diferentes medios de comunicación tienen diferentes puntos fuertes y débiles, desventajas, ventajas y costos.

Una estrategia efectiva de comunicación por lo general utiliza una mezcla de por lo menos 2 o 3 tipos diferentes.

La elección de los canales de comunicación y el formato, dependen de:

1. Su presupuesto
2. Los mejores canales de comunicación para un público específico (s) y
3. ¿Cuanto durará la intervención de comunicación?
4. Y lo más importante que es fomentar la participación genuina de comunicación para el cambio social.

Ventajas y Desventajas de los diferentes tipos de medios

Medio	Potencial para participación y Comunicación bidireccional	Público Objetivo	Ventajas	Desventajas
1. Anuncios de Televisión	- Comunicación en masa, puede llegar a mucha gente - Alto nivel	- Público en general. - Puede ser adaptado a públicos específicos	- Amplio alcance - De alto status y es percibido como un medio de credibilidad. - Visual y auditivo (puede ser escuchado y visto por las audiencias). - Bueno para mensajes	- Es costoso. - Los programas no siempre son vistos en las horas indicadas. - No todas las personas tienen televisión. - No hay programas en donde las personas interactúan

			simples y publicidades cortas. - Ayuda a generar interés, consciencia y entusiasmo.	excepto en los shows en donde deben realizar llamadas telefónicas o mensajes.
2. Anuncios de Radio	- Comunicación en masa, se da el mensaje a más personas. - Alto nivel	- Es para audiencias seleccionadas y específicas.	- Medio y alto alcance. - De alto status. - Bueno para mensajes simples y slogans cortos. - Puede ayudar a generar interés, consciencia y entusiasmo.	- Los programas no siempre son convenientes a las horas que se postulan. - No es visual
3. Shows de Radio con llamadas telefónicas	- Comunicación en masa, se da el mensaje a más personas. - Alto estatus	- Es para audiencias seleccionadas y específicas.	- Medio y alto alcance. - De alto status. - Es un espacio donde se permite la retroalimentación, críticas y opiniones de los radio-oyentes.	- No es tan costoso comparado con la Televisión. - Los programas no siempre tienen los mejores horarios.
4. Anuncios en Periódicos	- Poco espacio para participación o tiraje, excepto las columnas del editor o las columnas de opinión del escritor.	- Literalmente pública.	- Alto estatus. Puede ser revisada y leída las veces que sea necesario.	- El público en general ya no lee. - Se necesita de una buena literatura. - No es tan profundo como la Televisión o la radio. - La publicación depende del editor.
5. Publireportajes en periódicos	- Poco espacio para participación, pero promueve a que se use para beneficio de las personas que pagan para publicar sus artículos.	- Público alfabetizado	- Se hace visible como información pagada. - Status medio. - Puede ser revisado y releído.	- Lo mismo que un periódico pero con un costo más alto.
6. Internet, Sitios Web y blogs.	- Se necesita ser competente en informática, pero por lo demás un gran potencial para la participación a través de blogs, boletines, redes sociales, sitios web.	- Público alfabetizado - Los boletines electrónicos y las redes pueden ser puestas a punto para audiencias particulares / clientes, tales como los medios de comunicación directamente	- Se obtiene información no solo local, sino global. - La juventud considera que el Internet es el medio más confiable hoy en día. - De alto status. - Los servidores resultan poco costosos. - Se establecen links que ayudan a encontrar otras páginas. - Se puede crear páginas en sitios existentes.	- Se necesita de computadores o dispositivos móviles para tener acceso a internet. - Los servidores y las páginas requieren de un mantenimiento habitual, además de alguien que provea ayuda técnica.
7. Teléfonos móviles y mensajes de texto	- Gran potencial de comunicación directa, además de ofrecer recordatorios y ser un medio poco costoso.	- Públicos específicos, adolescentes en particular.	- El mercado crece, sobre todo en áreas rurales. - Bajo costo de los mensajes. - Medio muy popular.	- Los mensajes de texto deben ser cortos. - Es mejor si está anclado a otros esfuerzos comunicacionales.
8. Posters	- No hay respuesta inmediata, no se puede probar a menos que se haga un proceso de participación.	- Puede ser para públicos generales y específicos.	- Puede brindar mensajes cortos y publicidades. - No es necesariamente costoso y puede ser creado dentro de su propio hogar.	- Requiere de atención visual. - Es mejor para mensajes cortos y slogans.
9. Brochures	- No existe retroalimentación, a menos que se realice sesiones de grupo o concursos.	- Puede ser para públicos generales y específicos.	- Puede dar más información que los posters, bueno para que la información esté estructurada. - No tiene altos costos.	- Es limitado para quien se lo distribuye. - Requiere de atención visual.
10. Hojas informativas y	- No hay forma de retroalimentación.	- Públicos en generales.	- Puede ser distribuido luego de reuniones, en	- Información limitada, y de temas específicos.

volantes

11. Boletines impresos

12. Videos demostrativos.

16. Stickers de publicidad (para autos)

17. Vallas publicitarias

19. Agendas, calendarios y almanques

20. Historietas o libros para colorear de niños.

21. Artículos promocionales, camisetas, gorras, maletas.

23. Slogans de campañas

			<ul style="list-style-type: none"> - supermercados. - Puede ser enviado a las personas por mail. - Es barato si se lo hace en blanco y negro, o en un papel de bajo presupuesto. - Las correcciones son rápidas. - De bajo costo. - Puede desarrollarse en la comodidad de una casa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hechos cortos o consejos cortos.
<ul style="list-style-type: none"> - No hay potencial de retroalimentación, a menos que se hagan cartas conjuntas, ahí pueden ser de gran efectividad y de gran promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Públicos generales y específicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Da más información que posters o trípticos. - No es costoso si se hace dentro de la casa. - Es un buen método para comunicar logros. - La credibilidad es grande, más aún si se hace cartas conjuntas en donde miembros de la comunidad participen. - Puede elaborarse e imprimirse dentro de la casa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación limitada. - Requiere atención visual. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Retroalimentación y el cuestionamiento, se van resolviendo en la presentación y aprendizaje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercados específicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Puede ser pausado y repetido las veces que sean. - Todas las personas tienen al menos un VHS. - De alto status. - El equipo es de fácil uso y se puede guardar fácilmente. - Pueden grabar antes, durante y después de la presentación. - Puede ser repetido inmediatamente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Requiere de equipos de alto costo así como de edición. - Necesita un soporte de materiales de impresión. - Puede ser usado en exceso cuando otros métodos pueden ser más apropiados - Puede incurrir en otros gastos. 	
No hay participación.	Público en general y audiencias.	Es usualmente atrayente. No todas las personas pegan los stickers en sus autos.	El mensaje debe ser corto y llamativo.	
No hay participación.	Público en general y audiencias específicas.	Bueno para un mensaje o frase. Permanente dependiendo de en donde esté ubicado. Visible.	Muy costoso. Después de un tiempo las personas no les prestan atención.	
Puede ser llamativo si un grupo grande participa.	Públicos generales y específicos.	Altamente popular. Incluye información y consejos.	Altamente costoso, sobre todo si la impresión es a color.	
Puede ser útil para las actividades de los niños, pidiendo la opinión de los niños y las actividades. Interactivo y dinámico para los niños.	Niños, escuela.	Están diseñados, por diseñadores gráficos. Las impresiones pueden ser baratas.	Ediciones ilimitadas.	
Es dinámico, y más aún cuando las personas los usan y les gustan.	Madres de familia, compradores, consumidores.	Considerablemente barato. La gente reconoce y le gusta esa clase de servicios.	Es altamente costoso, y puede ser generado, entre empresas o aliados.	
Se hace un esfuerzo para que la gente participe.	Público en general.	Es de bajo costo, puede inclusive ser gratis. Se unifican las ideas y los materiales en un solo concepto.	Se puede generar ideas, o un slogan que no sea creativo o que no llame la atención. Se requiere de un esfuerzo conjunto, organización y promoción.	

27. Muros	Puede ser altamente educativo, si se lo hace de la manera adecuada. Si se lo hace en lugares vistosos, el mensaje llega a todas las personas.	Público en general, en especial jóvenes y niños.	Se hace buen uso de los espacios que usualmente nadie toma en cuenta.	Requiere permisos de distritos o de municipios para poder hacer uso de estos espacios considerados públicos.
------------------	---	--	---	--

Traducción de “Developing Communication Strategy Advantages and Disadvantages of Different Types of Media” de The University Of The West Indies. Encuéntrese cuadro original en (<http://63.175.159.26/~cimh/cami/files/PUBCOMM/PresK11/PDF/Media%20Matrix.2.pdf>)

1.6.2. Internet es el Medio

Lo importante de Internet es que permite al ciudadano interactuar directamente con la organización cultural, ya sea solicitando información o realizando transacciones informativas, de compras, de afiliación, de crítica, de propuestas, etc. Para estar en la red se requiere una información atractiva, actualizada, sugerente y ágil –sin largos y pesados textos– acompañada de imágenes. Internet tiene su propio lenguaje.

El público de Internet comprende, básicamente, ciudadanos de entre 15 y 45 años y de clase media-alta. Pero el crecimiento es rápido e imparable. El número de visitas, de páginas consultadas, de transacciones, de participación en fórums, peticiones de información, etc., facilita el control de su efectividad. (Picart, 2003, pag.38)

Si bien es cierto que este es un espacio que puede servir para la promoción de los talentos que participan en la actividad, lo principal es promover la actividad. En estos espacios se debe dar preferencia a las informaciones relacionadas con el acceso, ubicación, medios de transporte público y privado, información y venta de las entradas, en un segundo plano se puede promover la institución, el gestor, los talentos y por supuesto, los patrocinadores.

El Internet es el motor del cambio, pero el Internet también está cambiando, en continua evolución; el futuro no está totalmente claro, el límite parece no existir; entre las nuevas realidades se encuentra el Web 2.0⁶, sistema que ha cambiado la forma en que las personas se relacionan a través del Internet. El Web 2.0 nos presenta un crisol de oportunidades que los gestores culturales tenemos que usar

⁶ El término **Web 2.0** fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

para una labor acorde con las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones conocidas como TICs. (Molina, 2009, pag.22)

En lo que se quiere hacer hincapié es en el Diseño de un sitio Web 2.0, un formato que además de ser sumamente económico, tiene ventajas en cuanto a funciones y a actualización.

Hay que recordar que este es un medio no sólo para presentar el evento; es el vínculo entre los cibernautas y la actividad. Muchísimas importantes actividades culturales carecen de este tipo de herramientas y las que las poseen en ocasiones se ven tentadas a usarlas para promocionar los intereses de los productores y los talentos, olvidando que la finalidad principal es la información del público.

En estas páginas, debido a su facilidad de actualización se puede hacer una bitácora de una actividad desde su concepción hasta después de su finalización, y mucho más, en la práctica se recomienda que cuando el gestor conciba la actividad y esta vaya a ser implementada el primer paso sea la creación de un espacio de este tipo donde se anuncie la próxima puesta en escena, como una manera de generar interés en la actividad, como parte de la campaña de relaciones públicas.

Es conveniente tomar en cuenta la retroalimentación de los visitantes con un espacio para tales fines, además de tener en cuenta todos los recursos que se nos presentan como el audio, video, imágenes, que permiten una maximización de este medio.

1.6.2.1. El Blog

Un **blog**, o en español también una bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El término blog proviene de las palabras Web y log ('log' en inglés = diario). El término bitácora, en referencia a los antiguos cuadernos de bitácora de los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en Internet en línea. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>)

La importancia de esto radica en que permite una comunicación mas completa, que en el pasado era costosa, pero que en la actualidad hace que el proyecto cultural pueda tener su propia pagina Web, donde se puedan colocar las expresiones y avances de este.

Este espacio no es un espacio muerto, puede ser actualizado día por día, y nos da la opción de presentar una bitácora de aquello que nos interesa comunicar. La palabra clave es la comunicación. Los proyectos culturales y otros de bajo presupuesto tienen en la Web 2.0 un espacio abierto, y el blog es la punta de lanza de este nuevo modelo de pensamiento.

1.6.2.2. Facebook

Un ejemplo que cabe resaltar dentro de las redes sociales es el caso de Facebook, un programa que ha desplazado a similares como My Space, Sónico, HI5, etc., y que nos brinda una comunicación directa con miles de usuarios que se encuentran conectados en las redes sociales.

Museos, Gestores, Centros Culturales, Colectivos, con la sola inversión de dedicarle tiempo a la conformación de su espacio pueden tener una vía de comunicación con los interlocutores en todas partes del mundo.

El **Facebook** nos presenta múltiples ofertas, todas gratuitas. Por ejemplo, nos presenta una opción donde se puede hacer una página de un escritor o un museo; también un creador se puede inscribir con su propio nombre o uno artístico, o crearse un grupo de interés, como por ejemplo el grupo de interesados en la pintura, en la música, etc., pero también se pueden crear eventos dentro del grupo o personas, invitando al encuentro real de todos los miembros de manera que se genere un vínculo directo entre los usuarios.

Recientemente se ha hecho común que personas o grupos inviten a exposiciones o conciertos vía grupos de **Facebook**, llegando estos grupos a tener miles de fanáticos que confirman su asistencia por esta vía, el programa permite hasta hacer una lista en Excel de quienes confirmaron su asistencia.

La Fundación en esto si no se ha quedado atrás y ya posee más de 10.000 seguidores y va en aumento.

1.6.2.3. Twitter

Es un servicio de microblogging⁷, creado en marzo de 2006, lanzado en julio del mismo año. Esta red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de tuits al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido apodado como el "SMS de Internet".

La red permite enviar mensajes de texto de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los usuarios abonados se les llama "seguidores", "followers".

Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados. Los usuarios pueden twitear desde la web del servicio, con aplicaciones oficiales externas (como para teléfonos inteligentes), o mediante el Servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países. Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS comporta soportar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil.

El evento Quitofest como tal posee Twitter más no la Fundación. La idea es impulsar a los actuales seguidores de Quitofest a seguir la cuenta de Twitter de la Fundación que deberá ser creada.

1.6.2.4. Youtube

Si hay una revolución audiovisual en el ciberespacio esta es presidida por YOU TUBE, un sistema que de la noche a la mañana ha permitido a cualquier persona transmitir cualquier cosa por mas irrelevante que parezca.

En el caso de los Gestores Culturales el YOU TUBE significa algo así como la vida eterna de nuestros proyectos los cuales pueden ser grabados con relativa facilidad y colocados en el Internet por medio de programas como YOU TUBE y llegar a millones de personas en todo el mundo.

⁷ El microblogging, también conocido como nanoblogging, es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves (alrededor de 140 caracteres). «El fenómeno Twitter engancha a las compañías» *Cinco Días* Consultado el 18 de abril de 2011.

Lo positivo de esto es que con este tipo de programas los usuarios pueden dejar mensajes, opiniones, pareceres, consejos, convirtiéndose este video en un dialogo permanente entre los visitantes y los creadores. Después de todo, eso es lo que se busca.

De igual manera el canal de Youtube de la Fundación deberá ser creado

1.6.2.5. Boletines o Newsletters

Estos son pequeños periódicos enviados por correo electrónico, en los que se encuentra información sobre la actividad que se lleva a cabo. Son mini revistas de una página que atraerán al receptor dependiendo del asunto principal de este boletín.

No es lo mismo poner como Título: “Gran Feria de Artesanía en Quito”, que poner “Miles de Nuevos Trabajos en la Feria de Artesanía”, por solo citar un ejemplo, en el primero solo se presenta la actividad por el nombre, en el segundo ejemplo se destaca algo especial, algo único de esta supuesta feria.

Una vez sobrepasado el obstáculo del titular del boletín, también tenemos que tener en cuenta el contenido de este. Se debe informar, entretener y enganchar a los lectores.

Las estadísticas demuestran que si un receptor abre un boletín y no encuentra información de interés no lo volverá abrir. (Molina, 2009, pag.44)

Así que se debe poner información de interés para el destinatario al presentar el boletín, dándole valor, para que el receptor lo sienta como una oportunidad de ganar algo. Generalmente el destinatario es alguien que se suscribió en el sitio web con el objetivo de recibir información relevante mediante páginas informativas o formularios.

1.6.3. Referente de Comunicación por internet en la Gestión Cultural.

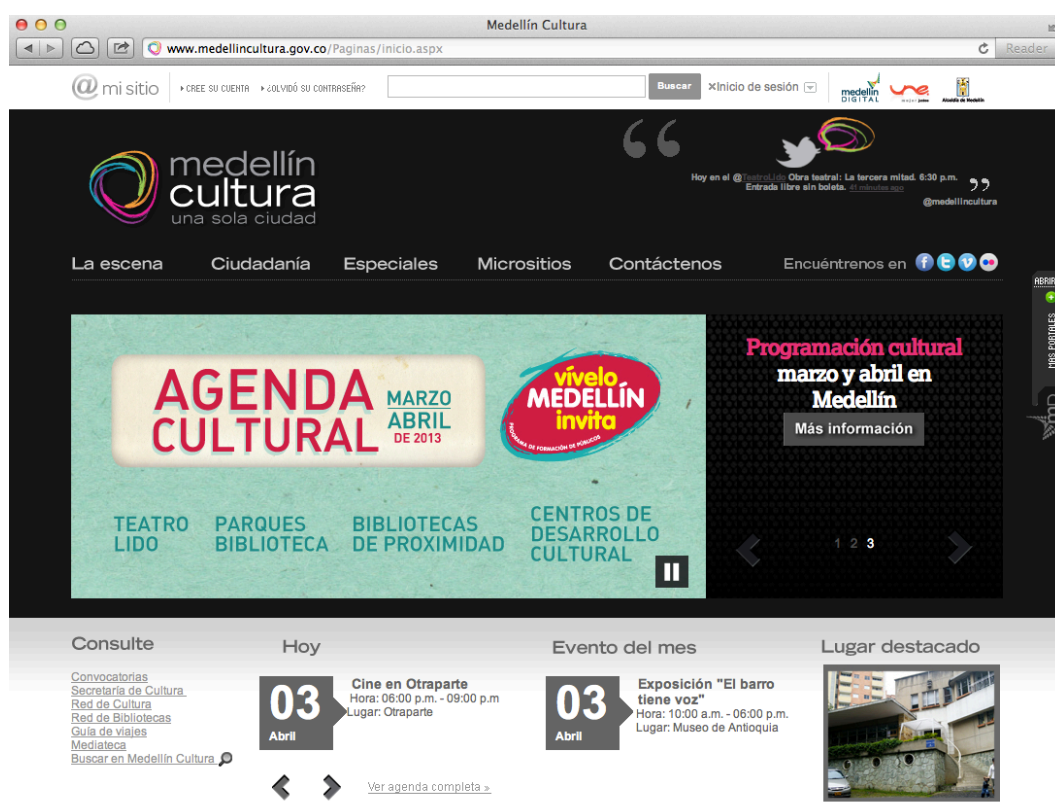
Se analizaron distintos portales de Gestión Cultural en el ámbito musical, especialmente de aquellos que conforman la ADIMI, solicitando información de estrategias de comunicación por canales de internet. De estos se obtuvo respuesta solamente de Medellín Cultura y de Rock al Parque de Bogotá.

Rock al Parque es un festival como tal, organizado por el Instituto Distrital de las Artes (IDARTES) de Bogotá, de quienes se obtuvo una breve explicación sobre sus estrategias de comunicación online para Rock al Parque. Encuéntrese como ANEXO 2.

El portal Medellín Cultura se ha tomado como el principal referente debido a sus similitudes en Gestión Cultural y comunicación online con lo que se pretende lograr con la Fundación. Se detalla a continuación la manera en que opera el portal.

Medellín Cultura

Es un portal de la red de portales “Medellín Digital” de la Alcaldía de Medellín, organizadora del evento Altavoz.



Desde su concepción, en el año 2009, este portal busca ser un espacio de encuentro, interacción e información referente a los temas y actividades culturales, a través de contenidos, herramientas interactivas y servicios que sean útiles para quienes estén interesados en la actividad cultural.

Algunos de los objetivos del portal Medellín Cultura son:

- Ser un espacio para el diálogo y el encuentro ciudadano.
- Convertirse en un canal de comunicación efectiva entre los actores culturales de Medellín y la Secretaría de Cultura Ciudadana.
- Ofrecer contenidos informativos sobre el acontecer cultural de la ciudad.
- Desarrollar contenidos enfocados a la formación de públicos en torno a los temas culturales.
- Proporcionar a los usuarios servicios y herramientas necesarias para una experiencia grata y útil en el portal.
- Integrar la mayor cantidad posible de actividades culturales y artísticas de la ciudad en una agenda dinámica y fácilmente actualizable por parte de los usuarios.
- Generar espacios de opinión y discusión sobre temáticas culturales, promoviendo el uso de herramientas digitales.
- Servir de plataforma para la promoción de los servicios, programas y proyectos culturales de la Alcaldía de Medellín.
- Difundir convocatorias locales, departamentales, nacionales e internacionales a las que puedan acceder los usuarios del Portal.
- Integrar los contenidos desarrollados por el Portal de Cultura, las investigaciones adelantadas por la Secretaría de Cultura (observatorio cultural) y por otras fuentes, a la Mediateca de Medellín Digital.

Como Portal de la Red de Portales de Medellín Digital, entienden la interacción en Redes Sociales como uno de los grandes compromisos de los medios de comunicación de la escena mundial. Por eso, han implementado una fuerte estrategia de Redes (principalmente en Facebook y Twitter por ser, quizá, las más exitosas y utilizadas del país) cuyo principal propósito es lograr mayores y mejores niveles de relación con los públicos objetivos y con la ciudadanía general.

A lo largo de estos meses, este ejercicio de interacción en la esfera pública virtual ha redundado en un diálogo abierto y cordial con los ciudadanos, que en su calidad de sujetos sociales, tienen la posibilidad de opinar sobre los contenidos producidos, proponer temas de investigación, visibilizar historias y fenómenos de ciudad, exponer dudas e interlocutar con el equipo humano de cada uno de los portales.

Hasta la fecha, se puede calificar como exitoso el trabajo de comunicación online. Durante los últimos dos meses han registrado un aumento periódico del número de seguidores, así como en los niveles de interacción.

