



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:**

**INGENIERO/A EN DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA:**

Desarrollo de una aplicación móvil, para fomentar el consumo artístico cultural, del  
Microteatro Uio.

**AUTOR/ A:** David Enrique Idrovo Cuenca

**TUTOR/ A :** Mg. Daniela Lucia Estupiñán Toledo

**TUTOR/A TÉCNICO:** Mg. Pablo Andrés Jaramillo Jaramillo

**QUITO - ECUADOR**

**2019**

## **Dedicatoria**

Principalmente quiero dedicar este proyecto a Dios por estar presente en todo momento, por mantenerme con las fuerzas necesarias para salir adelante, por darme la sabiduría para enfrentar los retos de la vida y no desfallecer en el intento de superarlos.

A mis padres que han sido pilar fundamental en este camino hacia una vida profesional, por darme ese apoyo incondicional, por no dejarme solo en momentos de adversidad, por mantenerse a mi lado dándome un consejo, su cariño, su comprensión, su sabiduría, junto con, su esfuerzo de solventar los recursos necesarios para enfrentar este camino difícil que es la vida, formándome como ser humano, como persona, con valores y principios que ellos comparten.

David Idrovo.

## **Agradecimientos**

Expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Tecnológica Israel, por abrir sus puertas y permitirme estudiar dentro de sus aulas nutriéndome de sabiduría. A mis directores de proyecto, Mg. Pablo Jaramillo, Mg. Daniela Estupiñán, quienes con esfuerzo, dedicación, paciencia y motivación han logrado guiarme en este proyecto hasta su feliz término.

Así mismo un agradecimiento infinito a la Mg. Lourdes Calderón, Mg. Glenda Rosero y Mg. Andrea Morales quienes, con toda su experiencia, amabilidad, paciencia