- Twitter: 15740 seguidores (Fecha de corte 13 de julio de 2012)
- Facebook: 9060 fans (Fecha de corte 13 de julio de 2012)
- Visitas promedio al sitio web: 30.370 vistas (entre 3 de junio y 3 de julio de 2012)



Figura 1 - Pantalla principal Facebook



Figura 2 - Contenido Facebook

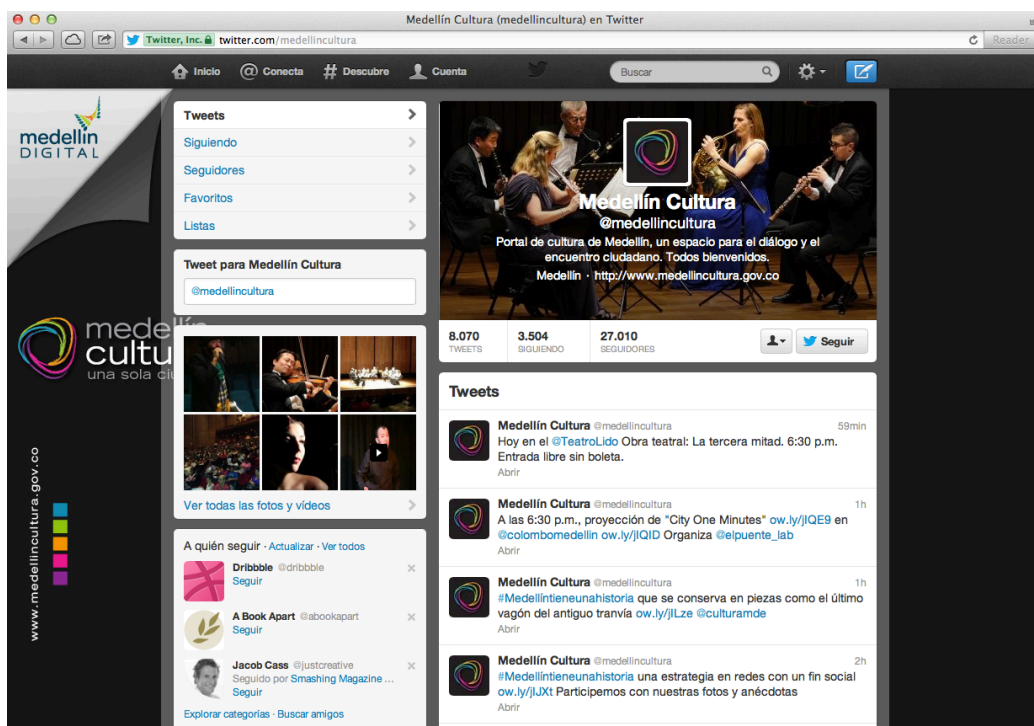


Figura 3 - Pantalla Principal de Twitter

Destacan, en términos generales, algunos elementos de su estrategia de comunicación digital (en redes sociales, en espacios de debate en el portal, en correo electrónico y en el portal Medellín Cultura como tal):

- Conocimiento de público(s) objetivo(s)... sus gustos e intereses.
- Actualización periódica (casi que diaria) de contenidos (textos –en diferentes géneros periodísticos–, audios, videos, trabajos fotográficos, herramientas web) y difusión de los mismos en redes sociales.
- Difusión diaria de la información (propia o recomendada de otros portales) en redes (como mínimo tres veces al día).
- Proponer temas de conversación que nos permiten conocer nuestro público y motiven a los usuarios a responder, proponer y criticar.
- Responder a todas las preguntas, críticas y comentarios de forma ágil, respetuosa, cordial y amable.
- Desde el lenguaje se busca que el público se sienta un sujeto activo, por eso, generan concursos y actividades para que propongan, comenten y se sientan parte del portal.
- Es política del portal presentar contenidos, no solo de excelente calidad periodística, sino estética, de ahí que se acude continuamente al diseño de portadillas, la intervención de fotografías, etc.

2. PROYECTACIÓN Y DESARROLLO

En este capítulo, en la microestructura, se acude a otros autores debido a las diferencias que existen con la metodología de Gui Bonsiepe, ya que la complejidad del desarrollo del sitio web requiere de muchos otros pasos aparte de los que se mencionan en su método.

2.1. ENTENDIENDO A LA AUDIENCIA Y SUS NECESIDADES.

Aquí se investiga quién podría visitar el sitio y cómo asegurarnos de que las páginas y el boletín muestren la información que los visitantes buscan.

2.1.1. ¿Para quién es el sitio?

A pesar de que el público objetivo fue mencionado en el capítulo anterior, se busca profundizar en aspectos más específicos según menciona Jon Duckett en su libro “HTML & CSS, Design and Build Websites”.

“Cada sitio debería ser diseñado para el público objetivo –no sólo para ti o el propietario del sitio. Por lo tanto es muy importante saber cual es el público objetivo.” (Duckett, 2011, pag.455)

Es por eso que se realizó una encuesta en base a algunas preguntas que Duckett menciona que son importantes para conocer mejor quién es y qué busca el público objetivo. Esta fue efectuada con la colaboración de 36 personas que forman parte del público objetivo de la fundación. La encuesta fue realizada por Internet a través de un formulario de Google, ya que facilita la medición de resultados.

El enlace del formulario fue enviado a personas que forman parte del público objetivo de la Fundación. Mencionándolo nuevamente, son personas que gustan de la música independiente, músicos que han participado de los eventos de la Fundación, organizadores de eventos de música independiente y padres de familia cuyos hijos asisten a este tipo de eventos, ya que ellos tienen una idea negativa de este tipo de géneros musicales y sus eventos. Encuéntrese la encuesta completa y los resultados en el ANEXO 3.

Se da una introducción a la encuesta para que la gente sepa de que se trata:

“Hola, te he tomado en cuenta para esta encuesta porque considero que eres un potencial usuario del futuro sitio web de la Fundación Música Joven.

Esta Fundación sin fines de lucro, trabaja por el desarrollo de la música independiente de Ecuador. Ha organizado el Quitofest (Festival de Música Independiente) durante 10 años consecutivos en conjunto con otros proyectos.

Entre ellos está La Feria informativa Social y de Actividades, que es un espacio juvenil en el que mediante conferencias, promoción y difusión, se brinda información sobre temas de responsabilidad social relacionada con la juventud, tratando temas como: prevención del VIH/SIDA, equidad de género, migración, inclusión social, seguridad ciudadana, derechos humanos, oportunidades laborales y derechos juveniles, entre otras, mediante la comunicación directa con los asistentes.

Por favor contesta las siguientes preguntas de la manera más consciente y honesta posible.
Muchas gracias por tu cooperación.”

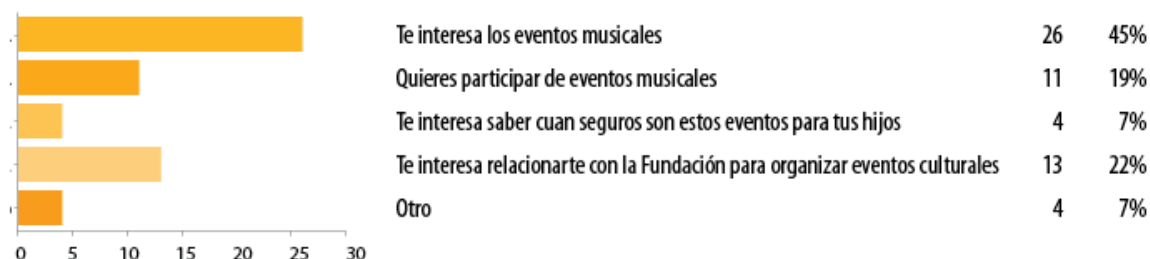
Los resultados de la encuesta se van mostrando como respuesta en las siguientes preguntas, que son las más relevantes de la encuesta.

2.1.2. ¿Por qué la gente visitará el sitio, qué tratan de lograr?

Como ya se sabe quién es el público objetivo de la Fundación, ahora hay que considerar ¿por qué visitarán el sitio?. Mientras unos simplemente pasarán por el sitio, otros lo visitarán por una razón específica.

Duckett menciona que hay que encontrar lo que le motiva a la gente a ingresar al sitio. En la encuesta se le dio a la gente varias opciones y los resultados fueron los siguientes:

¿Qué te motivaría a visitar este sitio? se puede elegir varias opciones



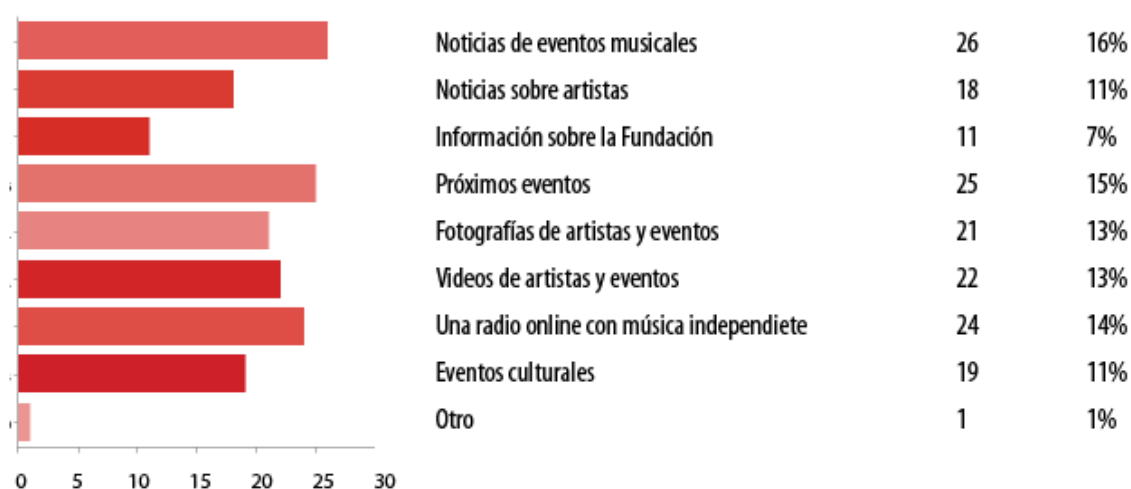
De esta manera se evidencian de forma general las razones por las que el público objetivo de la fundación visitaría el sitio.

2.1.3. ¿Que información necesitan los visitantes?

Se sabe quienes son los visitantes y por qué lo visitan, entonces ahora se necesita saber qué información es la que necesitan para satisfacer sus objetivos de manera efectiva.

Para saber de una manera un poco más detallada la información que esperan encontrar se hizo la siguiente pregunta:

¿Qué te gustaría encontrar en el sitio Web de la Fundación? Se puede elegir varias respuestas.



En esta pregunta se brindó un mayor número de opciones para entender de una manera un poco más específica el tipo de información que el público objetivo busca. Estas opciones; así como las de la pregunta anterior, fueron tomadas en base a la información que el portal Medellín Cultura ofrece pero limitándonos al ámbito musical independiente.

2.1.4. Periodicidad de visita y sitios móviles

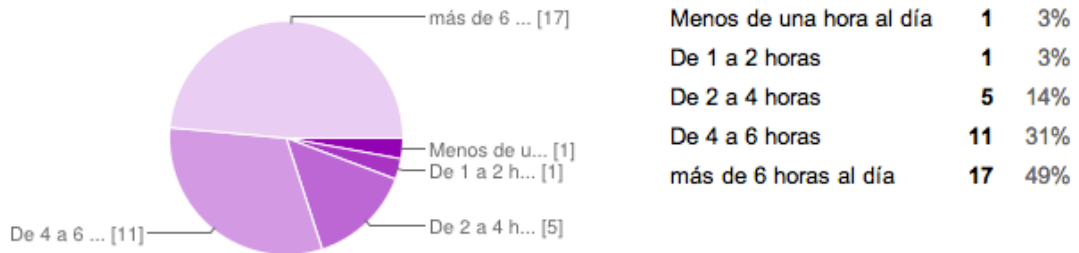
Duckett menciona que algunos sitios se benefician de ser frecuentemente actualizados más que otros. Contenido como noticias, podría constantemente estar cambiando, mientras otro tipo de contenido se mantiene relativamente estático. Esto es lo que puede definir la frecuencia con la que los visitantes ingresen al sitio.

Además hay que tomar en cuenta el dispositivo con el que acceden a Internet. Este está muy relacionado con la frecuencia de uso ya que el dispositivo con el que accedes a Internet

podría estar en tu bolsillo y no tendrás que esperar llegar a casa o la oficina para acceder a Internet.

Las interrogantes se resolvieron con las siguientes preguntas:

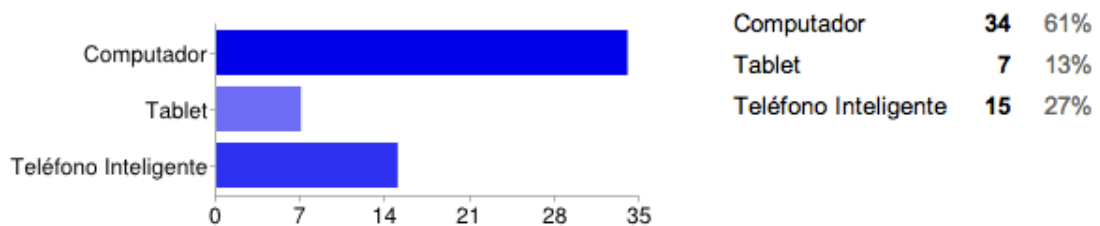
¿Cuántas horas al día usas Internet?



Elige la opción con la que más te identificarías al acceder a este futuro sitio Web



¿Qué dispositivos usas para acceder a internet? se puede elegir varias opciones



2.1.5. Conociendo más al usuario

Esta pregunta de la encuesta fue tomada del libro “Communicating the User Experience” de Richard Caddick y Steve Cable, y nos ayuda a saber que tiene en mente el usuario cuando ingresa al sitio. La pregunta fue la siguiente:

En breves palabras ¿qué se te viene a la mente al saber que la Fundación Música Joven va a lanzar su sitio Web? ¿que esperas hacer cuando accedas al sitio?

Esta es una pregunta abierta que arrojó diversos resultados que se muestran a continuación:

- Conocer los próximos eventos
- Oír música gratis y nuevos grupos
- Información de sus eventos
- Buscar eventos
- Suscribirme
- Que sea una página fácil de entender, saber de ustedes, que sea interactiva, música, videos, todo lo referente a lo que ha hecho la Fundación y nuevos planes.
- Analizar si tienen vulnerabilidades en su página
- Ver la agenda de conciertos y las noticias
- Descargar música y conocer de eventos de presentaciones
- Encontrar posibilidades de distintos géneros de música al rededor del mundo, con ciertas referencias críticas
- Radio con música nacional, descargas gratis o muy baratas
- Encontrar algún tipo de agenda cultural
- Que tenga una navegación fácil, información de las bandas
- Ver videos
- Un espacio de apoyo a la música nacional, entrevistas a las bandas, sesiones de grabación en vivo, concursos.
- Espero encontrar un espacio para mis bandas
- Radio online
- Conocer sobre los distintos grupos del país, saber sobre los conciertos que darán y poder adquirir su música. Además el apoyo a los artistas.
- Informarme
- Calendarios de actividades, campañas e interrelaciones con otros usuarios y espacios independientes para promoción de talentos.
- Encontrar todo tipo de música actual
- Que están organizados. Conocer sobre la Fundación
- Saber de eventos musicales próximos rapidez, claridad, buen diseño gráfico

- Streaming⁸ de toda la música nacional disponible hasta la fecha
- Tener un perfil dentro del sitio para poder promocionar mi música
- Encontrar una lista con librerías de música que pueda escuchar online
- Usarlo como plataforma para interactuar, conseguir vínculos, amigos y futuros negocios.
- Información de las bandas nacionales y espacios para difundir su música
- Eventos, música para escuchar, (posiblemente foros o cursos)
- Encontrar recomendaciones de música en general (artistas, bandas, géneros, canciones, etc.) de acuerdo a mi gusto
- Que la fundación esta superándose. Ver información sobre música de la época

CONCLUSIONES

1. Lo que busca la gente principalmente es información de eventos musicales y una radio online con música independiente.
2. El promedio de uso de internet es de más de 6 horas al día, lo que indica que este es el medio adecuado para comunicar.
3. La mayoría de los encuestados indagaría en el sitio para conocer lo que ofrece.
4. De entre los dispositivos utilizados para acceder a internet el computador es el más usado seguido de los teléfonos inteligentes con un gran porcentaje.

Los resultados de la encuesta ayudarán a definir los contenidos, estructura y gráfica del sitio, elementos que se describirán en las siguientes secciones de este capítulo.

2.2. ESTRUCTURA DEL SITIO Y BOLETÍN

A continuación se procede a estructurar el sitio según el proceso mencionado en el libro de Duckett, complementando con conceptos de Mark Boulton, explicados en su libro Designing for the Web.

2.2.1. Mapa del sitio

Ahora que se sabe lo que se debe desplegar en el sitio, se puede organizar la siguiente información en secciones o páginas:

- Información de la Fundación
- Proyectos
- Artículos

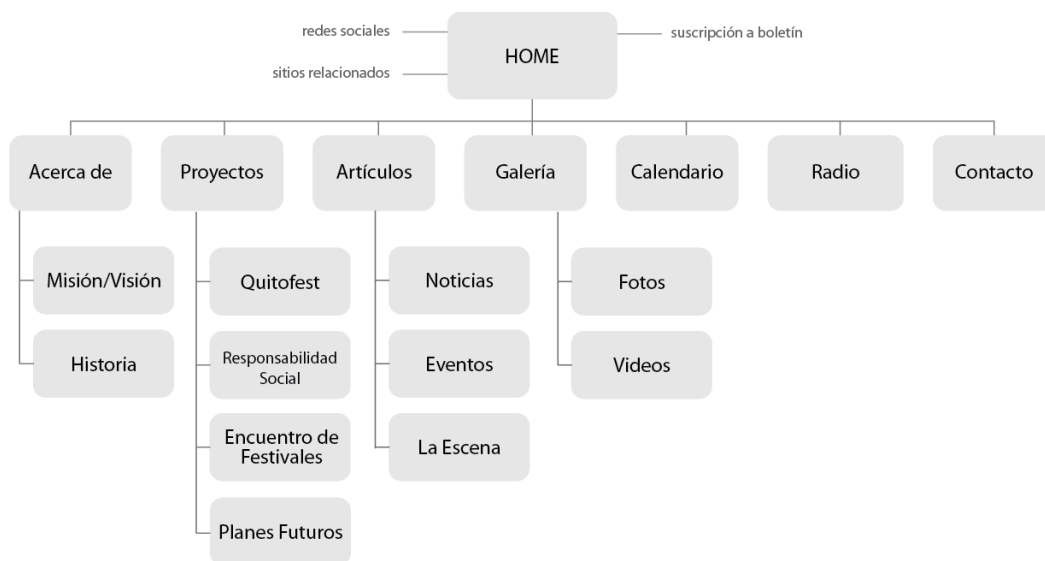
⁸ El **streaming**, comúnmente visto en formato de audio y video, es cuando un archivo multimedia, puede ser reproducido sin ser descargado por completo. Es significa que se puede ver o escuchar un archivo mientras este se está descargando. (<http://www.techterms.com/definition/streaming>)

- Galerías
- Próximos eventos
- Radio

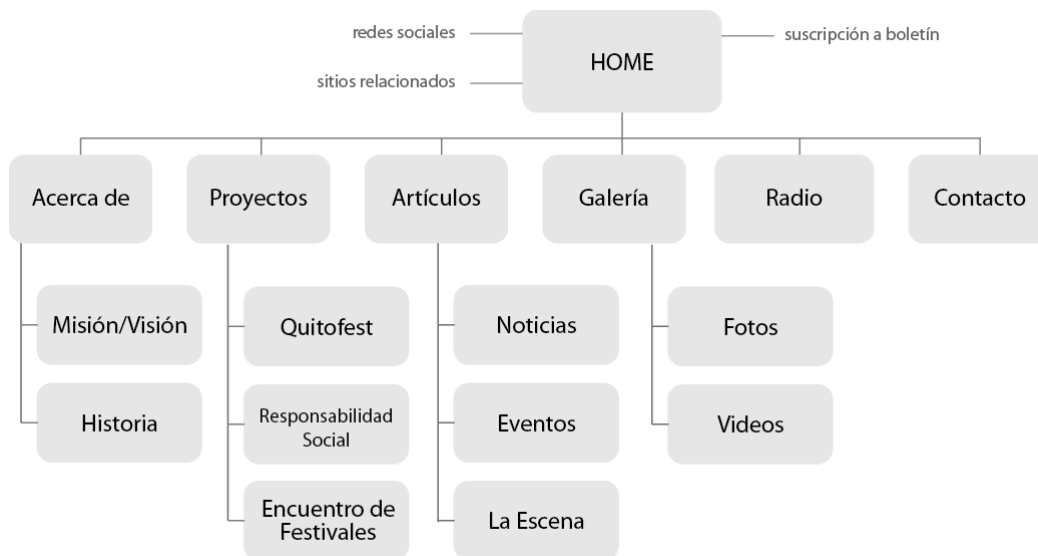
“El propósito es crear un diagrama de las páginas que serán usadas para crear el sitio. Esto es conocido como Mapa de Sitio y mostrará como estas páginas pueden ser agrupadas” (Duckett, 2011, pag. 461)

Esto implica que cada pedazo de información que el usuario pueda necesitar, sea considerado para después ser organizado en grupos. Cada grupo corresponde a una página y de la misma manera podemos agrupar páginas para crear secciones.

Estos grupos de información son entonces ubicados en un diagrama que como ya hemos mencionado se lo conoce como Mapa de Sitio. Este se muestra a continuación.



Este fue en un inicio el mapa del sitio que es resultado de la encuesta, el análisis al sitio de Medellín Cultura y lo planificado con los miembros de la Fundación. Este tuvo sus respectivas modificaciones tomando en cuenta los planes a corto y largo plazo que tiene la Fundación. El mapa final para el lanzamiento del sitio, se muestra de la siguiente manera.



Hubo una reducción de secciones, debido a que son proyectos no inmediatos, que se irán implementando conforme se vayan concretando.

Explicando brevemente el sitio como se puede ver en el mapa, este consta de la sección que habla de la Fundación “Acerca de”; “Proyectos” que explica en qué consiste cada uno; “Artículos” que es el blog del sitio donde se publican artículos relevantes sobre la escena musical independiente; “Galería” que es donde se muestran tanto fotografías como videos de los eventos destacados y “Contacto”, donde se muestra la información con la que nos podemos comunicar con la Fundación así como un formulario que permitirá enviar mensajes.

2.2.2. Maquetación del Sitio y Boletín

Utilizando la información recogida en la fase de planificación, se comienza a diseñar el trazado con una maqueta, conocida en inglés como “Wireframe”. La maquetación de un sitio Web es donde los distintos aspectos del diseño Web entran en juego. Desde la investigación, la organización de la información y la Experiencia de Usuario⁹ a través de la grilla, la tipografía y el color; elementos que se irán explicando a continuación.

⁹ User Experience (abreviado UX) en español Experiencia de Usuario, es como una persona se siente interactuando con un sistema. El sistema podría ser un sitio web, una aplicación web, o un programa de computadora, y en contextos modernos, generalmente se denota por una forma de interacción entre persona y ordenador. (Jacob Gube, 2010, “What Is User Experience Design? Overview, Tools And Resources” – smashingmagazine.com).

Crear una maqueta combina todo esto, pero en el diseño Web se deben tomar en consideración otros factores como el tamaño de la pantalla y resolución del dispositivo. Hay que decidir si las dimensiones del sitio son fijas o adaptables.

Los resultados de la investigación demuestran que ahora es necesario adaptar el sitio a los distintos dispositivos. Esto es conocido como diseño Web adaptativo o Responsive Web Design¹⁰. Esto involucra tanto Diseño como Desarrollo. Se describirá en esta parte el Diseño y posteriormente de manera breve lo relacionado con el Desarrollo, es decir la programación que está detrás de todo esto.

Antes de comenzar, cabe aclarar que debido a la complejidad del sitio por ser adaptativo y sujeto a un sistema de gestión de contenidos para la publicación de artículos, se ha optado por implementar un sistema de módulos preprogramados. Esto por un lado es una ventaja, ya que se puede asumir el proyecto sin requerir mayores conocimientos de programación, sin embargo; existen limitantes desde el punto de vista creativo ya que hay que partir desde estructuras predefinidas.

Se describe más adelante qué es y cómo funciona el sistema de gestión de contenidos.

2.2.2.1. Grilla

La grilla establece proporciones constantes y los espacios entre los elementos los cuales contribuye a crear un diseño de aspecto profesional.

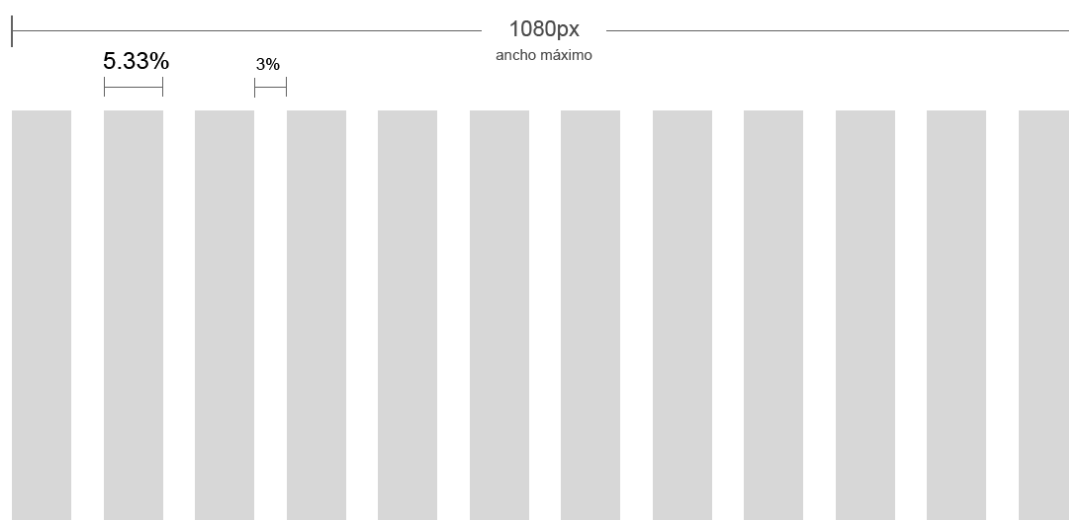
La idea principal detrás de un Diseño basado en una grilla, es un sólido equilibrio visual y estructural de los sitios web que se pueden crear con esta. (Vitaly Friedman, “Designing With Grid-Based Approach”, smashingmagazine.com)

La grilla más común solía ser la de 960px de ancho, pero ahora que los sitios empiezan a ser flexibles de acuerdo a la pantalla del dispositivo, esta puede ser un poco mayor para aprovechar el tamaño de monitores grandes y conforme va disminuyendo el tamaño de la pantalla esta se va adaptando.

¹⁰ Responsive Web Design es el enfoque que sugiere que el Diseño y el Desarrollo, deben responder al comportamiento del usuario y al ambiente basado en el tamaño de la pantalla. (Kyla Knight, 2011, Responsive Web Design: What It Is and How To Use It, smashingmagazine.com)

Comúnmente, la grilla se compone de 12 columnas, ya que es un número ideal para dividirlo en 2, 3, 4 y 6 columnas iguales y así mismo jugar con columnas de distintos anchos.

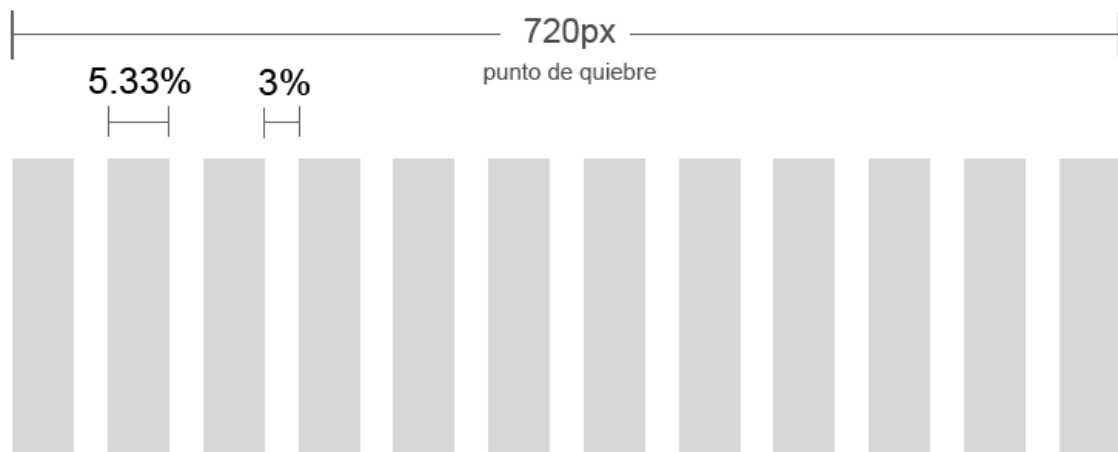
La grilla principal para monitores a usarse en el sitio será de 1080px ya que al igual que la grilla de 960px, es un número divisible para 2,3,6,9,12 que permite una fácil distribución en columnas. Se describe en porcentajes ya que al ser elástica, no se pueden usar medidas fijas. Esta se muestra a continuación:



Gran parte de los usuarios, como se muestra en los resultados de la encuesta, accederán al sitio web desde dispositivos, lo que nos lleva a pensar en hacer un sitio que se adapte a la gran variedad de tamaños de pantalla que los dispositivos poseen.

Al pensar en dispositivos, la grilla ayuda tanto a mantener como a transformar la diagramación del sitio, ya que esta se acopla al tamaño de la pantalla del dispositivo.

Entonces, al disminuir el tamaño de la ventana del explorador hasta llegar a 720px de ancho, la grilla se mantiene con dichos porcentajes.

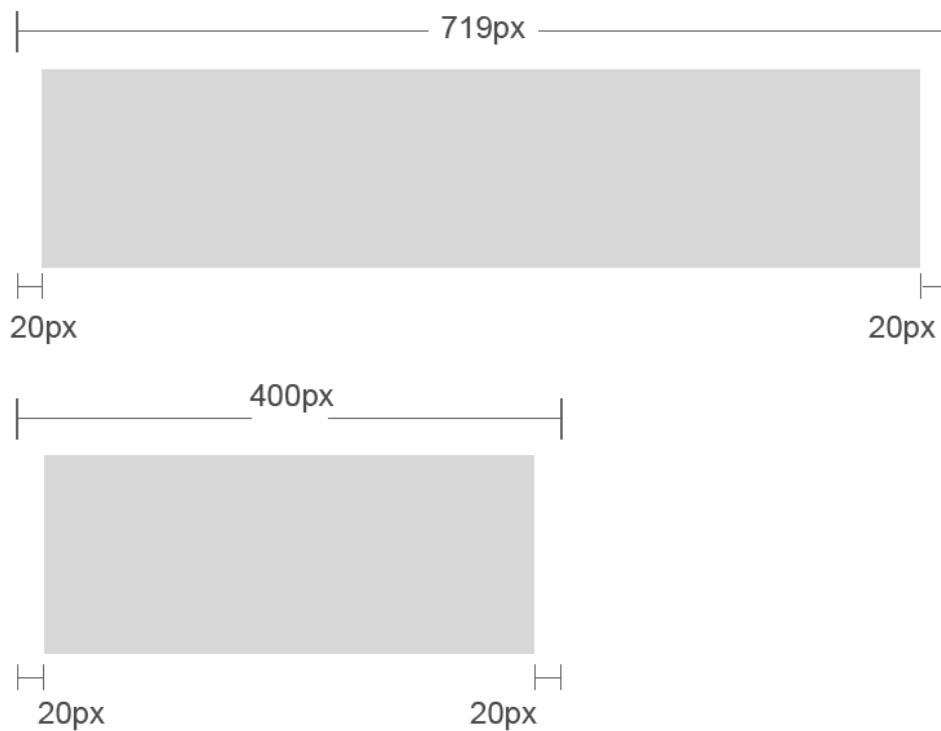


Cuando la pantalla del dispositivo o la ventana del explorador es menor de 720px, se programa un punto de quiebre. Esto significa que la grilla se transforma, en este caso, a una sola columna.

De esta manera, cuando los usuarios accedan desde su dispositivo, se encontrarán con un sitio legible, en el cual no tendrán que hacer acercamiento para poder leer el texto o apreciar las imágenes del sitio.

Para el sitio de la Fundación se trabajará solo con un punto de quiebre, transformando la grilla en una sola columna como se mencionó previamente para que los elementos se desplieguen de una manera legible en los dispositivos.

Esta columna será de igual manera flexible y sus dimensiones irán de 719px hasta 400px que será la medida final, manteniendo 20px de margen para que la información mantenga distancia con el borde de la pantalla del dispositivo.



Esta es la grilla que nos ayudará a distribuir los elementos y así poder crear la maqueta de una manera organizada y profesional.

2.2.2.2. Maqueta (Wireframe)

Una maqueta, también conocida como “Wireframe” es un boceto simple de la información clave que debe ir en cada página del sitio. Esta muestra la jerarquía de la información desplegada y cuanto espacio podría necesitar.

Con la maqueta podemos asegurar de que toda la información que se necesita sea incluida. Esta no debe llevar colores ni detalles ya que es solamente para organizar los elementos.

La maqueta facilita el proceso ya que se sabe qué información debe ir en qué página antes de considerar cómo debe verse la página. La maqueta se va a crear distribuyendo los elementos en la grilla, tomando en cuenta los siguientes elementos que menciona Duckett:

CONTENIDO

- Encabezado
 - Logotipo
 - Links para navegar en el sitio

- Links hacia contenido relacionado y otros artículos populares
- Opción de suscripción
- Posibilidad para dejar comentarios
- Información de derechos de copia
- Publicidad
- Elementos específicos de la página

Con tanta información en la página, se necesita organizar y priorizar la información para comunicar el mensaje y ayudar al usuario a encontrar lo que busca.

ORGANIZANDO

Agrupando contenido relacionado en bloques hace que la página se vea más simple y fácil de entender. Los usuarios deben ser capaces de identificar el propósito de un bloque sin tener que fijarse en cada ítem.

Presentando cierto tipo de información de una manera visual similar, los usuarios aprenderán a asociar ese estilo con un tipo de contenido.

Al hacer sentido de un diseño, tendemos a organizar los elementos visuales en grupos. Agrupar elementos de información relacionados juntos puede hacer un diseño más fácil de comprender.

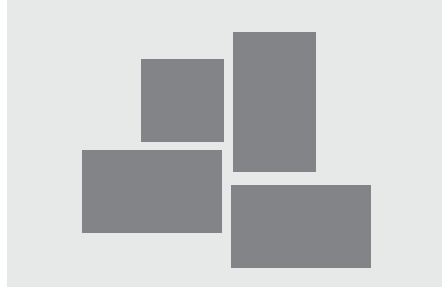
Duckett menciona las maneras en las que esto puede ser logrado:

PROXIMIDAD



Cuando varios elementos se ubican con proximidad, estos son percibidos como más relacionados que elementos que se ubican distantes. Se puede tomar como elementos también a bloques de información compuestos de varios elementos.

CERCANÍA



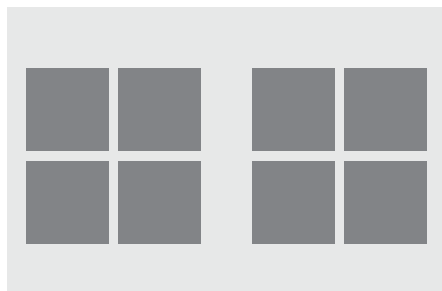
Cuando se enfrenta a un complicado arreglo de artículos, a menudo se busca un único y reconocible patrón o forma. Un cuadro real o imaginario se puede formar alrededor de los elementos debido a su cercanía y alineamiento.

CONTINUIDAD



Cuando los elementos se ubican en una línea o curva entonces estos son percibidos como más relacionados que aquellos que no están siguiendo la misma dirección. Esto puede ser usado para guiar al lector de un punto de la página a otro.

ESPACIO EN BLANCO



Ubicando elementos relacionados con proximidad y dejando un espacio mayor entre elementos no relacionados.

COLOR



Un fondo de color detrás de elementos relacionados para enfatizar su conexión.

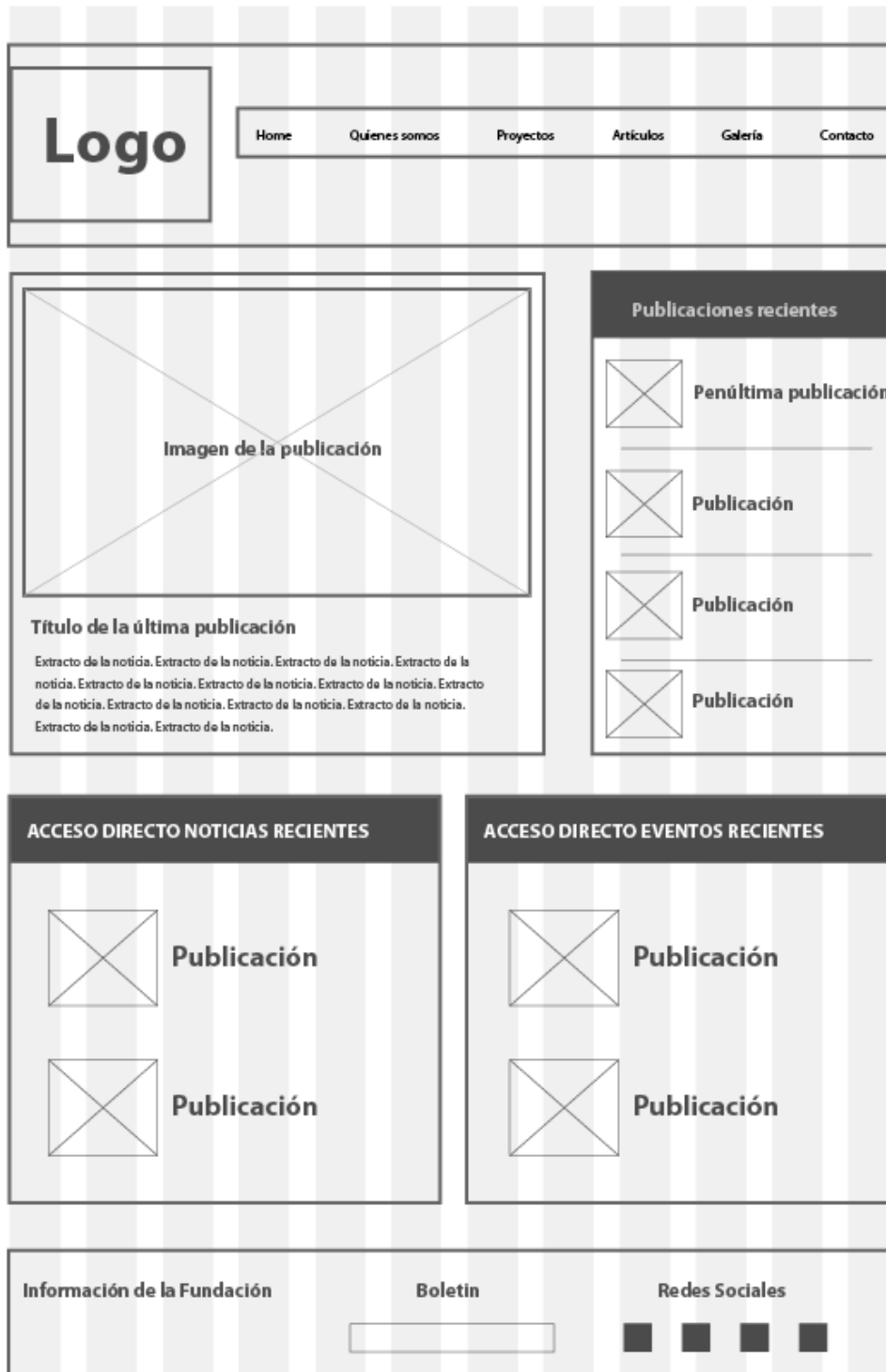
BORDES



Una línea puede ser dibujada alrededor del borde del grupo o entre este grupo y sus vecinos.

Con estas maneras de agrupar que menciona, se puede lanzar una maqueta inicial como punto de partida.

HOME




Se ha ubicado el contenido mencionado además de el requerido de acuerdo a la investigación, con las maneras de agrupación y similitud que Duckett menciona.

- Hay un encabezado con logotipo y navegación
- Un espacio dedicado al artículo más reciente con su respectiva fotografía en conjunto con los demás artículos recientes en dos columnas de distinto ancho dando un mayor espacio al elemento de la fotografía, ya que esta va a ser un de los elementos principales al ingresar al sitio.
- Un espacio con accesos directos a noticias y eventos divididos en dos columnas iguales
- El pie que se ha dividido en tres columnas en el que se ha ubicado: datos de contacto de la Fundación, espacio para suscripción y enlaces a redes sociales.

Este es un primer acercamiento ya que se va tomando en cuenta otros elementos y sus relaciones según los estándares web, el referente de comunicación online (Medellín Cultura) y lo que buscan los usuarios. De esta manera el sitio se va haciendo más complejo.

HOME



Logo

[Home](#) [Quiénes somos](#) [Proyectos](#) [Artículos](#) [Galería](#) [Contacto](#)




Imagen de la publicación

Título de la última publicación


Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extracto de la noticia.

Publicaciones recientes

 **Publicación**

 **Publicación**

 **Publicación**

 **Publicación**

ACCESO DIRECTO NOTICIAS RECIENTES

 **Publicación**

 **Publicación**

 **Publicación**


ACCESO DIRECTO NOTICIAS RECIENTES

 **Publicación**

 **Publicación**

 **Publicación**

Facebook



Twitter

 **Twitt**
Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extra

 **Twitt**
Extracto de la noticia. Extracto de la noticia. Extra

Información de la Fundación

Suscripción Boletín

Redes Sociales



Sitios Relacionados

Derechos de copia Fundación Música Joven

Ahora en el espacio de la fotografía del artículo más reciente se desplegarán varias fotografías de los últimos 4 artículos, teniendo la posibilidad de pasar de uno a otro con botones, facilitándole al usuario a encontrar información reciente.

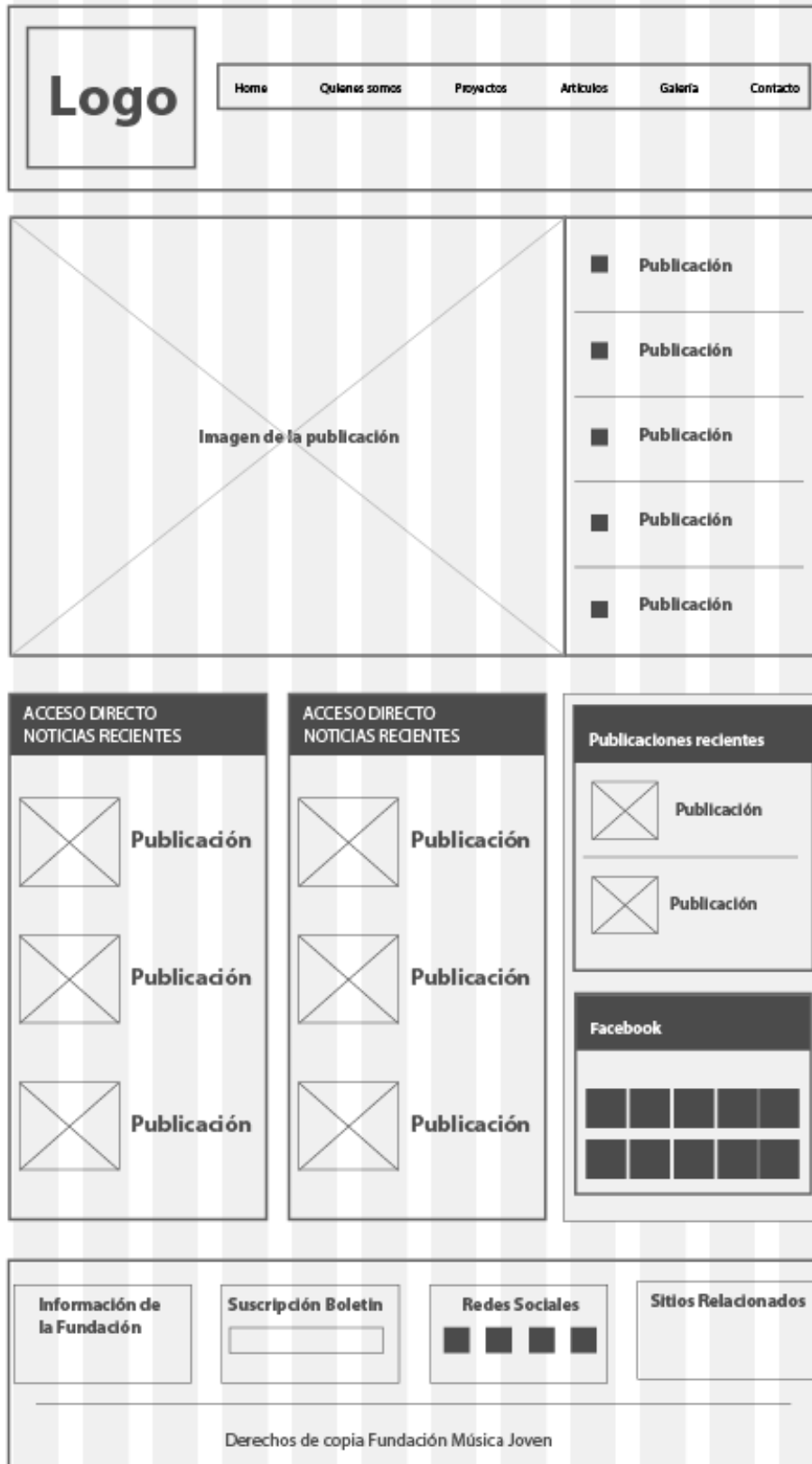
El tercer gran bloque se ha dividido en 3 columnas iguales para poder incluir la actividad de Facebook y Twitter, esto debido a la integración que deberá tener el sitio con las redes sociales.

El pie se ha dividido en 4 columnas para incluir enlaces a los sitios relacionados y al límite inferior del sitio se deberán incluir los derechos de copia.

La maqueta continúa en evolución al considerar un reordenamiento en el 2do y 3er bloque para compactar las fotografías que están rotando con los artículos recientes.

HOME

maqueta final



Esta es la maqueta final del home. Se muestra a continuación el resultado final para a partir de este ir describiendo las partes.



MÚSICA JOVEN

[HOME](#)
[QUIENES SOMOS](#)
[PROYECTOS](#)
[ARTÍCULOS](#)
[GALERÍA](#)
[CONTACTO](#)



01 **ROCOLA BACALAO PRESENTA SU 5TO. DISCO**
APR.25 | 13 VISTAS

02 **KOP (CATALUNYA) ESTE AÑO EN EL QUITOFEST**
APR.19 | 16 VISTAS

03 **PULPO 3 REGRESA A QUITOFEST CON SU MEJOR SHOW**
APR.19 | 3 VISTAS

04 **"NO TE VA GUSTAR" EN EL QUITOFEST 2013**
APR.19 | 6 VISTAS

05 **LA CIUDAD CRECE, TU FESTIVAL TAMBIÉN**
APR.18 | 10 VISTAS

EVENTOS [VER TODOS](#)



APR.18 | 10 VISTAS

La ciudad crece, tu festival también

El Festival en su décima primera edición se lo realizará en el nuevo Parque Bicentenario ubicado en el antiguo aeropuerto Mariscal Sucre, demostrando una vez más uno...

NOTICIAS [VER TODOS](#)



APR.19 | 16 VISTAS

KOP (Catalunya) este año en el Quitofest

Gracias a la gestión de la Fundación con organizaciones internacionales tendremos este año la presencia de la banda KOP de Catalunya, banda hardcore, activista y una...



APR.19 | 3

PULPO 3 REGRESA A QUITOFEST CON SU MEJOR SHOW




APR.19 | 6

"NO TE VA GUSTAR" EN EL QUITOFEST 2013

RADIO MÚSICA JOVEN

0:00

[Reciente](#) [Popular](#) [Aleatorio](#)



APR.25

RoCola Bacalao presenta su 5to. disco



APR.19

KOP (Catalunya) este año en el Quitofest



APR.19

Pulpo 3 regresa a Quitofest con su mejor show



APR.19

"NO TE VA GUSTAR" en el Quitofest 2013

LA ESCENA [VER TODOS](#)



APR.25 | LA ESCENA | MÚSICA JOVEN

RoCola Bacalao presenta su 5to. disco

Con casi 14 años de música, más de 600 conciertos, 5 producciones discográficas, 7 videoclips (uno de ellos dirigido por el cineasta ecuatoriano Sebastián Cordero), varios conciertos...

SÍGUENOS EN FACEBOOK



Facebook social plugin

FUNDACIÓN MÚSICA JOVEN

Dirección: La Niña E4-438 y Amazonas
Quito-Ecuador Telef. (593-2) 252 2914

BOLETÍN MÚSICA JOVEN

Suscríbete a nuestro boletín

SÍGUENOS EN LAS REDES SOCIALES

[in](#) [t](#) [f](#)

SITIOS RELACIONADOS

quitofest
tocadas.com
Plan Arteria
Radio Cocoa

© Fundación Música Joven. Todos los derechos reservados

En base a esta se diseñan las páginas internas.

CATEGORIA maqueta final



Esta es la maqueta correspondiente a la página de la Categoría. Según las necesidades del usuario se estiman 5 categorías.

- Noticias generales

- Eventos que organiza la Fundación
- La Escena que muestra artículos acerca de la actividad de las bandas
- Videos y Fotografías

Pero por lo pronto, como punto de partida, por la cantidad de información que se tiene, se aglutinan todas en una sola llamada Noticias.

Se muestra el resultado final para posteriormente pasar a la descripción de las partes.

The screenshot displays the website's layout. At the top left is the logo for 'MUSICA JOVEN fundación para el desarrollo de la música independiente'. A navigation menu includes 'HOME', 'NOTICIAS', 'QUIENES SOMOS', 'PROYECTOS', and 'CONTACTO'. The main content area is titled 'NOTICIAS' and features a list of articles:

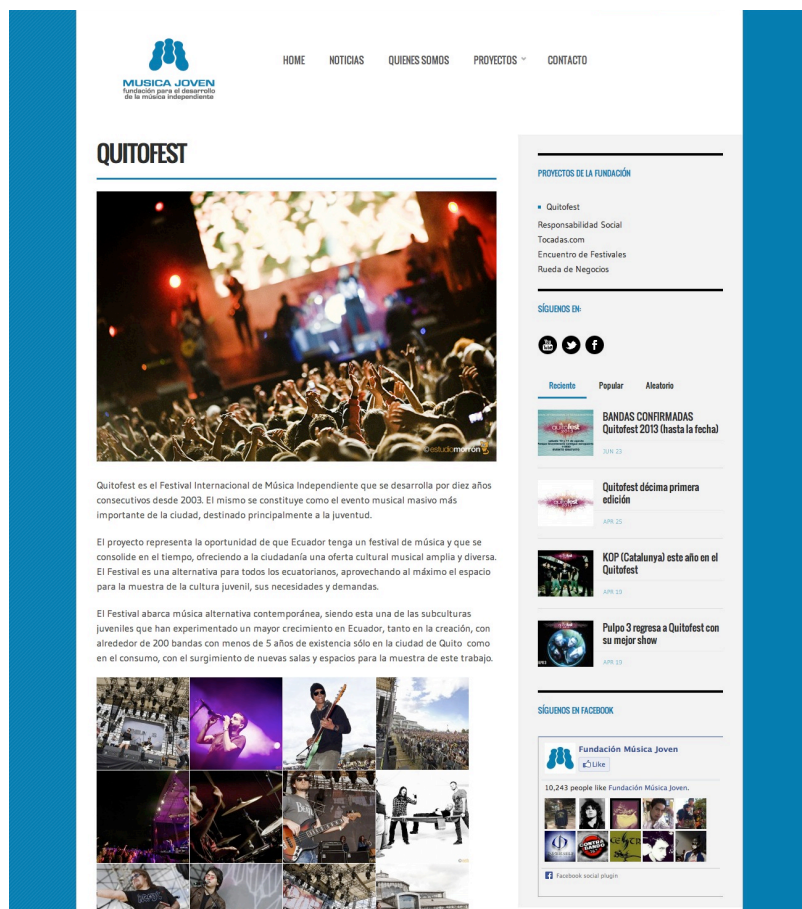
- BANDAS CONFIRMADAS Quitofest 2013 (hasta la fecha)**: JUN 23 | NOTICIAS | MUSICA JOVEN. 23 de junio de 2013 Bandas confirmadas XI Festival Internacional de Música Independiente Quitofest 2013 Sábado 10 de agosto NO TE VA GUSTAR (Uruguay) DREAD MAR I (Argentina) HAGA QUE PASE...
- Quitofest décima primera edición**: APR 25 | NOTICIAS | MUSICA JOVEN. Luego de haber celebrado 10 años de Música Independiente con una edición memorable en 2012, con una asistencia mayor a los 100.000 fanáticos en tres días de festival, se pone en marcha...
- KOP (Catalunya) este año en el Quitofest**: APR 19 | NOTICIAS | MUSICA JOVEN. Gracias a la gestión de la Fundación con organizaciones internacionales tendremos este año la presencia de la banda KOP de Catalunya, banda hardcore, activista y una de las más...
- Pulpo 3 regresa a Quitofest con su mejor show**: APR 19 | NOTICIAS | MUSICA JOVEN. La Fundación Música Joven realiza la gestión para tener a PULPO 3 en el escenario del quitofest 2013, debido a la tradición del festival que se ha convertido en juntar y presentar a...
- "NO TE VA GUSTAR" en el Quitofest 2013**: APR 19 | NOTICIAS | MUSICA JOVEN. Después de una excelente participación en el quitofest 2010 del Cuarteto de Nos, la organización del festival apuesta en esta décima primera edición del festival por otra gran...

On the right side, there are sections for 'PROYECTOS DE LA FUNDACIÓN' (listing Quitofest, Responsabilidad Social, Tocadas.com, Encuentro de Festivales, Rueda de Negocios), 'SÍGUENOS EN:' (with YouTube, Twitter, and Facebook icons), and 'SÍGUENOS EN FACEBOOK' (showing 10,243 likes and a grid of album covers).

Como se puede observar hay elementos del "home" que se mantienen para que de esta manera el usuario tenga fácil acceso a las distintas páginas del sitio todo el tiempo.

Esta es la maqueta de la publicación, es decir cuando se ingresa a un artículo de los mostrados en el home o en la categoría. Esta consta de dos columnas en una se despliega texto, imágenes y videos correspondientes al artículo que accedió el usuario.

Se muestra a continuación el resultado final así como se hizo con el HOME para pasar a las partes.



Ahora como estas maquetas se tienen que acoplar a los dispositivos como se mencionó previamente, deberán adaptarse a una sola columna por la cual los usuarios se desplazarán moviendo el contenido del sitio con el dedo.

El sitio está organizado en módulos que facilitarán posteriormente la transformación del contenido ubicándose uno debajo de otro, manteniendo el orden de izquierda a derecha, de la información desplegada en monitores.

Centrándonos en los dispositivos como requiere el usuario según la investigación, el tamaño de los elementos especialmente el texto, no va a ser minúsculo sino similar a los elementos desplegados en un monitor.

Para entenderlo mejor, el sitio tendrá la siguiente transformación:



Como se puede observar, el sitio ahora tiene una sola columna en la que se van ubicando los módulos uno debajo de otro.

Una vez que se han diseñado las maquetas, se continúa con los elementos y sus partes.

2.3. DISEÑO DE LOS ELEMENTOS DEL SITIO

Debido a la diversidad de públicos que posee la Fundación, no se puede crear un concepto visual que se incline hacia un grupo específico, sino que se trate de incluir a los distintos públicos.

Por esto y por la cantidad de público que se irá generando en el sitio, se diseña bajo un concepto juvenil, fresco, con rasgos universales, enfatizando en los contenidos y no saturándolo de colores ni formas. Este deberá ser moderno y minimalista, reduciéndolo a los elementos más esenciales que el sitio pueda tener, omitiendo cosas innecesarias, pero sin dejar de lado los detalles.

2.3.1. Características Generales

Una vez que tenemos la macro estructura del sitio, se continúa diseñando las partes, pero si todo en la página apareciera con el mismo estilo, sería difícil de entender el contenido y los mensajes clave no destacarían. “Haciendo que partes de una página se vean distinto del contenido que les rodea, el diseñador se roba la atención del usuario y lo aleja de estos elementos” (Duckett, 2011, pag. 465)

La idea es crear jerarquía visual para ayudar al usuario a concentrarse en los mensajes claves y de ahí guiarlo a los mensajes siguientes.

2.3.1.1. Jerarquía Visual

La Jerarquía visual se refiere al orden en el cual los ojos perciben lo que ven. Se crea agregando contraste entre los elementos desplegados. Elementos con mayor contraste son reconocidos y procesados primero.

Las propiedades que se usarán en el sitio para crear jerarquía visual, serán las mencionadas por Duckett:

TAMAÑO

Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse lectus neque,
condimentum vitae sollicitudin
id, lacinia eu ligula.

Los elementos de mayor tamaño son los que primero llaman la atención del usuario. Por esta razón, es una buena idea destacar los encabezados y puntos clave, haciéndolos de mayor tamaño.

COLOR

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse lectus neque,
condimentum vitae sollicitudin
id, lacinia eu ligula. Morbi vel
tortor at ligula ullamcorper
consectetur.

El color del primer plano así como del fondo pueden llamar la atención de mensajes clave. Las secciones más brillantes llaman primero la atención del usuario.

ESTILO

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse lectus neque,
condimentum vitae sollicitudin
id, lacinia eu ligula. Morbi vel
tortor at ligula ullamcorper
consectetur.

Un elemento puede ser de igual tamaño y color que el contenido que lo rodea, pero tiene un estilo diferente aplicado para destacar de lo demás.

IMÁGENES

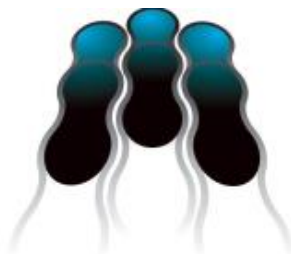
Las imágenes crean un alto contraste visual y son las que a menudo llaman primero la atención del usuario. Pueden ser usadas para llamar la atención a un mensaje específico dentro de la página.

“El efecto de una jerarquía visual bien diseñada, es en gran parte subliminal. Lograr una buena jerarquía visual requiere balance; si nada se destaca, un sitio puede ser bastante aburrido y si muchos aspectos está compitiendo por tu atención, puede ser difícil encontrar el mensaje clave” (Duckett, 2011, pag. 468)

2.3.1.2. Colores a usarse

Para definir los colores a usarse, hay que indudablemente acudir al logotipo¹¹, ya que es el único elemento que la gente reconoce de la Fundación.

Este ha sido usado en anuncios que la fundación hace del Quitofest, otros eventos y en las redes sociales principalmente en Facebook.



El Logotipo como se puede observar, tiene detalles como bordes y degradados. Este logotipo se usa principalmente en las redes sociales, mientras que en los anuncios, en los últimos años, se usa un logotipo monocromático teniendo varias opciones, siendo la opción de color azul la más usada.



MUSICA JOVEN

¹¹ Del griego logos: tratado y del latín typus: símbolo, figura y letra. En Diseño gráfico se llama así a la palabra o palabras que, por su diseño característico y empleo repetido en sus anuncios de toda clase, impresos, promociones, etc., sirve para identificar a la empresa o el servicio al que corresponde. (Rodríguez González, 1996, pag. 245)

Aquí ocurre un conflicto de identidad del cual la gente prácticamente no se ha percatado ya que lo que más perciben es el Logotipo que aparece en las redes sociales y el logotipo del Quitofest.

Ahora que se está diseñando este sistema de comunicación online, la idea es tener una misma línea en todos los elementos del sistema tratando de mantener lo que la gente más ha percibido, junto con el Logotipo que se ha venido usando en los últimos anuncios impresos.

Entonces lo que se hace es descomponer los colores del Logotipo más usado (el de las Redes Sociales) para tener una paleta de colores.



Se revisa el significado de estos colores aplicados a la web, para entender lo que se va a transmitir.



El color azul se define como un color fuerte. Se lo asocia con tranquilidad y con sentimientos de armonía. El azul se fusiona muy bien con el blanco, e igualmente tiene una larga gama de colores con los que se puede combinar perfectamente. Cuando se lo combina con el gris puede ser usado para reflejar sentimientos de confianza. Paletas de colores modernas se pueden crear agregando lima limón o un lila suave. Paletas azules, mas en tonos pasteles, sugiere juventud y se lo ve muy a menudo en productos para bebes varones; da a entender que todos los productos hechos para bebes son azules. (Boulton, 2009 pag.152)



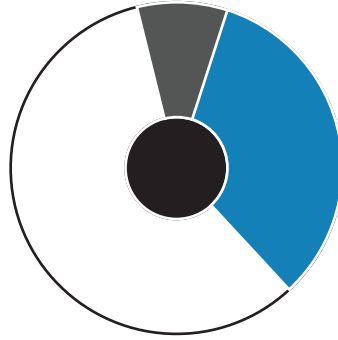
Buscando la conexión entre colores y temperamentos, hablamos del negro que no se lo toma como un color como tal. El negro se lo define como ausencia de un color pero también tiene cierto aire de estilo y toque de elegancia. En este sentido el negro, puede sugerir riqueza y abundancia. El negro debería ser usado esparcido, sobre todo en las páginas web, debido a su valor de cómo puede ser percibido. Un usuario de internet, siempre va a creer que una página web que contenga colores negros va a descargarse más rápido que una que contenga colores blancos. (Boulton, 2009,pag. 150)

Se puede tomar en cuenta también el color blanco y escalas de gris como se usaba en el logotipo antiguo ya que lo que se quiere transmitir es confianza, equilibrio y armonía como lo explica Boulton, ya que el usuario como lo muestra la investigación es diverso.



El color blanco, no es ni siquiera un color. Nos encontramos con diferencias culturales. En Oriente, el blanco es asociado con funerales, muerte y duelo. Por otro lado en el Occidente es todo lo opuesto, ya que se lo asocia con simplicidad, pureza y bondad. Nosotros vemos el color blanco a donde quiera que vayamos, en logos, negocios, edificios donde nos queremos sentir calmados y relajados. El blanco, es quizás, uno de los más importantes componentes de las paletas de colores, ya que le da base a un color en donde los otros colores trabajan. (Boulton, 2009,pag. 150)

La paleta de colores entonces será la siguiente:



Esta mantiene el concepto moderno y minimalista que se quiere lograr.

- El blanco es el predominante, siendo este el fondo principal de los textos, para así poder crear contraste y por consiguiente legibilidad.
- El azul en segundo lugar ya que es el color del logotipo que se usará y estará presente tanto en tipografía como en colores de fondo.
- El Negro estará presente de igual manera tanto en textos como en colores de fondo para crear contraste de secciones y brindar al usuario una señal de donde se encuentra.
- El gris estará presente en textos y con esto se podrá crear jerarquías con color como se mencionó previamente.

2.3.1.3. Selección de Tipografía

Para decidir que tipos de letra se usarán en el sitio, hay que tomar en cuenta nuevamente el hecho de que el sitio se va a desplegar no solo en computadoras sino también en dispositivos móviles como lo exige el usuario.

Al elegir los tipos de letra para la Web, se debe tener en cuenta las siguientes cualidades: estilo, forma, lo fácil que es para leer, el uso previsto de la tipografía – si es para lectura larga o de manera decorativa, como renderiza en distintos dispositivos, si es que fue hecha para pantalla o no y si es gratuita o pagada. (Viljami Salminen, 2013, Prototyping Responsive Typography, <http://viljamis.com/>)

El hecho de que el sitio se deba adaptar a dispositivos, significa que las columnas de texto serán elásticas y por lo tanto los párrafos no tendrán un ancho definido. El problema está cuando una columna es muy delgada lo cual sucede en un dispositivo móvil y un título puede llegar a ocupar demasiados renglones.

Marko Dugonjić, habla un poco sobre este tema:

Tipografías condensadas, así como tipografías decorativas especializadas están siendo redescubiertas en los sitios webs. Estos añaden estilo y peso, que funciona especialmente bien para llamar la atención en los encabezados y como enlaces de texto largo. (Dugonjić, 2013, Designing For The Reading Experience, smashingmagazine.com)

A lo que se refiere Dugonjić es que, como se mencionó previamente, una tipografía condensada para titulares es ideal cuando el sitio es elástico. Se muestra un ejemplo a continuación:

**“NOTEVAGUSTAR”
(URUGUAY) ESTE
AÑO EN EL
QUITOFEST**

Después de una excelente participación en el quitofest 2010 del Cuarteto de Nos, la organización del festival apuesta en esta décima primera edición por otra gran propuesta musical independiente del Uruguay, la banda NO TE VA GUSTAR.

**“NOTEVAGUSTAR” (URUGUAY)
ESTE AÑO EN EL QUITOFEST**

Después de una excelente participación en el quitofest 2010 del Cuarteto de Nos, la organización del festival apuesta en esta décima primera edición por otra gran propuesta musical independiente del Uruguay, la banda NO TE VA GUSTAR.

Como se observa en el ejemplo, se puede reducir hasta la mitad de renglones en un título utilizando una tipografía condensada, por supuesto sin perder legibilidad y manteniendo jerarquía.

Las tipografías a usarse serán tomadas de Google Fonts, un directorio de tipografías gratuitas de fácil implementación y de alta compatibilidad con navegadores.

Para titulares como se pudo apreciar, será una tipografía condensada para ahorrar espacio y mostrar una mayor cantidad de información por página. Así el usuario tendrá a su disposición accesos directos de otros artículos de su interés.

Google fonts ofrece una gran variedad de tipografías condensadas. Entre las destacadas podemos encontrar:

Normal 400

PULPO 3 REGRESA AL QUITOFEST CON SU MEJOR SHOW

Six Caps, 1 Style by [Vernon Adams](#)

Six Caps nos ofrece un solo grosor y es una de las más condensadas lo cual disminuye legibilidad. Además la altura de la x casi alcanza la línea de las ascendentes, lo cual también disminuye su legibilidad.

Normal 400

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Squada One, 1 Style by [Joe Prince](#)



Add to Collection

Squad One que también nos ofrece un solo grosor y es medianamente condensada lo cual es bueno por su legibilidad pero en un título largo, sigue ocupando mucho espacio.

Normal 400

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Bold 700

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Normal 400 Italic

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Bold 700 Italic

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Economica, 4 Styles by [Vicente Lamónaca](#)

Económica que nos ofrece 4 opciones de las cuales dos son Italic siendo estas descartadas, ya que no se las recomienda usar en titulares.

Book 300

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Normal 400

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Bold 700

Pulpo 3 regresa al Quitofest con su mejor show

Oswald, 3 Styles by [Vernon Adams](#)

Y Oswald, siendo esta la más adecuada ya que nos ofrece 3 opciones medianamente condensadas, una distancia apropiada entre la altura de la x y la ascendente, lo cual aumenta legibilidad.

De la misma manera para párrafos, se selecciona una tipografía que combine con los titulares. Con los mismos criterios de selección y tomando en cuenta una gran variedad de tipografías, se selecciona “Gudea” como la tipografía para párrafos y para submenús y para información de la publicación.

Normal 400

Lorem ipsum dolor sit amet

Bold 700

Lorem ipsum dolor sit amet

Normal 400 Italic

Lorem ipsum dolor sit amet

Gudea, 3 Styles by [Agustina Mingote](#)

Esta es bastante legible, tiene 3 grosores y uno de ellos es italic que en este caso nos servirá para enfatizar textos y destacarlos del contenido cercano.

Se han seleccionado dos tipografías sin serif ya que esto facilita la lectura en pantallas, brinda un ambiente informal, joven y fresco, que es precisamente lo que el usuario busca en este sitio.

Las tipografías sin serif son las mejores para pantallas. Mientras las tipografías con serif interrumpen el flujo de lectura en pantalla (a pesar de que crean el flujo en impresos), las sin serif crean un proceso de lectura intuitivo y limpio en la pantalla. Las tipografías Sans Serif producen una sensación de informalidad, es por eso que no son buenas para sitios de leyes, pero son perfectas para blogs y sitios personales. (Alex Bulat, "Font Psychology: What Your Font Says About Your Website", <http://blog.templatemonster.com/2012/05/16/font-psychology/>)

2.3.1.4. Imágenes

Una imagen vale más que mil palabras, y grandes imágenes ayudan a hacer la diferencia entre un sitio promedio y uno verdaderamente cautivador. "Las imágenes son utilizadas para ponerle tono a un sitio en el menor tiempo que toma leer una descripción." (Duckett, 2011, pag 98)

Si se tiene una página que muestra un sin número de fotografías (como es el caso de la galería del sitio), solo con ponerlas en un fondo simple pero consistente ayuda a que luzcan mejor en un grupo.

Duckett hace las siguientes recomendaciones al poner imágenes en la web.

Las imágenes deberían :

- Ser relevantes
- Transmitir información
- Transmitir el estado de ánimo adecuado
- Ser instantáneamente reconocidas
- Adaptarse a la paleta de colores

En este caso las fotografías e ilustraciones, no deberán ser ofensivas, violentas, agresivas ni racistas, para reafirmar que, desde la música se generan diversos estilos de vida y nuevas prácticas culturales juveniles, los cuales deben ser comprendidos para ser aceptados y

desmitificados, además de fortalecer la idea de tolerancia, igualdad social, de salud, derechos y expresión juvenil.

2.3.2. Elementos

Se tomará como punto de partida la manera en la que se muestran los elementos en la maqueta para ir diseñando las partes, manteniendo el concepto moderno y minimalista que se ajuste a esta variedad de públicos ya mencionada.

2.3.2.1. Encabezado y navegación

La navegación de un sitio no solo ayuda a la gente a encontrar a donde ellos quieren ir, si no que los ayuda a entender de que se trata el sitio y como está organizado.

Según Duckett, una buena navegación tiende a seguir los siguientes principios:

Conciso

Idealmente la navegación debería ser rápida y fácil de leer. Es una buena idea tratar de limitar el número de opciones en el menú a no más de ocho links. Estos pueden enlazar a la sección de páginas web que a su vez enlazan con otras páginas.

Claro

Los usuarios deben poder predecir el tipo de información que quieren encontrar en esa página incluso antes de hacer click en el link. Y de ser posible, elegir un par de palabras para cada link en vez de frases.

Selectivo

La navegación debe solo reflejar las secciones o el contenido de la página. Las funciones como búsqueda e ingreso, e información legal como términos y condiciones y otras más están en mejores condiciones en otro lugar de la página.

Posee Contexto

Una buena navegación provee contexto. Deja al usuario saber en dónde está en la página web en ese momento. El uso de un color diferente o algún tipo de marcador visual para indicar la página actual, es una buena manera de hacer esto.

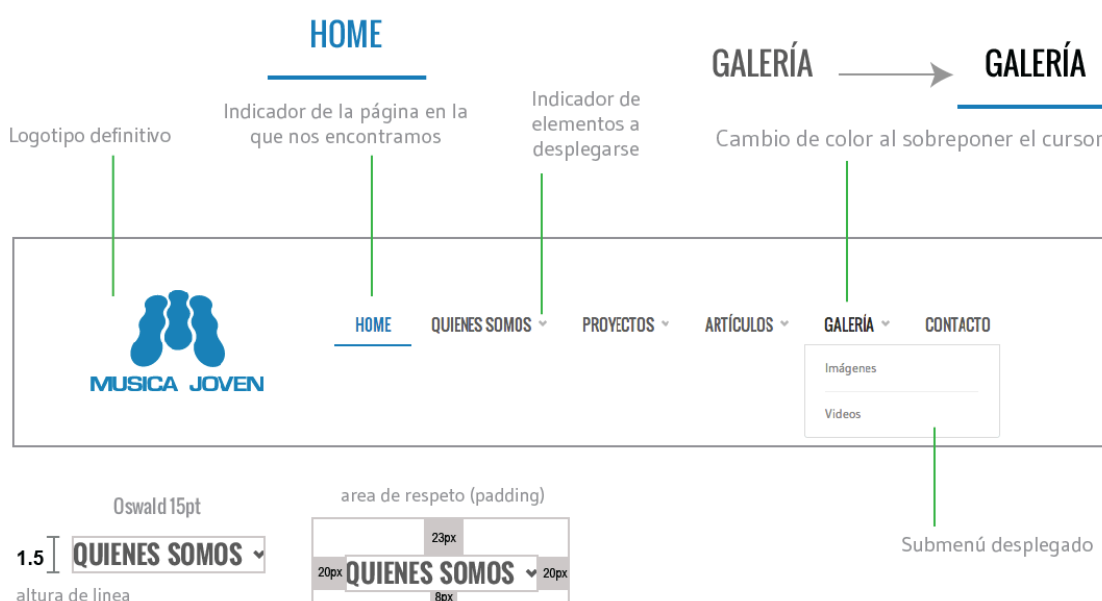
Interactiva

Cada link debe ser lo suficientemente grande para poder darle click y la apariencia del mismo debe cambiar cuando el usuario se pose encima de él o le de un click. También debe ser visualmente diferente de los otros contenidos de la página web.

Consistente

Mientras más páginas un sitio contenga, mayor debe ser el número de ítems de navegación que el mismo debe tener. Aunque la navegación secundaria va a cambiar de página a página, es mejor mantener la navegación primaria exactamente igual.

De esta manera partiendo de la maqueta y siguiendo el concepto, se llega a la siguiente forma:



El tipo de letra del menú será "Oswald" ya que al ser condensada los ítems actuales se podrán juntar con nuevos ítems y el ancho de las palabras no provocará que se junten demasiado. Es además atractivo para el usuario tener este tipo de letra en el menú, ya que se crea un bloque sólido y consistente.

El tamaño de letra será de 13px que es un tamaño adecuado para la lectura y además funcional al momento de agregar nuevos ítems como se mencionó previamente. Estarán en mayúsculas para compactarlas y crear este bloque sólido en la parte superior del sitio para que invite al usuario a acceder a las distintas páginas.

Deberá haber un indicador que nos diga en que parte del sitio nos encontramos, así como un indicador o variante en el elemento al posar el mouse. Este último con el fin de dar un efecto simple de interactividad que invite al usuario a dar click en ese elemento.

Para que el usuario sepa en qué parte del sitio se encuentra, la palabra tomará el color azul y además para que sea más evidente, una línea de un grosor de 2px se posará debajo del ítem, esto con el fin de enfatizar la señal para el usuario.

Cuando se ubica el cursor sobre un ítem, el color cambiará de gris a negro y de igual manera se usará la línea descrita previamente para resaltar aún más el elemento de entre los demás.

Hay que tomar en cuenta los elementos del menú que tienen subelementos como son "Quiénes somos", "Proyectos", "Artículos" y "Galería". Estos deberán tener un indicador o algo que los diferencie del resto para que el usuario sepa que dicha sección tiene subsecciones. Se usará en este caso una flecha muy discreta, apuntando hacia abajo, indicado que posee subelementos.

Se define además las distancias entre elementos de una manera más detallada, tanto la altura de la línea como el área de respeto de la palabra para guardar distancia con los elementos que lo rodean.

El submenú será un recuadro que incluya los subelementos separados por una línea muy tenue manteniendo la simplicidad, la claridad en los elementos. Se usará un tipo de letra diferente, así como tamaño y color para crear ese contraste y jerarquía que sugiere Duckett. El tipo de letra será "Gudea" a 16px color gris claro".

Ahora la transformación que tendrá el menú al verse en un dispositivo móvil, estará sujeta a varios puntos de quiebre para evitar que los ítems del menú empujen demasiado al slider y se lo pueda observar de entrada en un móvil.

El primer punto de quiebre del que habíamos hablado, es a los 720 donde el contenido del sitio pasa a estar en una sola columna, pero en el encabezado los ítems pasan de estar en una línea a estar en una columna para que se acoplen mejor a la pantalla del dispositivo, en este caso podría ser una Tablet.



HOME

NOTICIAS

QUIENES SOMOS

PROYECTOS ▾

CONTACTO

Pero es necesario incluir un punto de quiebre más a los 640px, específicamente para el encabezado ya que al estar los ítems del menú desplegados en columna, empujan al slider tanto que sale de la pantalla del dispositivo si se trata de un teléfono inteligente que tiene una pantalla de menores dimensiones que las de una Tablet. Entonces se crea un botón que al presionarlo, despliega el listado de ítems del menú.



De esta manera el usuario, si desea, puede continuar viendo el resto del contenido que tiene el home sin desplegar el menú.

De esta manera, siguiendo el concepto que se ajusta al usuario y tomando en cuenta los principios que menciona Duckett, el encabezado del sitio queda listo y se continúa de la misma manera con los siguientes elementos.

2.3.2.2. Slider

Slider es el nombre común que se le da a un elemento del sitio en el que circula información constantemente. En este caso circularán las fotografías de los artículos recientes, acompañadas de su respectivo nombre del artículo y datos como la fecha en la que ha sido publicado y el número de vistas. De esta manera se puede saber la popularidad de un artículo.

Partiendo nuevamente de la maqueta, el slider toma la siguiente forma.



Los artículos van del más reciente al más antiguo cronológicamente.

El número está presente para cuando se lo visita desde un dispositivo móvil

Las imágenes a utilizarse corresponderán con la publicación realizada. Estas no deberán mostrar violencia, ni deberán ser agresivas ni racistas, como se mencionó previamente para fortalecer la idea de tolerancia, igualdad social, de salud, derechos y expresión juvenil.

La imagen ocupa un gran espacio del sitio, esto con el motivo de llamar la atención al usuario y atraerlo hacia los artículos más recientes. Esta además llevará una etiqueta que indique de que trata dicha foto. Esto será muy útil en móviles ya que no se desplegará el título de la publicación.

La tipografía de esta etiqueta será "Oswald 36px mayúsculas" en todas las fotografías, ya que esta representa al gran titular del sitio y deberá ser un bloque sólido y conciso. Esta etiqueta deberá ir en un color en escala de grises, que contraste con la fotografía.

El Slider en general brinda un espacio muy limpio y sencillo de interactividad en el que el usuario puede seleccionar una de las últimas 5 publicaciones y por consiguiente acceder a una de estas.

Para esto al lado de la foto de la publicación se ubica el listado de las últimas 5 publicaciones. Estas están enumeradas ya que al momento de desplegarlo en un móvil, lo único que se mostrará es dicho número, debido a la considerable disminución de espacio y no se puede sacrificar la fotografía junto con la etiqueta que es lo más importante.



Para tener concordancia con la etiqueta de la foto, la tipografía del titular, va también en “Oswald”

Se muestran también datos muy importantes para el usuario como son la fecha de publicación y el número de veces que se ha visto el artículo, con el fin de dar a conocer que tan antigua y popular es la noticia. En móviles no se despliega esta información debido a la falta de espacio para desplegarla.

Ya que estos son datos complementarios, se mostrarán con el tipo de letra “Gudea” con un tamaño considerablemente menor para que el titular mantenga jerarquía.

Se usará negro de fondo en los titulares de los artículos para resaltar la fotografía que es lo que más llamará la atención del usuario y el color azul se hará presente en el artículo seleccionado, marcando gran diferencia con el resto de artículos. De esta manera será evidente para el usuario cuál es el artículo seleccionado.

2.3.2.3. Módulos

Se ha denominado módulos a los bloques de información que vienen a continuación del slider, estos contienen información relevante para el usuario de las distintas categorías del sitio. Estas categorías son: Noticias, Eventos y La Escena. Con estos módulos el usuario podrá tener una visión general del contenido más reciente y posteriormente tomar una decisión de qué contenido leer.

Partiendo igualmente desde la maqueta y continuando con el mismo concepto y línea gráfica de acuerdo al usuario, se llega a lo siguiente:



Se puede destacar el artículo más reciente con una fotografía y titular más grandes que los artículos siguientes para crear jerarquía de tamaño y llamar la atención del usuario hacia el artículo más reciente de dicha sección.

Tomando en cuenta algunos aspectos de jerarquía, se debe ajustar el tamaño de las tipografías así como el de las imágenes ya que la columna es delgada y los titulares necesitan su espacio. Es conveniente además mostrar un extracto del artículo más reciente para que el lector sepa de que trata dicho artículo.

Al existir por el momento 3 categorías y sólo dos columnas para los módulos, se diseña un módulo diferente para romper con las columnas.



Este módulo tiene elementos en común que ayudarán al usuario a identificar brevemente la ubicación de los distintos elementos. Este ocupa un ancho de dos columnas lo cual brinda un mayor espacio tanto para el título como para el párrafo y permite ubicar la imagen destacada a la derecha. Esta es una estructura bastante conocida en blogs entonces el usuario estará familiarizado con la disposición de los elementos.

Si juntamos los módulos de las 3 categorías se obtiene lo siguiente:

EVENTOS

VER TODOS



APR 18 | 10 VISTAS

La ciudad crece, tu festival también

El Festival en su décima primera edición se lo realizará en el nuevo Parque Bicentenario ubicado en el antiguo aeropuerto Mariscal Sucre, demostrando una vez más uno...

NOTICIAS

VER TODOS



APR 19 | 16 VISTAS

KOP (Catalunya) este año en el Quitofest

Gracias a la gestión de la Fundación con organizaciones internacionales tendremos este año la presencia de la banda KOP de Catalunya, banda hardcore, activista y una...



PULPO 3 REGRESA A QUITOFEST CON SU MEJOR SHOW

APR 19 | 3



"NO TE VA GUSTAR" EN EL QUITOFEST 2013

APR 19 | 6

LA ESCENA

VER TODOS



RoCola Bacalao presenta su 5to. disco

APR 25 | LA ESCENA | MÚSICA JOVEN

Con casi 14 años de música, más de 600 conciertos, 5 producciones discográficas, 7 videoclips (uno de ellos dirigido por el cineasta ecuatoriano Sebastián Cordero), varios conciertos...

Los módulos al desplegarse en dispositivos móviles, lo hacen de la misma manera pero se ubican uno debajo de otro, es aquí donde la línea separadora juega un papel muy importante, ya que divide las secciones.



APR 18 | 10 VISTAS

La ciudad crece, tu festival también

El Festival en su décima primera edición se lo realizará en el nuevo Parque Bicentenario ubicado en el antiguo aeropuerto Mariscal Sucre, demostrando una vez más uno...

2.3.2.4. Columna de información complementaria

La columna de información complementaria, está destinada a estar siempre presente en todas las páginas del sitio, para que de esta manera el usuario tenga fácil acceso a los elementos más relevantes del sitio.

Está destinada también a portar información de las redes sociales, de esta manera el usuario si desea, puede seguir a la Fundación tanto en Facebook como en Twitter.

PROYECTOS

Se les dará un mayor protagonismo a los proyectos creando un menú extra que despliegue los proyectos en los que trabaja la Fundación. Este menú se ubicará en esta columna estará presente en todas las páginas del sitio.



REDES SOCIALES

Se dará también un mayor protagonismo a las redes sociales, incluyendo el enlace de Facebook y Twitter en esta columna, para darle al usuario facilidad de acceder a las mismas.



RADIO

Además de esto se ubicará un elemento muy importante como es la Radio ya que es un elemento que busca el publico objetivo como se pudo observar en la encuesta.

Será un elemento muy sencillo visualmente pero de un gran valor para el usuario ya que podrá escuchar música independiente nacional, mientras navega por el sitio. Esta es una parte del proyecto que se irá potenciando con el tiempo, en un principio se transmitirá solamente música y posteriormente se crearán programas con locución.

La columna de información complementaria, va precisamente encabezada por la radio.

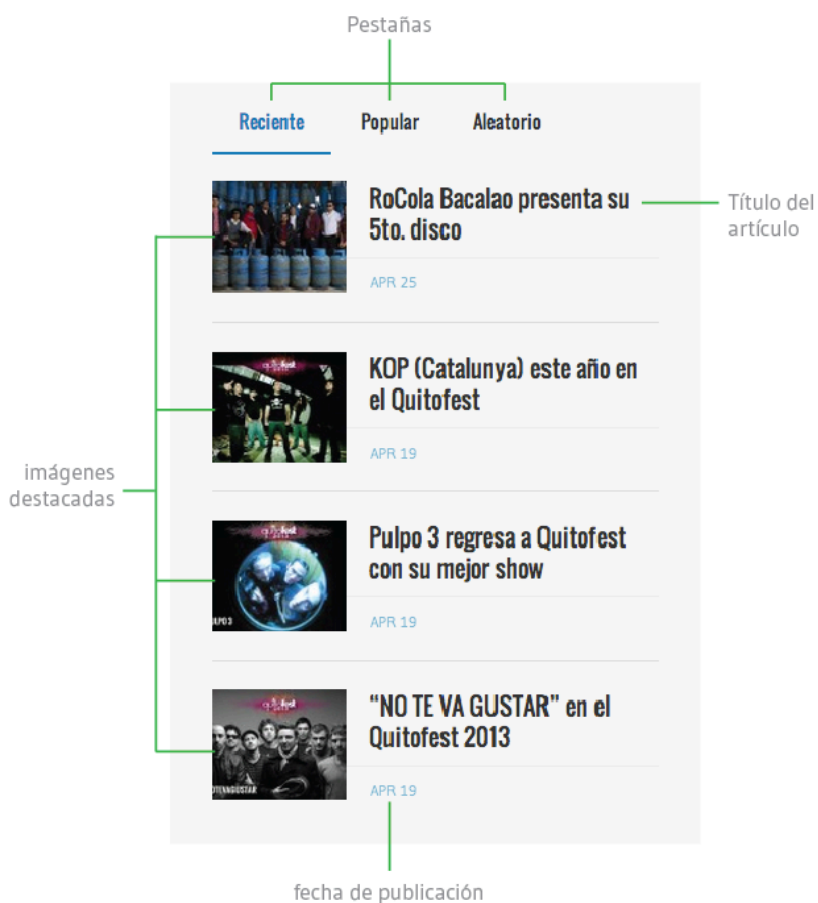


La radio como se puede observar, es un elemento muy simple de interacción, tan solo con dar un click en el botón play se podrá disfrutar de la música.

La radio lleva por detrás un sistema gratuito de streaming que le permitirá a la Fundación transmitir música desde cualquier computador que posean conectado a internet.

MODULO DE PESTAÑAS

El módulo de pestañas es quizá el elemento más importante de la columna de información complementaria ya que este mostrará los artículos, de una manera diferente: Artículos recientes, Artículos Populares y mostrará los artículos también de una forma aleatoria.



Este módulo le da dinámica e interactividad al sitio y además el usuario tiene la oportunidad de ver artículos que quizás no pudo ver en el home.

Este módulo mantiene la estructura de los demás módulos en los que la foto se ubica a la izquierda y el título a la derecha, pero con un incremento de tamaño en las imágenes para poder diferenciarlas de las imágenes miniaturas de un módulo de artículos.

FACEBOOK

Como se mencionó previamente, Facebook estará presente en el sitio, no para desplegar su contenido sino para que la gente sepa qué personas están siguiendo a la Fundación.



De esta manera el usuario que accede al sitio podrá ver cuales de sus amigos siguen a la Fundación en Facebook, e inmediatamente con un click seguir a la fundación.

Si se juntan los 5 elementos de la columna de información complementaria, se obtiene lo siguiente:

PROYECTOS DE LA FUNDACIÓN

Quitofest
Responsabilidad Social
Tocadas.com
Encuentro de Festivales
Rueda de Negocios

RADIO MÚSICA JOVEN



SÍGUENOS EN



Reciente Popular Aleatorio



BANDAS CONFIRMADAS
Quitofest 2013 (hasta la fecha)

JUN 23



Quitofest décima primera edición

ABR 25



KOP (Catalunya) este año en el Quitofest

ABR 19



Pulpo 3 regresa a Quitofest con su mejor show

ABR 19

SÍGUENOS EN FACEBOOK



Fundación Música Joven

Like

10,253 people like Fundación Música Joven.



Facebook social plugin

2.3.2.5. Artículos

Este espacio está destinado al texto e imágenes que tendrá un artículo; es decir, la información que publique la fundación.

Estos artículos van de acuerdo con las categorías; es decir, noticias sobre el acontecer del mundo musical independiente nacional e internacional, información de los eventos a organizarse y además artículos que hablen especialmente sobre la trayectoria y producción de las bandas nacionales.

Como se muestra en la maqueta, el espacio destinado para un artículo es de 2/3 del ancho del sitio ya que se mantiene la columna de información complementaria.

Los artículos tendrán un espacio más libre en cuanto a diagramación; es decir, debido a que estos estarán enlazados con Wordpress, los editores(miembros de la Fundación) tendrán libertad de crear contenidos y jerarquías en titulares así como integrar imágenes y videos. A pesar de eso se configura el tamaño y tipo de letra de los títulos así como de los párrafos.

ENCABEZADO



El encabezado llevará la fotografía destacada del artículo ya que siempre es importante mostrársela al usuario y en grande para que se siente atraído por esta y continúe con la lectura del artículo.

A continuación de la fotografía como se muestra en la imagen, se incluye el titular (Oswald 36px) e información de la publicación (Gudea 10px). Se mantienen los tipos de letra tanto de titulares como del resto del texto. Con esto se crea una evidente jerarquía que guiará al usuario por todo el sitio.

CUERPO

Título

Subtítulo

PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES:

Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación
- SENESCYT

Participó con su stand principal en un auditorio sobre Yachay, la Ciudad del Conocimiento, que buscaba la apropiación real de este importante Proyecto educativo nacional. Además contó con un stand dentro del mismo Palacio de Cristal para informar sobre el sistema nacional de becas.

Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura contó con sus delegados, Mayra Estévez y Fabiano Cueva, para el Encuentro de productores de festivales y programadores independientes.

Fiscalía General del Estado

Promoción institucional, difusión de programas como trata de personas, denuncias, protección de víctimas y testigos. Aprovecharon el espacio para brindar charlas sobre los temas mencionados con expositores especializados en trata de personas y violencia de género.

Las imágenes ocuparán todo el ancho del artículo al igual que los párrafos. Los títulos se configuran de la siguiente manera:

 Lorem ipsum dolor sit amet 	Oswald Bold 40px
 Lorem ipsum dolor sit amet 	Oswald Bold 36px
 Lorem ipsum dolor sit amet 	Oswald Bold 26px
Lorem ipsum dolor sit amet	Gudea Normal 22px
Lorem ipsum dolor sit amet	Gudea Normal 18px
Lorem ipsum dolor sit amet	Gudea Normal 16px

De esta manera la persona que cree los artículos podrá hacer uso de estos formatos de titulares para crear jerarquía en los contenidos.

Los párrafos irán con “Gudea” 16px y con un interlineado de 1.5 en relación al tamaño de la tipografía es decir 24px. Con esto se le permitirá al usuario una lectura limpia y consistente tanto en monitores como en dispositivos móviles.

2.3.2.6. Galería

Se espera que la galería sea un espacio muy visitado ya que esta recolectará las fotografías tomadas en los eventos como el Quitofest. Estas fotografías de igual manera deberán ser apropiadas según los principios de la Fundación, restringiendo la violencia y la desigualdad.

La galería ocupará el mismo espacio que un artículo y esta será configurada como una retícula de imágenes, además habrá la posibilidad de ver las fotografías ampliadas.

Al posar el cursor sobre una de las imágenes, al igual que hacerlo sobre un enlace, esta cambia de estado para indicar que se puede dar click e invitar al usuario a abrirla.

Título de la galería

IMÁGENES QUITOFEST 2012

Datos de publicación

EN ABRIL 18 | EN GALERÍA, IMÁGENES | POR MÚSICA JOVEN

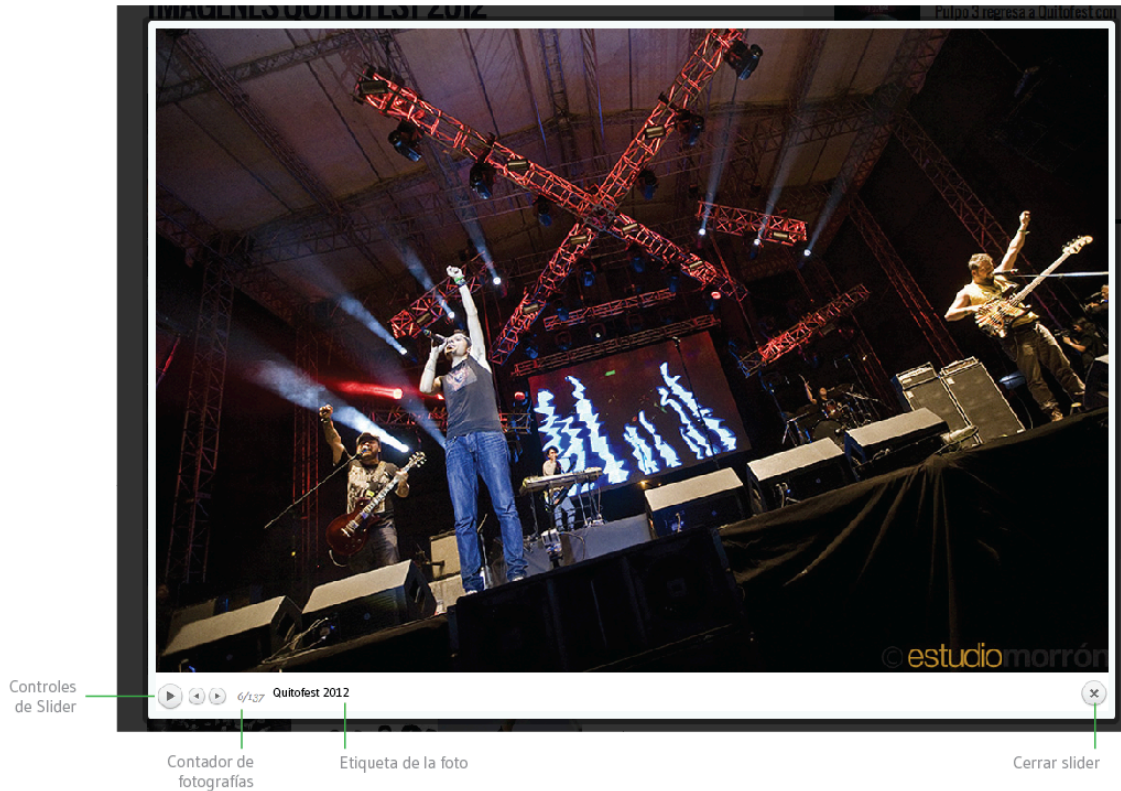
Foto seleccionada



Retícula de fotografías

La imagen señalada en la retícula se cubrirá con una capa negra con transparencia para diferenciarla de las demás y se usará además un ícono muy común en la web que significa desplegar más información.

Al abrir una de las fotos se desplegará una ventana extra con la fotografía ampliada. De esta manera se podrá apreciar la fotografía en grande, provocando una mejor experiencia en el usuario.



Esta imagen, mediante programación se convierte en un slider con controles para hacer correr todas las fotos de la galería una tras otra con un efecto de desvanecimiento. De la misma manera se puede utilizar los botones de anterior y siguiente para tener el control sobre la presentación de las imágenes.

El slider cuenta con un indicador del número de fotografía en la que nos encontramos además de una etiqueta de la foto, que permitirá identificar el contenido de dicha imagen.

Todo este mecanismo le facilita al usuario el mirar todas las fotografías de la Galería y tener una mejor experiencia.

Debido a la cantidad de información que se posee al momento del lanzamiento, Las Galerías se distribuirán en cada uno de los proyectos, teniendo por lo pronto fotografías para el Quitofest y la Feria de Responsabilidad Social e Informativa. Esto con el motivo de integrar la información de los proyectos junto con su material multimedia.

2.3.2.7. Pie del Sito (Footer)

Partiremos de igual manera de la maqueta.

Acá podemos observar 4 bloques de información, cada uno con un título indicando de qué se trata la sección. Se mantiene el tipo de letra de los títulos.



Se necesita marcar una diferencia con el resto del sitio para que el usuario lo identifique como el footer. Siendo este de color negro marcará de manera evidente el cambio de sección.

La suscripción del boletín es de suma importancia así que este gran botón llevará otro color. Por otro lado se puede enfatizar un poco los titulares agregando una línea debajo de estos.

Los íconos de las redes sociales pueden tener su estilo también. Serán círculos que destacarán más en el footer.

2.3.2.8. Formulario de contacto

Al ingresar a contacto desde el menú se podrá acceder al siguiente formulario.

Título del área

CONTACTO

Etiquetas

Nombre

Email

Mensaje

Cuadros de ingreso de texto

opción de envío de copia Enviar una copia de este email a ti mismo

Botón de envío

Diseñado en base a los parámetros que se han venido utilizando en todo el sitio, mantiene su concepto moderno y minimalista. Este enviará el mensaje directo al correo del director de la fundación.

2.3.2.9. Barra de integración de sitios

Se implementará una barra de integración en los tres sitios que gestiona la fundación, creando de esta manera para el usuario un identificador común. Esta se ubicará en la parte superior de cada sitio y llevará en ella los enlaces a cada uno de estos sitios.



Esta barra está diseñada con la cromática de los ambientes de cada sitio con sus logotipos como representantes. Está configurada con una altura de 35px, siendo esta una altura discreta donde se pueda apreciar los logotipos de una manera legible pero sin empujar mucho el contenido de los distintos sitios.

Se espera con esta barra de integración aumentar el flujo de visitas de los 3 sitios.

2.3.2.10. Diseño de Boletín

Por otro lado tenemos el Boletín que será enviado a los usuarios que se suscriban en el sitio para recibir las noticias que la Fundación brinda. Estas son prácticamente las mismas que se publican en el sitio pero las más relevantes.

De esta manera el usuario puede no acceder al sitio pero continuar informándose del acontecer musical independiente de Ecuador.

Este fue configurado con MailChimp que es un servicio de gestión de Boletines cuyo funcionamiento se explicará de manera más detallada posteriormente, mientras acá se procede a describir el Diseño.

MailChimp brinda la posibilidad de configurar una plantilla de correo para que esta posteriormente sea procesada y utilizada para llenarla de contenidos. Estos contenidos serán los mismos que se muestran en el sitio web.

Se empieza así como se hizo en el diseño del sitio con una maqueta, que de igual manera será flexible para poder ser legible en un dispositivo móvil.

Nombre del boletín

Opción de visualización

Boletín Música Joven Mayo

Ver este email en tu navegador



MUSICA JOVEN

Logotipo

Título noticia principal

NOTEVAGUSTAR EN EL QUITOFEST 2013



Imagen noticia principal

Extracto noticia principal

Después de una excelente participación en el quitofest 2010 del Cuarteto de Nos, la organización del festival apuesta en esta décima primera edición por otra gran propuesta musical independiente del Uruguay, la banda NO TE VA GUSTAR. [Leer más](#)

Enlace para continuar leyendo el artículo en la página

Imagen noticia Secundaria



ROCOLA BACALAO PRESENTA SU 5TO DISCO

Con casi 14 años de música, más de 600 conciertos, 5 producciones discográficas, 7 videoclips (uno de ellos dirigido por el cineasta ecuatoriano Sebastián... [Leer más](#)

Título noticia secundaria



KOP (Catalunya) este año en el Quitofest

Gracias a la gestión de la Fundación con organizaciones internacionales tendremos este año la presencia de la banda KOP de Catalunya, banda hardcore, activista... [Leer más](#)

Extracto noticia secundaria



Enlaces a redes sociales y al sitio

Información de la fundación

Copyright © 2013 Fundación Música Joven, All rights reserved.
Te has suscrito al Boletín Música Joven

Our mailing address is:
Fundación Música Joven
Quito Canton, Pichincha, Ecuador
Quito Canton EC170102
Ecuador

Opciones de suscripción

[Add us to your address book](#)
[Darse de baja](#) [actualizar preferencias de la suscripción](#)

MailChimp

Es recomendable que el ancho máximo del contenido de un correo sea de 600px para tener la máxima compatibilidad con Software de correo electrónico como lo es Yahoo, Hotmail y Gmail que son servicios en línea así como programas de computadora como son Mail, Entourage, Outlook entre otros.

Existen algunas limitantes al momento de crear una plantilla por temas de compatibilidad. Especialmente en la tipografía ya que esta debe ser de las nativas de un sistema operativo como Arial, Verdana, Times New Roman, Tahoma.

Optaremos entonces por Arial, siendo esta la de mayor similitud con “Gudea”, a tipografía usada en el sitio. Lastimosamente no existen tipografías nativas condensadas entonces no se podrá generar el mismo estilo visual que en el sitio.

Se incluirán en el pie, enlaces a las redes sociales e información de la fundación así como se lo hace en el sitio. Se puede jugar con el color de fondo así que se lo hará con el azul así como en el sitio.

De esta manera culmina el Diseño de la plantilla, y en general de la interfaz gráfica del sistema. Lo que viene a continuación será la parte de Desarrollo, la cual no se describirá a fondo como se hizo con esta sección ya que es un ámbito correspondiente en gran parte a otras disciplinas como es la ingeniería en sistemas.

2.4. DESARROLLO DEL SISTEMA

El desarrollo del sitio se da una vez terminada la fase de maquetación y diseño de partes. Entonces se acude en este momento a lenguajes de programación (que serán procesados por los navegadores de internet) y a herramientas que facilitan la construcción del sitio.

2.4.1. ¿Como la gente accede a la web?

Antes de revisar el código y las herramientas que se usan para el desarrollo de un sitio web, es importante considerar las maneras que tiene la gente de acceder a la web y entender algo de terminología.

2.4.1.1. Exploradores

La gente accede a la web usando un software¹² llamado **explorador web**. Los ejemplos más populares incluyen a Firefox, Internet Explorer, Safari, Chrome y Opera. Para poder observar una página web, los usuarios pueden ingresar la dirección de una página web en el explorador o dar click en un link de otra página web.

Las empresas que producen software, regularmente lanzan nuevas versiones de exploradores con nuevas características y además nuevos sistemas que apoyan nuevos idiomas. Es importante, recordar, que algunos usuarios no tendrán acceso desde su computador, ya que no manejan las versiones actualizadas.

Entonces no se puede confiar que todos los usuarios sean capaces de utilizar el sitio con las últimas funciones ofrecidas dentro de ese explorador.

2.4.1.2. Servidores Web

Cuando uno se pregunta por los servidores, la solicitud se envía por Internet hasta llegar a un computador denominado servidor el cual aloja el sitio.

Los servidores son computadores especiales que están conectados a Internet, optimizados para alojar sitios web.

Las grandes compañías, manejan sus propios servidores, pero es común que se pague a una compañía de alojamiento de web para que maneje el sitio con un costo por hacerlo.

La Fundación paga por un espacio de alojamiento en un servidor donde tiene el sitio del Quitofest entonces ahí mismo será alojado el sitio de la Fundación.

2.4.1.3. Dispositivos

La gente accede a los sitios web desde una amplia gama de dispositivos como laptops, computadoras de escritorio, tablets y teléfonos móviles. Es importante recordar, que estos dispositivos tienen diferentes pantallas y unos tienen conexiones mas rápidas a internet que otros.

¹² *Software*. (Voz ingl.). 1. m. *Inform.* Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora. DRAE

Es por eso que el Diseño y Desarrollo del sitio se planifica de manera Responsive como ya se mencionó previamente.

2.4.2. Lenguajes de programación

Antes de describir los lenguajes de programación usados, primero se definirá lo que es un lenguaje de programación.

Un lenguaje de programación es un idioma artificial diseñado para expresar procesos que pueden ser llevadas a cabo por máquinas como las computadoras. Pueden usarse para crear programas que controlen el comportamiento físico y lógico de una máquina, para expresar algoritmos con precisión, o como modo de comunicación humana. (Learning Python, Fourth Edition O'Reilly. 2009.)

Para la construcción del sitio se hizo uso de **HTML**¹³, **CSS**¹⁴, **Java Script**¹⁵ y **PHP**¹⁶. Se describe de una manera detallada en el ANEXO 1.

2.4.3. Framework usado para construcción del sitio.

Antes que nada definiremos que es un Framework.

En el mundo del diseño web, un framework se define como un paquete formado por una estructura de archivos y las carpetas de código normalizado (HTML, CSS, JavaScript, etc) que se puede utilizar para apoyar el desarrollo de sitios web, como base para empezar a construir un sitio. (Equipo de Awwwards, 2013, "What are Frameworks? 22 Best Responsive CSS Frameworks for Web Design", www.awwwards.com)

El propósito de un framework es proveer de una estructura común para no programar desde cero y se pueda reusar el código provisto.

¹³ HTML siglas "Hyper Text Markup Language" que en español significa "Lenguaje de Marcado Hipertextual" <http://www.w3schools.com/>

¹⁴ CSS siglas de "Cascading Style Sheets" que en español significa "Hoja de estilo en Cascada" <http://www.w3schools.com/>

¹⁵ JavaScript es el lenguaje de programación más popular del mundo. Es el lenguaje de HTML y la red, los servidores, PCs, laptops, tablets, smartphones y más. Es un lenguaje de programación ligero. JavaScript programa código que puede ser insertado en páginas HTML. <http://www.w3schools.com/>

¹⁶ PHP siglas de "Hypertext Preprocessor" que en español significa "Preprocesador de Hipertexto".

En este caso, se utiliza un Framework llamado Themnific el cual provee módulos preprogramados de un nivel de complejidad un poco elevado, enlazando contenidos del CMS al sitio con PHP, automatizando partes con Javascript y brindando código base CSS para su reutilización.

Se necesitaría grandes habilidades en estos lenguajes de programación para crear el sitio desde cero.

2.4.4. CMS Gestor de contenidos

El sitio web de la Fundación será el medio principal por el cual la Fundación comunique sus actividades a sus públicos. Las personas que van a estar encargadas de publicar noticias en el sitio, tienen poco o nada de conocimiento de los lenguajes de programación con los que el sitio es construido; por lo tanto, publicar información mediante HTML, es una idea descartada.

La manera en la que se realiza esta actividad es mediante un “Content Management System” o CMS que en español significa “Sistema de Gestión de Contenidos”.

La ventaja de este enfoque es que la gente que no sabe cómo escribir en las páginas web puede añadir información fácilmente a un sitio y es posible cambiar esa presentación en la plantilla, y automáticamente se actualizarán todas las páginas que contengan esa plantilla. (Duckett, 2011, pag.33)

Existen varios CMS como Joomla, Drupal, Wordpress, entre los más conocidos, siendo Wordpress el elegido ya que es el que actualmente usan en la Fundación para publicar en el sitio del Quitofest. Lo usan de una manera bastante básica por lo que será necesario, una capacitación para que al sitio de la Fundación lo puedan aprovechar al máximo.

Se eligió WordPress para que sea usado por los integrantes de la fundación ya que:

Es uno de los más fáciles al momento de manejar múltiples autores, tipos de contenidos especializados y casi todo lo que los usuarios esperan de un CMS. Además de esto WordPress siempre ha sido conocido por su fácil manejo y

aprendizaje del mismo. Tiene además una interfaz de usuario amigable y si lo que se quiere es ser sencillo y fácil la mejor opción es usar WordPress. (Pros and Cons of Joomla, WordPress, and Drupal Consider These Features Before You Choose One of the “Big Three”, Bill Powell, <http://cms.about.com/od/cms-basics/a/Pros-And-Cons-Of-Joomla-Wordpress-And-Drupal.htm>)

Otra razón importante es que tanto para los integrantes de la fundación como mi persona, WordPress es el CMS que más conocemos y aplicamos, además de que la fundación ya lo utiliza para su sitio web del Quitofest.



The screenshot shows the WordPress dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with 'My Sites', 'My Blog', and '+ New'. Below this is a sidebar menu with options like 'Home', 'My Sites', 'Posts', 'Media', 'Pages', 'Comments', 'Appearance', 'Plugins', 'Users', 'Tools', and 'Settings'. The main content area features a 'Welcome to WordPress!' message with a 'Customize Your Site' button. To the right, there are 'Next Steps' including 'Write your first blog post', 'Add an About page', and 'View your site'. Below the welcome message is a 'Right Now' section with a table of content and discussion statistics. On the far right, there is a 'QuickPress' form for creating a new post.

Content	Discussion
1 Post	1 Comment
1 Page	1 Approved
1 Category	0 Pending
0 Tags	0 Spam

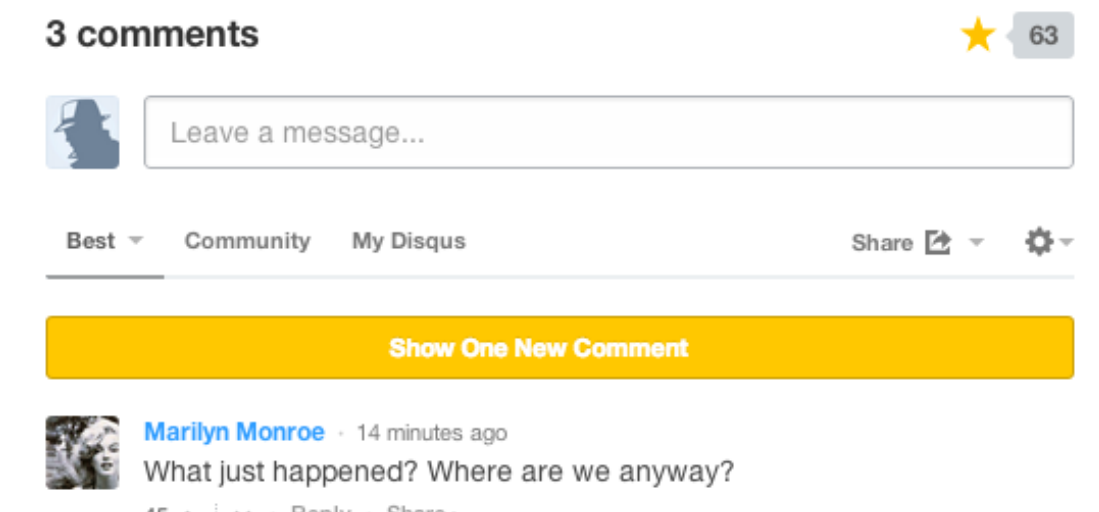
En la programación, el Framework elegido se enlaza de manera predeterminada con Wordpress. De esta manera todo funciona como un sistema que trabaja en función del tiempo, las publicaciones y la actividad del usuario en el sitio.

2.4.5. Sistema de comentarios

El Sistema de Comentarios, permite gestionar los distintos aspectos que un comentario de una publicación abarca. Aspectos como, censurar palabras, admitir o negar comentarios, además de eliminar comentarios que se realicen en las publicaciones.

El sitio de la Fundación es un sitio Web 2.0; es decir, se enriquece con los comentarios de los usuarios. El Framework elegido, mediante Wordpress, trabaja con su propio sistema de contenidos, pero este es muy básico en cuanto a integración con redes sociales y otras prestaciones.

Se ha decidido reemplazar el sistema de comentario predeterminado por uno externo, que es gratuito, muy popular y que tiene muchas otras prestaciones y una gran integración con redes sociales. El sistema de comentarios se llama Disqus.



2.4.6. Gestor de correos

El sitio web de la Fundación da la opción de suscribirse al Boletín Música Joven para así cada mes recibir un correo con las últimas noticias y las más destacadas, acerca de la música independiente nacional.

Para esto se necesita un espacio en el cual se pueda: administrar el listado de personas a las que se les enviará el correo, controlar los contenidos de dicho correo y además rastrear lo que sucede con estos correos; es decir, si estos han sido leídos o borrados. Este sistema se denomina Gestor de Correos.

Existen varios sitios que ofrecen este servicio, entre los más populares se encuentra MailChimp, Campaign Monitor y Phplist siendo MailChimp uno de los más populares y con la opción gratuita por tiempo ilimitado que permite enviar hasta 6 correos a 2000 suscriptores al mes.



La opción gratuita tiene algunas restricciones de rastreo pero en un inicio servirá muy bien hasta que la Fundación supere de 2000 el número de suscriptores. Hay que tomar en cuenta que tiene más de 10000 seguidores en Facebook.

Mailchimp es un sistema muy fácil de usar; sin embargo, será necesario una capacitación para aplicar la plantilla que fue diseñada acorde al sitio de la Fundación. Esta plantilla, al igual que el sitio web es amigable con dispositivos móviles.

La suscripción al boletín se la hace a través del sitio web dando click en el botón de suscripción que fue ubicado en el pie del sitio. Se abrirá una nueva pestaña en el explorador dando acceso a un pequeño formulario provisto por Mailchimp para la suscripción.

Boletín Música Joven

Suscríbete a nuestro boletín para estar informado del movimiento musical independiente * indica que es obligatorio

Email

[Suscribirse al Boletín](#)

3. IMPLEMENTACIÓN Y RESULTADOS

En este último capítulo se describe la manera de lanzar el sitio, como potenciarlo para ser encontrado fácilmente en buscadores como Google y rastrear la actividad del sitio así como la del boletín mediante herramientas de medición.

No se puede decir que el diseño y desarrollo del sitio y en general del sistema se ha finalizado, debido a que estará en constante cambio según el comportamiento del usuario, que se estudiará mediante las herramientas expuestas a continuación a partir del día del lanzamiento del sitio, 21 de junio de 2013.

3.1. Optimización en la búsqueda

La optimización en buscadores o “Search Engine Optimization”(SEO), es la práctica de tratar de ayudar a un sitio a aparecer lo más cercano posible al tope de los resultados en un buscador cuando las personas buscan temas que el sitio cubre.

La idea principal es trabajar cuáles son los términos que la gente probablemente digita en un buscador para encontrar un sitio y luego usar esos términos en los lugares correctos del sitio para incrementar las posibilidades de que aparezca un enlace al sitio en los resultados de búsqueda.

Para determinar quién está primero en los resultados, los motores de búsqueda no solo ven lo que aparece en el sitio, sino que además consideran el número de sitios que enlazan al tuyo (y qué tan relevantes esos enlaces son). Por esta razón, SEO usualmente se divide en dos áreas: Técnicas en la página y técnicas fuera de la página.

TÉCNICAS EN LA PÁGINA

Las técnicas en la página son métodos que se pueden usar en el sitio web para mejorar la puntuación en el motor de búsqueda.

El componente principal es observar cuáles son las palabras que la gente probablemente digitará en el motor de búsqueda para encontrar el sitio, y luego incluir esto en el texto y código HTML para de esta manera saber que el sitio cubre la búsqueda.

Los motores de búsqueda se basan fuertemente en el texto que se incluye en las páginas por eso es importante que los términos que la gente va a buscar consten en el texto.

TÉCNICAS FUERA DE LA PÁGINA.

Tener otros sitios con enlaces hacia el tuyo, es tan importante como las técnicas en la página. El motor de búsqueda determinará cómo clasificar su sitio al ver los números de los otros sitios que se enlazan al suyo.

En este caso tenemos:

- Facebook y Twitter de la Fundación
- Facebook y Twitter del Quitofest
- Sitio web del Quitofest
- Sitio web Tocadas.com
- Sitios Relacionados

Los buscadores están particularmente interesados en los sitios cuyo contenido está relacionado al tuyo. Por ejemplo, si estuviéramos dirigiendo un página web que vendiera carnada de pescado, entonces el link de una peluquería sería no considerado como relevante para la comunidad que se dedica a la pesca.

El motor de búsqueda también busca las palabras que están dentro de la etiqueta HTML de enlace <a>. Si el texto en el enlace contiene palabras claves (en vez de tan solo *dar click aquí* o *la dirección del sitio web*) puede ser considerado mas relevante.

Las palabras que aparecen en enlaces hacia el sitio de la Fundación, deberían también aparecer en el texto de la página que el sitio enlaza.

3.1.1. Identificando palabras clave

Determinar qué palabras clave usar en el sitio puede ser una de las tareas más difíciles a la hora de pensar en la optimización en buscadores. Duckett nos da 6 pasos que ayudarán a identificar las palabras clave y frases correctas para el sitio.

1. LLUVIA DE IDEAS

Se debe poner en lista las palabras que alguien podría buscar en google para encontrar el sitio. Hay que incluir los diversos temas, productos o servicios de los que trata el sitio.

Ayuda a menudo preguntar a la gente, qué palabras usarían para buscar el sitio, ya que mucha gente que no le es familiar el sitio, usaría diferentes tipos de palabras a las que un usuario familiarizado lo haría. (En particular, no están acostumbrados a usar jerga específica de la industria.)

La lista debería incluir algunas frases clave (no solo palabras individuales) si se tiene temas los cuales son descritos por más de una palabra.

Tenemos entonces:

- Fundación Música Joven
- Fundación sin fines de lucro
- Música independiente Ecuador
- Quitofest
- Gestión Cultural Quito Ecuador
- Festival internacional de música independiente
- Música popular moderna ecuatoriana.
- Productores de Festivales
- ADIMI
- Responsabilidad Social
- Participación Ciudadana
- Desarrollo de la música independiente

2. ORGANIZAR

Agrupar las palabras clave en listas separadas para las diferentes secciones o categorías del sitio. Por ejemplo, si el sitio es de una tienda de animales, se debería tener diferentes categorías para los diferentes animales (como perros, gatos, conejos, etc.)

En un sitio grande, estas categorías se deberían dividir a la vez en subcategorías. (por ejemplo grupos separados para las diferentes marcas de comida).

Las listas para este caso serían:

Lista 1

- Festival Internacional de Música Independiente
- Música Popular moderna ecuatoriana
- Quitofest
- Música Independiente Ecuador

Lista 2

- Fundación Música Joven
- Gestión Cultural
- Fundación si fines de lucro
- Desarrollo de la música independiente
- ADIMI

Lista 3

- Participación ciudadana
- Responsabilidad Social

3. COMPARAR

Es muy poco probable que el sitio aparezca al tope de los resultados por cada palabra clave. Esto es especialmente cierto en temas en los que hay bastante competencia. Mientras más sitios en la web hayan sido optimizados para una palabra clave dada, será más difícil alcanzar los primeros lugares en los resultados de búsquedas, cuando la gente busca ese término.

Algunas de las herramientas de investigación mencionadas anteriormente, indican la reincidencia de dicho término, para saber cuanta competencia tiene.

Se puede usar además, las opciones avanzadas de búsqueda de Google para solamente buscar los títulos de los sitios. Esto ayuda a determinar cuantas páginas tienen esa palabra clave en el título del sitio. Mientras más páginas tengan ese término en el título, mas competencia habrá.

4. PULIR

Ahora se necesita elegir las palabras en las que se debe concentrar. Estas serán siempre las más relevantes para cada sección del sitio.

Si existe una frase que es muy relevante, pero encuentras que hay mucha competencia, se debería usarla de todas maneras. Para aumentar las oportunidades de que el sitio sea encontrado, se puede buscar otras palabras que se integren a la frase.

5. MAPA

Ahora que se tiene una lista pulida de palabras clave, se sabe cuáles tienen más competencia y cuáles son más relevantes, es tiempo de elegir cuáles se usarán para cada página.

Se eligen de 3 a 5 palabras o frases que calcen en cada página del sitio y se usan estas como las palabras clave para cada página. No se deberían repetir las mismas palabras en todas las páginas. También es recomendado que mientras más alejado del home se encuentre el usuario dirigiéndose a las secciones del sitio, las palabras serán más específicas acorde al contenido de dicha sección.

3.2. RASTRO DE ACTIVIDAD EN EL SITIO

Acá se describen los aspectos que intervienen en el momento de rastrear la actividad en el sitio por parte de los usuarios. El sitio fue lanzado el 21 de junio de 2013. Los resultados a mostrarse son los acumulados dos días después del lanzamiento.

3.2.1. Analytics: Aprendiendo acerca de los visitantes

Tan pronto la gente empieza a venir al sitio, se puede empezar a analizar cómo lo encontraron, qué están mirando y en qué momento dejan el sitio. Una de las mejores herramientas para hacer esto es un servicio gratuito de Google llamado Google Analytics.

¿CÓMO FUNCIONA?

Cada vez que alguien carga una página del sitio, este código envía información a los servidores de Google donde es almacenada. Google entonces provee una interfaz en el sitio mencionado, que permite ver como se está usando el sitio.

CÓDIGO DE RASTREO

Google Analytics provee un código de rastreo por cada sitio web que se rastrea. Este debe estar ubicado en la etiqueta HTML <head>. Este código no altera la apariencia del sitio.

3.2.2. ¿Cuánta gente está visitando el sitio?

Google Analytics, brinda una visión general del público, la cual muestra información que comúnmente interesa. En particular muestra cuanta gente está viniendo al sitio.

VISITAS

Te muestra el número de veces que la gente ha venido al sitio. Si alguien está inactivo en el sitio durante 30 minutos y luego busca otra página en el sitio, esta será contada como nueva visita.

25-Ago-2013: 4646 visitas

VISITAS ÚNICAS

Este es el número total de visitas que tiene tu sitio sobre un período de tiempo especificado. El número de visitas únicas será menor que el número de visitas si la gente ha estado regresando al sitio más de una vez en el período de tiempo especificado.

25-Ago-2013: 3963 visitas

VISTAS DE PÁGINAS

Te indica el número total de páginas del sitio que la gente ha visitado.

25-Ago-2013: 6737 vistas

PÁGINAS POR VISITA

Esto indica el número promedio de páginas que un visitante ha visto en el sitio por visita.

25-Ago-2013: 1.45 páginas por visita

TIEMPO PROMEDIO DE VISITA

Como el nombre lo indica, muestra cuanto tiempo en promedio los visitantes han pasado en el sitio por visita.

25-Ago-2013: 1 minuto 13 segundos

3.2.3. ¿Qué están mirando los visitantes?

Google Analytics permite aprender más acerca de lo que los visitantes están viendo al momento de ingresar al sitio.

PÁGINAS

Muestra qué páginas son las más visitadas y cuales son las páginas en las que están pasando más tiempo.

25-Ago-2013

	Page Title	Pageviews	% Pageviews
1.	QUITOFEST 2013 cartel de presentaciones Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	1,710	 25.38%
2.	Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	1,529	 22.70%
3.	Bandas Confirmadas quitofest 2013 (domingo 30 de junio) Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	1,304	 19.36%
4.	BANDAS CONFIRMADAS Quitofest 2013 (hasta la fecha) Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	1,080	 16.03%
5.	Contacto Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	168	 2.49%
6.	Noticias Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	142	 2.11%
7.	Quienes somos Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	123	 1.83%
8.	Quitofest Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	93	 1.38%
9.	Tocadas.com Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	93	 1.38%
10.	Quitofest décima primera edición Musica Joven Fundación para el Desarrollo de la Música Independiente del Ecuador	92	 1.37%

PÁGINAS DE DESTINO

Estas son las páginas a las que la gente llega al ingresar al sitio. Esto puede ser muy útil ya que se puede notar que la gente no siempre llega primero al Home cuando ingresa al sitio.

Un ejemplo puede ser cuando se pública un artículo en Facebook o twitter, el usuario al dar click en el link ingresará directamente en el artículo.

25-Ago-2013

Landing Page	Visits ?	Pages / Visit ?	Avg. Visit Duration ?	% New Visits ?	Bounce Rate ?
	4,646 % of Total: 100.00% (4,646)	1.45 Site Avg: 1.45 (0.00%)	00:01:13 Site Avg: 00:01:13 (0.00%)	85.13% Site Avg: 85.13% (0.00%)	77.14% Site Avg: 77.14% (0.00%)
1. /2013/07/quitofest-2013-cartel-de-presentaciones/	1,398	1.27	00:00:51	86.84%	85.41%
2. /	1,195	2.09	00:02:20	79.41%	49.96%
3. /2013/06/bandas-confirmadas-quitofest-2013-domingo-30-de-juni of	1,079	1.17	00:00:45	87.67%	88.23%
4. /2013/06/bandas-confirmadas-quitofest-2013-hasta-la-fecha/	827	1.18	00:00:45	89.72%	89.12%
5. /acerca-del/tocadas/	46	1.22	00:00:19	95.65%	82.61%
6. /2013/04/pulpo-3-regresa-a-quitofest-con-su-mejor-show/	13	1.15	00:00:04	92.31%	84.62%
7. /2013/04/kop-catalunya-este-ano-en-el-quitofest/	12	1.50	00:02:32	75.00%	66.67%
8. /2013/04/quitofest/	12	2.08	00:02:12	50.00%	50.00%
9. /contacto/	11	2.27	00:04:32	27.27%	36.36%
10. /acerca-de/quitofest/	10	1.70	00:01:49	80.00%	90.00%

3.2.4. De dónde están viniendo los visitantes.

Mediante Google Analytics se puede saber desde donde están llegando los visitantes

REFERENCIAS

Muestra cuáles son los sitios desde los cuales los visitantes han llegado y el número de gente que ha venido desde dichos sitios. Si es que hay un sitio específico del cual llegan muchos visitantes, la idea es ponerse en contacto y trabajar en conjunto para que el tráfico se mantenga. Se puede buscar además sitios similares para proponerles que tengan un enlace hacia el sitio de la Fundación.

25-Ago-2013

Source	Visits	% Visits
1. facebook.com	1,450	56.73%
2. quitofest.com	442	17.29%
3. m.facebook.com	302	11.82%
4. t.co	283	11.07%
5. tocadas.com	22	0.86%
6. es.wikipedia.org	18	0.70%
7. google.com.ec	11	0.43%
8. es-es.facebook.com	7	0.27%
9. es.m.wikipedia.org	4	0.16%
10. htdocs	4	0.16%

DIRECTO

Muestra a qué páginas llega el usuario de manera directa, es decir, cuando ingresa la URL del sitio en el navegador o cuando tienen una página del sitio como favorita o llegaron desde un documento o un correo electrónico.

25-Ago-2013

Landing Page	Visits ?	Pages / Visit ?	Avg. Visit Duration ?	% New Visits ?	Bounce Rate ?
	580 % of Total: 12.48% (4,646)	1.52 Site Avg: 1.45 (5.11%)	00:01:49 Site Avg: 00:01:13 (50.41%)	78.79% Site Avg: 85.13% (-7.44%)	73.62% Site Avg: 77.14% (-4.56%)
1. /	175	2.37	00:04:04	62.86%	38.86%
2. /2013/06/bandas-confirmadas-quitofest-2013-domingo-30-de-juni-of	138	1.07	00:00:27	90.58%	94.20%
3. /2013/06/bandas-confirmadas-quitofest-2013-hasta-la-fecha/	131	1.17	00:00:41	92.37%	87.79%
4. /2013/07/quitofest-2013-cartel-de-presentaciones/	119	1.17	00:01:06	77.31%	86.55%
5. /2013/	3	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
6. /2013/04/la-ciudad-crece-tu-festival-tambien/	3	3.00	00:14:10	0.00%	33.33%
7. /2013/04/quitofest/	3	1.33	00:02:20	33.33%	66.67%
8. /2013/07/	3	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
9. /contacto/	2	2.00	00:06:48	50.00%	50.00%
10. / En caché Compartir	1	3.00	00:01:33	100.00%	0.00%

TÉRMINOS DE BÚSQUEDA

Muestra qué términos usó el usuario en el buscador para llegar al sitio. Esto puede ayudar a aprender cómo los visitantes describen lo que están buscando y esto puede ayudar a pulir las palabras o frases clave para optimizar la búsqueda.

25-Ago-2013

	1,510 % of Total: 32.50% (4,646)	1.37 Site Avg: 1.45 (-5.74%)	00:01:01 Site Avg: 00:01:13 (-16.69%)	88.81% Site Avg: 85.13% (4.32%)	80.93% Site Avg: 77.14% (4.91%)
1. (not provided)	643	1.39	00:00:59	87.56%	79.94%
2. quitofest 2013	517	1.26	00:01:02	91.49%	84.91%
3. quito fest 2013	90	1.36	00:01:15	94.44%	76.67%
4. quito fest 2013 bandas	21	1.62	00:00:54	90.48%	61.90%
5. quito fest 2013 cartelera	18	1.06	00:01:38	94.44%	94.44%
6. cuál es el mail de "musica joven org"	14	1.14	00:00:03	0.00%	92.86%
7. quito fest 2013 bandas confirmadas	14	1.29	00:00:36	78.57%	85.71%
8. tocadass.com	13	1.08	00:00:03	92.31%	92.31%
9. quito fest 2013 facebook	12	1.08	00:00:01	83.33%	91.67%
10. fundacion musica joven	11	3.00	00:03:27	63.64%	45.45%

DATOS DE REDES SOCIALES

El lanzamiento del sitio y su difusión por las redes sociales, afectará también el número de seguidores en las redes sociales.

El día del lanzamiento 21 de junio de 2013, el número de seguidores estaba de la siguiente manera:

Facebook: 10210 seguidores

Twitter: 41 seguidores

Después del lanzamiento, se mide el número de seguidores:

Facebook: 10613

Twitter: 111 seguidores

3.3. DIFUSIÓN E INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES

La difusión del sitio se realiza principalmente por las redes sociales y además por sitios relacionados con la Fundación, ya que ésta es la estrategia que sugieren en general los blogs y el referente de comunicación online en la gestión cultural como es el portal Medellín Cultura.

Una vez que se haya difundido que el sitio ha sido lanzado, se publicará en Facebook y Twitter los artículos que se crean en el sitio, para que de esta manera, la gente se redirija hacia el sitio.

Esta es una manera muy común de difundir contenidos de blogs en la actualidad. Tomando en cuenta los más de 11000 seguidores en Facebook no cabe duda que habrá un crecimiento exponencial de visitantes en un principio.

Posteriormente el promedio de visitas se verá reflejado según la periodicidad y relevancia de los artículos que se publiquen en el sitio y se difundan por las redes sociales.

3.4. ANALISIS DEL PROYECTO Y EXPECTATIVAS

ANTES DEL PROYECTO

La fundación no comunica lo que es y lo que hace a la ciudadanía

No provee de espacios de comunicación bidireccionales de diálogo y debate sobre las actividades que giran entorno al movimiento independiente.

Los pocos elementos del sistema de comunicación están dispersos sin ser reconocidos como de la misma fundación.

DESPUES DEL PROYECTO

La fundación ya comunica lo que es y lo que hace a la ciudadanía.

Se propone al sitio como punto de partida de una comunicación bidireccional para el debate y el diálogo entorno a las practicas musicales independientes.

Se han integrado los elementos de comunicación que antes estaban dispersos.

EXPECTATIVAS

A futuro se estima lograr:

- Ser un portal de diálogo ciudadano sobre las practicas musicales independientes.
- Llegar a ser un espacio de comunicación y debate efectivo entre los actores musicales independientes del Ecuador.
- Ofrecer información sobre el acontecer musical independiente del país.
- Brindar al usuario una experiencia grata y útil tanto en el sitio como en el boletín.
- Crear perfiles de las bandas independientes para promover su música.
- Integrar tocadass.com al sitio de la fundación o rediseñarlo para facilitar la divulgación de los eventos musicales independientes creando un calendario de eventos funcional y fácil de compartir en redes sociales.
- Que la ciudadanía esté familiarizada con los demás proyectos de la fundación y sean partícipes de los mismos.

3.5. CONCLUSIONES

- La gestión cultural debe dirigirse más a la conservación de nuestra cultura, pero no para guardarlo en archivadores o para que sea ininteligible para las grandes mayorías. Es necesario buscar maneras de hacerle llegar a la ciudadanía las prácticas culturales, comunicándole al mismo tiempo la razón de ser de este legado.
- Actualmente se necesita un sistema de comunicación bidireccional en la gestión cultural. Una comunicación de doble vía y tan instantánea como es en la Web 2.0., permite al ciudadano interactuar directamente con la fundación, ya sea solicitando información, suscribiéndose, proponiendo o criticando.
- Este proyecto se integra al sistema de comunicación de la Fundación fortaleciendo el mismo entre ésta y sus diversos públicos, además de finalmente mostrarse ante la ciudadanía como la organización que ha venido trabajando los últimos 10 años por el Desarrollo de la Música Independiente poniendo a las bandas en escenarios de prestigio y cambiando esa idea negativa que tiene la ciudadanía del rock tanto como género musical como movimiento subcultural en la sociedad ecuatoriana.
- Para mantener al usuario interesado en la prácticas que propone y realiza la fundación, se requiere información atractiva, actualizada, sugerente y ágil –sin largos y pesados textos– acompañada de imágenes, videos y música que es el propósito de la Fundación.
- A pesar de las restricciones que implica trabajar en un sistema de módulos preprogramados con wordpress, se evidencian aportes de comunicación visual como la elección de la tipografía para crear jerarquía y legibilidad en los textos, la limitación en la paleta de colores para crear identidad, las distancias y las proporciones de los elementos para mantener un diseño moderno y minimalista y el tratamiento a las fotografías para un eficiente desenvolvimiento tanto dentro como fuera del sitio.
- El aumento de la adquisición de dispositivos móviles, la disminución en la demanda de ordenadores y la facilidad de acceso a internet llevan indudablemente a pensar primero en el diseño y desarrollo para dispositivos móviles. Se predijo fuertemente que los teléfonos inteligentes iban a sobrepasar el mercado global de computadoras de

escritorio, portátiles y notebooks en el 2012. Esto ocurrió en el último cuarto del 2010, dos años antes de lo esperado. (<http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1361> y <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1269>)

- Debido a la velocidad a la que avanza la tecnología y las maneras de crear para la web, durante el proceso de diseño y desarrollo del proyecto se encuentran nuevas y mejores maneras de hacerlo. Esto va a ocurrir siempre, el desarrollo de la tecnología no se va a detener sino que se va a acelerar. Es por eso que al momento de terminar el proyecto ya se piensa en nuevas y mejores formas de innovar.
- Se podrá evidenciar un mayor aporte de este proyecto hacia la fundación cuando se concreten nuevos proyectos que están en proceso, provocando un flujo mayor de información tanto en el sitio como en el boletín. Esto derivará en una expansión del sitio web de la Fundación y hasta en la necesidad de aplicar otras vías de comunicación tanto digitales como impresas. El crecimiento del sistema de comunicación irá creciendo conforme la fundación ponga mayores esfuerzos en concretar otros proyectos y tengan la necesidad de comunicar las actividades que giran entorno a estos.

3.6. RECOMENDACIONES

- Se debería proponer a otras organizaciones culturales y portales relacionados, una difusión en conjunto de las prácticas culturales para de esta manera llegar a una mayor parte de la ciudadanía. El crecimiento de todas las organizaciones culturales, al darse a conocer como red de cultura de la ciudad, beneficiaría a la fundación.
- Se debe mantener una periodicidad alta en la difusión de información, ya sea propia o recomendada de otros portales, proponiendo temas de diálogo que permitan conocer al público y motiven a los usuarios a responder, proponer y criticar.
- Se debe contestar todas las preguntas, críticas y comentarios de los usuarios de manera rápida pero respetuosa, cordial y amable. Para esto es importante que una persona se dedique completamente a gestionar toda la información que gira entorno al sitio y a las redes sociales, es decir un Community Manager.

- Para que el público se sienta un sujeto activo se deben generar concursos y actividades a través del sitio web y las redes sociales para que propongan, comenten y se sientan parte del sitio.
- El Diseñador web tiene que adaptarse, aprender y enfrentar el cambio. Tiene que desarmar lo previamente hecho y empezar desde cero y debe enfrentar y manipular las restricciones de la web debido a su constante cambio.

BIBLIOGRAFÍA

Vilchis Luz del Carmen. (2002). Metodología del Diseño: fundamentos teóricos. Mexico: Claves Latinoamericanas

David E. Hunter, Phillip Whitten. (1976). Encyclopedia Of Anthropology. New York: Harper & Row

Castellanos Edgar. (2010). La historia de la Música Independiente en Ecuador
<http://www.edgarcastellanosm.blogspot.com>.

Martí I Pérez Josep. (1995). La idea de “relevancia social” aplicada al estudio del fenómeno musical. Revista Transcultural de Música, No 1, www.sibertrans.com

Ayala Mora Enrique. (1993). Resumen de Historia del Ecuador. Quito: Corporación Editora Nacional.

Raymond Williams. (1982). Cultura, sociología de la comunicación y del arte. Barcelona: Paidós

Gómez, R. y Hleap, J. (2008). *Gestión Cultural. Conceptos y herramientas*. Bogotá: Convenio Andrés Bello / Instituto de Educación y Pedagogía de la Universidad del Valle.

Barbero Jesús Martín. (1996). Pretextos. Cali: Universidad del Valle

Bonet, Luis. (2005). Factores Condicionantes de la participación cultural. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona. Boletín GC: Gestión Cultural N° 11: Participación Ciudadana.

Scheinon Daniel. (2009). Comunicación Estratégica: La opinión pública y el proceso comunicacional. Buenos Aires: Gránica

Puig i Picart Toni. (2003). Técnicas y recursos para la gestión cultural: Técnicas de imagen y comunicación. Universidad de Barcelona.

Cabero, J. (1998) Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. En Lorenzo, M. y otros (coords): Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales. Granada: Grupo Editorial Universitario.

Molina Luis E. (2009). Gestión Cultural. República Dominicana: Editora Nacional.

Developing Communication Strategy: Advantages and Disadvantages of Different Types of Media” de The University Of The West Indies.

Duckett Jon. (2011). HTML & CSS design and build websites. Indianapolis Indiana: John Wiley & Sons.

Vitaly Friedman. (2007). Designing With Grid-Based Approach. Artículo de www.smashingmagazine.com

Boulton Mark. (2009). A Practical Guide to Designing for the Web. Reino Unido: Mark Boulton Design Ltd Studio Two, The Coach House.

Viljami Salminen. (2013). Prototyping Responsive Typography. Artículo de <http://viljamis.com>

Dugonjić Marko (2013), Designing For The Reading Experience. Artículo de www.smashingmagazine.com

Bulat Alex. (2005) Font Psychology: What Your Font Says About Your Website”, <http://blog.templatemonster.com/2012/05/16/font-psychology>

Lutz Mark. (2010). Learning Python. Sebastopol California: O'Reilly Media

Equipo de Awwwards (2013), “What are Frameworks? 22 Best Responsive CSS Frameworks for Web Design”, www.awwwards.com.

Wroblewski Luke. (2011). Data Monday: Mobile Market Snippets. Artículos de <http://www.lukew.com>

ANEXOS

ANEXO 1 – Lenguajes de Programación Usados

HTML¹⁷

Es el lenguaje en que se escriben los millones de documentos que hoy existen en el World Wide Web. Cuando accedemos a uno de estos documentos, el navegador (Google Chrome, Internet Explorer, Firefox, Safari, etc) los interpreta y los muestra.

“El lenguaje HTML se basa en la sintaxis SGML (*Standard Generalized Markup Language*). Esto quiere decir que los diferentes elementos (párrafos, encabezamientos, tablas, listas, ...) de un documento para la WWW se señalan intercalando etiquetas que indican al navegador cómo debe mostrarlo.” (El Lenguaje HTML. <http://www.juntadeandalucia.es/averroes/iesgaviota/informatica/html.html>).

HTML es el lenguaje base con el que se construye la estructura del sitio.

CSS¹⁸

Las hojas de Estilo en Cascada (Cascading Style Sheets), es un mecanismo simple que describe cómo se va a mostrar un documento en la pantalla, o cómo se va a imprimir, o incluso cómo va a ser pronunciada la información presente en ese documento a través de un dispositivo de lectura. Esta forma de descripción de estilos ofrece a los desarrolladores el control total sobre estilo y formato de sus documentos.

El CSS nos permite darle estilo a cada elemento del sitio; es decir, tamaños, distancias, colores, formas, detalles etc., tanto en imágenes, tipografías, módulos contenedores. Permitirá además configurar el sitio para las distintas pantallas de los ordenadores o dispositivos.

“CSS se utiliza para dar estilo a documentos HTML y XML, separando el contenido de la presentación. Los *Estilos* definen la forma de mostrar los elementos HTML y XML. CSS

¹⁷ HTML siglas “Hyper Text Markup Language” que en español significa “Lenguaje de Marcado Hipertextual” <http://www.w3schools.com/>

¹⁸ CSS siglas de “Cascading Style Sheets” que en español significa “Hoja de estilo en Cascada” <http://www.w3schools.com/>

permite a los desarrolladores Web controlar el estilo y el formato de múltiples páginas Web al mismo tiempo. Cualquier cambio en el estilo marcado para un elemento en la CSS afectará a todas las páginas vinculadas a esa CSS en las que aparezca ese elemento.” (<http://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/HojasEstilo>)

Java Script¹⁹

JavaScript es un lenguaje de programación que surgió por la necesidad de ampliar las posibilidades del HTML. En efecto, al poco tiempo de que las páginas web aparecieran, se hizo patente que se necesitaba algo más que las limitadas prestaciones del lenguaje básico, ya que el HTML solamente provee de elementos que actúan exclusivamente sobre el texto y su estilo, pero no permite, como ejemplo sencillo, ni siquiera abrir una nueva ventana o emitir un mensaje de aviso.

(<http://www.uv.es/jac/guia/jscript/javascr01.htm>)

JavaScript permitirá agregar un poco de dinámica al sitio, es decir ciertas automatizaciones como animaciones que aportarán interactividad al sitio.

PHP²⁰

PHP es un lenguaje de programación de propósito general ampliamente usado que es especialmente adecuado para el desarrollo web y puede ser incrustado en páginas HTML. Su sintaxis es similar a C, Java y Perl y es fácil de aprender. El principal objetivo del lenguaje es permitir a los desarrolladores web escriban páginas generadas dinámicamente con rapidez, pero se puede hacer mucho más con PHP.

(<http://www.php.net/manual/en/preface.php>)

Este lenguaje de programación será el más usado después del html para el sitio de la Fundación ya que al ser un sitio dinámico, se usará un Sistema de Gestión de Contenidos(CMS siglas en inglés) y este lenguaje desempeñará el papel más importante. En las siguientes partes se describirá mejor qué es y como funciona un CMS.

¹⁹ JavaScript es el lenguaje de programación más popular del mundo. Es el lenguaje de HTML y la red, los servidores, PCs, laptops, tablets, smartphones y más. Es un lenguaje de programación ligero. JavaScript programa código que puede ser insertado en páginas HTML. <http://www.w3schools.com/>

²⁰ PHP siglas de “Hypertext Preprocessor” que en español significa “Preprocesador de Hipertexto”.

Un sitio dinámico, a diferencia de un sitio estático es que la información desplegada está en constante cambio, ya que el administrador del sitio ingresará información periódicamente, para que esta sea desplegada en el sitio.

ANEXO 2 – Referente de estrategias de comunicación Online en la Gestión Cultural “Rock al Parque 2012”

Para la divulgación oportuna de Rock al Parque 2012 fue necesario utilizar diferentes herramientas virtuales y desarrollar nuevas estrategias para la comunicación en línea con el fin de llegar a la comunidad de manera más efectiva.

* Estrategia en redes sociales:

En el canal de YouTube de Rock al Parque se subieron vídeos de las bandas que iban a participar en el Festival. Se pidieron saludos de los artistas que se iban a presentar y posteriormente se divulgaron en Facebook y Twitter.

En el perfil de Flickr se publicaron fotos de los festivales pasados para crear expectativa y se postearon los álbumes en Facebook y Twitter.

Se creó un Blog el cual se actualizó semanalmente por personas expertas en rock. En el canal de Justin TV se transmitió en simultánea fragmentos del Festival para que las personas que no asistieron pudieran verlo en casa.

En el canal de Soundcloud se subieron audios de los artistas del cartel del Festival, el cual fue enlazado a la página del Festival y así tuvimos una radio de rock 24 horas.

Se hicieron visibles a los artistas distritales en las redes sociales por medio de videos y links.

Se realizaron Twitcams con artistas nacionales e internacionales. De esta manera ganamos Fans en Facebook y Twitter y generamos expectativa para el Festival.

Antes de revelar el primer avance del cartel se advirtió en Facebook que hasta no subir 2000 seguidores no lo haríamos. En menos de una semana incrementamos los seguidores y así revelamos los primeros artistas que se presentarían en el Festival.

*Concursos: Se diseñaron dos concursos para emplear en redes sociales. El premio para el primer concurso fue un pase doble para el concierto de Madonna y un millón de pesos. Para el segundo concurso fue una guitarra autografiada por Charly García. Para estos concursos realizó previamente una campaña de expectativa anunciándolos en redes sociales.

Concurso 1: Rock and Roll and Yo

Bases de Facebook

1. Vuélvete Fan de Rock al Parque
2. Usa nuestra imagen de profile en tu profile (Logo de Rock al Parque)
3. Dale compartir a este post
4. Envía un videoclip cantando una canción de Charly García al siguiente email:????
5. Se evaluará la creatividad del vídeo
6. El jurado estará a cargo de un comité interno de Rock al Parque
7. Solo para residentes en Bogotá
8. Envía tu video hasta el 16 de junio de 2012
9. La persona que envíe el vídeo mas creativo será ganadora de una guitarra Gibson autografiada por Charly García

Concurso 2: La Fuerza de la Diversidad

Bases de Facebook

1. Vuélvete Fan de Rock al Parque
2. Usa nuestra imagen de profile en tu profile (Logo de Rock al Parque)
3. Dale compartir a este post
4. Toma una foto que exprese la Fuerza de la Diversidad
5. Envía tu foto al siguiente email?????
6. Se evaluará la creatividad de la foto
7. El jurado estará a cargo de un comité interno de Rock al Parque
8. Solo para residentes en Bogotá
9. Envía tu foto hasta el 20 de junio de 2012
10. La persona que envíe la foto mas creativa será ganadora de un pase doble para el concierto de Madonna en Medellín y un millón de pesos."

ANEXO 3 – Encuesta para conocer lo que busca el Usuario en un Sitio Web según John Duckett.

Encuesta para el sitio web de la Fundación Música Joven

Hola, te he tomado en cuenta para esta encuesta porque considero que eres un potencial usuario del futuro sitio web de la Fundación Música Joven.

Esta Fundación sin fines de lucro, trabaja por el desarrollo de la música independiente de Ecuador. Ha organizado el Quitofest (Festival de Música Independiente) durante 10 años consecutivos en conjunto con otros proyectos.

Entre ellos está La Feria informativa Social y de Actividades, que es un espacio juvenil en el que mediante conferencias, promoción y difusión, se brinda información sobre temas de responsabilidad social relacionada con la juventud, tratando temas como: prevención del VIH/SIDA, equidad de género, migración, inclusión social, seguridad ciudadana, derechos humanos, oportunidades laborales y derechos juveniles, entre otras, mediante la comunicación directa con los asistentes.

Por favor contesta las siguientes preguntas de la manera más consciente y honesta posible. Muchas gracias por tu cooperación.

***Obligatorio**

1. **Nombre ***

.....

2. **Género ***

Marca solo un óvalo.

Hombre

Mujer

3. Edad **Marca solo un óvalo.*

- 15-17
- 18-20
- 21-23
- 24-26
- 27-29
- 30-32
- 33-35
- 36-38
- 39-41
- 42-44
- 45-47
- 48-50
- 51-53
- 54-56
- 57-59
- 60-62
- 63-65
- 66 +

4. ¿Ocupación? *

.....

5. ¿Donde vives? **Marca solo un óvalo.*

- Quito
- Guayaquil
- Cuenca
- Otros:

6. Área **Marca solo un óvalo.*

- Urbana
- Rural

7. **En la escala del 1 al 10 ¿Cual es tu nivel de conocimiento de internet? ***

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No se como usar internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Me desenvuelvo de la mejor manera

8. **¿Cuántas horas al día usas internet? ***

Sin contar con el uso para el trabajo

Marca solo un óvalo.

- Menos de una hora al día
- De 1 a 2 horas
- De 2 a 4 horas
- De 4 a 6 horas
- más de 6 horas al día

9. **¿Qué te interesa de internet? ***

.....

10. **¿Que dispositivos usas para acceder a internet? ***

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Computador
- Tablet
- Teléfono Inteligente

11. **Cita ***

En breves palabras ¿qué se te viene a la mente al saber que la Fundación Música Joven va a lanzar su sitio web? ¿que esperas hacer cuando accedas al sitio?

.....

12. **¿Personalmente, qué te motivaría a acceder a este sitio? ***

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Te interesa los eventos musicales
- Quieres participar de eventos musicales
- Te interesa saber cuan seguros son estos eventos para tus hijos
- Te interesa relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales
- Otros:

13. ¿Qué te gustaría encontrar en este sitio web? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Noticias de eventos musicales
- Noticias sobre artistas
- Información sobre la Fundación
- Próximos eventos
- Fotografías de artistas y eventos
- Videos de artistas y eventos
- Una radio online con música independiente
- Eventos culturales
- Otros:

14. Elige la opción con la que más te identifiques al acceder a este sitio web *

Marca solo un óvalo.

- Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
- Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaría brevemente

Con la tecnología de


Marca temporal	Nombre	Género	Edad	¿Ocupación?	¿Dónde vives?	Área	En la escala del 1 al 10 ¿Cuál es tu nivel de conocimiento de internet?	¿Cuántas horas al día usas internet?	¿Qué te interesa de internet?	¿Que dispositivos usas para acceder a internet?	Cita	¿Personalmente, qué te motivaría a acceder a este sitio?	¿Qué te gustaría encontrar en este sitio web?	Elige la opción con la que más te identificarías al acceder a este sitio web
4/03/2013 19:18:56	John	Hombre	24-26	Diseñador	Quito	Urbana	10	más de 6 horas al día	Socia media	Computador	Streaming de toda la música nacional disponible hasta la fecha	Te interesa los eventos musicales. Te interesa los eventos musicales. Te interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales. Próximos eventos. Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente
4/03/2013 20:03:20	Valentina Chiboga	Mujer	24-26	estudiante	Quito	Urbana	9	De 4 a 6 horas	arte, arquitectura, diseño, arte, La libertad de expresión y el derecho a la solidaridad	Computador, Teléfono Inteligente	suscribirse		Noticias de eventos musicales. Noticias sobre artistas. Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 20:10:30	lucho enriquez	Hombre	33-35	Geek	Namur-Belgica	Urbana	10	más de 6 horas al día		Computador, Tablet, Teléfono Inteligente	Analizar si tienen vulnerabilidades en su pagina	Soy pana del Edgar Te interesa los eventos musicales. Quieres participar de eventos musicales. Te interesa saber cuan seguros son esos eventos para tus hijos. Te interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente	
4/03/2013 20:15:38	david solis maceanthy	Hombre	24-26	diseñador	Quito	Urbana	10	más de 6 horas al día	información	Computador, Tablet, Teléfono Inteligente	radio online	Noticias de eventos musicales. Noticias sobre artistas. Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio	
4/03/2013 20:19:23	Santiago	Hombre	24-26	Estudiante	Quito	Urbana	8	más de 6 horas al día	Acceso rápido a información en general	Computador	Saber de eventos musicales proximos	Te interesa los eventos musicales. Te interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales. Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 20:24:33	Adrian guadaalupe	Hombre	24-26		Quito	Urbana	10	más de 6 horas al día	diseño, arte, música, noticias, nuevas tecnologías	Computador, Tablet, Teléfono Inteligente	buscar eventos	Noticias de eventos musicales. Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Eventos culturales	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente	
4/03/2013 20:32:21	Ricardo Cuenca	Hombre	21-23	Diseñador	Quito	Urbana	10	De 4 a 6 horas	información - redes sociales	Computador, Teléfono Inteligente	encontrar una lista con librerías de música que pueda escuchar online	Te interesa los eventos musicales, conocer nuevos géneros, grupos y canciones	Noticias de eventos musicales. Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 20:50:40	Andrés Basantes	Hombre	21-23	Estudiante	Quito	Urbana	8	De 2 a 4 horas	información - redes sociales	Computador	calendarios de actividades, campañas e interrelaciones con otros usuarios y espacios independientes para promoción de talentos. rapidez, claridad, buen diseño gráfico	Te interesa los eventos musicales. Te interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales. Noticias sobre artistas, Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente
4/03/2013 20:56:38	Ximena	Mujer	24-26	diseñadora	Cuenca	Urbana	8	De 2 a 4 horas	información	Computador		Te interesa los eventos musicales. Quieres participar de eventos musicales. Te interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Una radio online con música independiente	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 21:01:44	franz	Hombre	42-44	produtor de tv	Quito	Urbana	10	De 4 a 6 horas		Computador, Teléfono Inteligente	informame	Te interesa los eventos musicales. Quieres participar de eventos musicales. Te interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales. Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 21:11:54	Carolina Corral	Mujer	27-29	diseñadora grafica	Quito	Urbana	10	De 4 a 6 horas	música, arte, redes sociales, literatura	Computador, Teléfono Inteligente	Conocer sobre los distintos grupos del país, saber sobre los conciertos que darán y poder adquirir su música. Además el apoyo a los artistas.	Te interesa los eventos musicales. Quieres participar de eventos musicales. Te interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales. Noticias sobre artistas, Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 21:13:03	alejandra	Mujer	24-26	bailarina	Quito	Rural	10	De 4 a 6 horas	música, redes sociales, noticias	Computador	encontrar algún tipo de agenda cultural	Te interesa los eventos musicales. Quieres participar de eventos musicales	Noticias de eventos musicales. Noticias sobre artistas, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 21:47:56	Alvaro	Hombre	24-26	Diseñador	Quito	Urbana	8	más de 6 horas al día	Música, Arte Diseño, Arte	Computador	Espero encontrar un espacio para mis bandas	Noticias de eventos musicales. Noticias sobre artistas, Próximos eventos, Videos de artistas y eventos	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio	

Marca temporal	Nombre	Género	Edad	¿Ocupación?	¿Dónde vives?	Área	En la escala del 1 al 10 ¿Cuál es tu nivel de conocimiento de internet?	¿Cuántas horas al día usas internet?	¿Qué te interesa de internet?	¿Qué dispositivos usas para acceder a internet?	Cita	¿Personalmente, qué te motivaría a acceder a este sitio?	¿Qué te gustaría encontrar en este sitio web?	Elige la opción con la que más te identifiques al acceder a este sitio web
4/03/2013 22:01:26	Miryam Nuñez	Mujer	54-56	Asistente de Gerencia	Quito	Urbana	8	De 2 a 4 horas	consultas Las redes Sociales por la información que encuentro en sitios como Facebook, LinkedIn, redes sociales, Páginas de búsqueda, youtube	Computador	Que estan organizados. Conocer sobre la Fundación	Te interesa saber, cuando seguros son estos eventos para tus hijos	Información sobre la Fundación	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 22:06:50	Famela Méndez	Mujer	21-23	Estudiante	Quito	Urbana	10	De 4 a 6 horas	Libros, música, plataformas de conciertos desde música, videos, social media, noticias, películas, hasta lecturas de interés personal	Computador, Teléfono Inteligente	Conocer los próximos eventos	Te interesa los eventos musicales	Noticias de eventos musicales, Noticias sobre artistas, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Una radio online con música independiente	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 22:09:57	Nathaly	Mujer	21-23	Estudiante	Quito	Urbana	8	De 4 a 6 horas	libros, música, plataformas de conciertos de conciertos desde música, videos, social media, noticias, películas, hasta lecturas de interés personal	Computador, Teléfono Inteligente	Conocer los próximos eventos	Te interesa los eventos musicales	Noticias de eventos musicales, Noticias sobre artistas, Próximos eventos, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 22:17:37	Felipe	Hombre	24-26	estudiante	Quito	Urbana	8	De 2 a 4 horas	Varias cosas, desde música, videos, social media, noticias, películas, hasta lecturas de interés personal	Computador	Conocer las posibilidades de distintos géneros de música al rededor del mundo, con ciertas referencias críticas	Te interesa los eventos musicales	Noticias de eventos musicales, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 22:19:36	Dario	Hombre	21-23	Arquitecto	Quito	Urbana	10	De 4 a 6 horas	El alcance que tiene y la posibilidad de obtener información inmediata de cualquier lugar del mundo es una herramienta demasiado útil para esta era digital	Computador, Teléfono Inteligente	Encontrar recomendaciones de música en general (artistas, bandas, generos, canciones, etc.) de acuerdo a mi gusto			
4/03/2013 22:23:20	Dayanna Valdieso	Mujer	21-23	Estudiante de diseño / fotografa	Quito	Urbana	10	más de 6 horas al día	que tiene y la posibilidad de obtener información inmediata de cualquier lugar del mundo es una herramienta demasiado útil para esta era digital	Computador, Teléfono Inteligente	Ver la agenda de conciertos y las noticias	Te interesa los eventos musicales, Quieres participar de eventos musicales, Te interesa relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales, Cobrir un evento (fotografía)	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonararía brevemente	
4/03/2013 23:07:39	Edison Avellaneda Tobar	Hombre	30-32	Diseñador Gráfico	Quito	Urbana	10	más de 6 horas al día	música, diseño y rugby Videos, música, noticias, redes sociales	Computador	información de las bandas nacionales y espacios para difundir su música	Te interesa los eventos musicales, Quieres participar de eventos musicales, Te interesa relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales, Noticias sobre artistas, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
4/03/2013 23:53:54	Ramiro	Hombre	21-23	Estudiante de Diseño Gráfico	Quito	Urbana	9	más de 6 horas al día	música, noticias, redes sociales	Computador	Tener un perfil dentro del sitio para poder promocionar mi música	Te interesa los eventos musicales, Quieres participar de eventos musicales, Te interesa relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales	Perfiles de artistas	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
5/03/2013 1:28:26	Juan Francisco García Sarmantegui	Hombre	24-26	Estudiante	Quito	Urbana	10	más de 6 horas al día	Música	Computador, Teléfono Inteligente	Que la fundación esta superandose. Ver información sobre musica de la epoca	Te interesa saber cuando seguros son estos eventos para tus hijos	Noticias sobre artistas, Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
5/03/2013 8:35:29	Washington	Hombre	60-62	Auditor	Quito	Urbana	6	De 1 a 2 horas	Consultas de trabajo	Computador		Te interesa los eventos musicales, Te interesa relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales	Fotografías de artistas y eventos	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonararía brevemente
5/03/2013 9:11:57	Daniela	Mujer	24-26	Disenador	Quito	Urbana	8	más de 6 horas al día	noticias globales, redes sociales, Acceso a la información global, interacción con usuarios	Computador, Teléfono Inteligente	bajarme musica y conocer de eventos de presentaciones	Te interesa los eventos musicales, Te interesa relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias sobre artistas, Próximos eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonararía brevemente
5/03/2013 9:20:27	Martín Calderón	Hombre	24-26	Ingeniero Comercial - Musico	Quito	Urbana	10	más de 6 horas al día	interacción con usuarios	Computador, Teléfono Inteligente	Un espacio de apoyo a la musica nacional, entrevistas a las bandas, sesiones de grabación en vivo, concursos musicales	Te interesa los eventos musicales, Quieres participar de eventos musicales	Noticias sobre artistas, Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio

Marca temporal	Nombre	Género	Edad	¿Ocupación?	¿Dónde vives?	Área	En la escala del 1 al 10 ¿Cual es tu nivel de conocimiento de internet?	¿Cuántas horas al día usas internet?	¿Qué te interesa de internet?	¿Que dispositivos usas para acceder a internet?	Cita	¿Personalmente, qué te motivaría a acceder a este sitio?	¿Qué te gustaría encontrar en este sitio web?	Elige la opción con la que más te identifiques al acceder a este sitio web
5/03/2013 9:30:36	Johana López	Mujer	24-26	Diseñadora	Quito	Urbana	más de 7 horas al día	más de 6 horas al día	Información	Computador	Encontrar todo tipo de música actual	Te interesa los eventos musicales	Noticias de eventos musicales, Noticias sobre artistas y eventos, Vídeos de artistas y eventos	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente
5/03/2013 9:31:50	Nicolas Villacis	Hombre	24-26	artista visual	Quito	Urbana	más de 10 horas al día	más de 6 horas al día	la información libre comunicacion, investigacion y entretenimiento	Computador	información de sus eventos	Te interesa los eventos musicales, Te interesa relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales, Noticias sobre artistas y eventos, Vídeos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
5/03/2013 11:23:45	gustavo	Hombre	24-26	estudiante	Quito	Urbana	más de 8 horas al día	más de 6 horas al día	comunicación, investigación y entretenimiento	Computador	oir musica gratis y nuevos grupos	Te interesa saber cuan seguros son estos eventos para tus hijos	Noticias de eventos musicales, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Vídeos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente
5/03/2013 12:18:50	Juan Angel Jacone	Hombre	24-26	estudiante	Quito	Urbana	9 De 2 a 4 horas	De 2 a 4 horas	comunicación	Computador, Tablet	radio con musica nacional, desearias gratis o muy baratas	Te interesa los eventos musicales	Noticias de eventos musicales, Noticias sobre artistas, Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Vídeos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente
5/03/2013 15:19:20	Daniel Merclán Pastor	Hombre	27-29	Empresario Musical	Guayaquil	Urbana	más de 9 horas al día	más de 6 horas al día	Conocer, navegar, y producir con los recursos que brinda internet, (posiblemente accesibilidad y teletrabajo)	Computador, Tablet, Inteligente	usar como plataforma para interactuar, conseguir vinculos, amigos y futuros negocios, tener musica para escuchar, (posiblemente foros o cursos)	Te interesa los eventos musicales, Quieres participar de eventos relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales, Noticias sobre artistas, Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Fotografías de artistas y eventos, Vídeos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente
6/03/2013 15:30:23	sambo	Hombre	21-23	realizador audiovisual	Quito	Urbana	8 De 4 a 6 horas	De 4 a 6 horas	apertura		Qué sea una página fácil de entender, saber de uts, sea interactiva, musica, videos todo lo referente a lo que ha hecho la Fundación y nuevos planes	Te interesa los eventos musicales, Quieres participar de eventos relacionarte con la Fundación para organizar eventos culturales	Noticias de eventos musicales, Próximos eventos, Una radio online con música independiente	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
6/03/2013 20:51:31	Eduardo Hidalgo	Hombre	27-29	Productor de conciertos, giras	Monterrey México	Rural	10 De 4 a 6 horas	De 4 a 6 horas	Distracción, trabajo	Computador, Tablet	Variiedad de bandas e información	Me interesa los eventos musicales	Información sobre la Fundación, Próximos eventos, Una radio online con música independiente, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
6/03/2013 23:16:39	Martha	Mujer	24-26	Capacitadora	Quito	Urbana	más de 5 horas al día	más de 6 horas al día	Comunicación	Computador	Educación	Me interesa saber cuan seguros son estos eventos para tus hijos	Noticias de eventos musicales, Próximos eventos, Vídeos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente	Accedería al sitio para lograr lo que busco y lo abandonaré brevemente
7/03/2013 8:18:49	Nelly Núñez	Mujer	48-50	Queeseres domésticos	Quito	Urbana	Menos de 6 hora al día	Menos de una hora al día	Información	Tablet	una web en la que se puede acceder a conciertos en vivo a través del internet. También puede ser un calendario completo con los conciertos que se van a realizar en el ecuador	Me interesa los eventos musicales, Me interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Fotografías de artistas y eventos, Vídeos de artistas y eventos, Eventos culturales	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio
9/03/2013 20:49:11	Paola Durango	Mujer	24-26	consultora	Quito	Urbana	9 De 4 a 6 horas	De 4 a 6 horas	videos entretenimiento, noticias, blogs.	Computador		Me interesa los eventos musicales, Me interesa relacionarme con la Fundación para organizar eventos culturales	Videos de artistas y eventos, Una radio online con música independiente	Me tomaría mi tiempo visitando el sitio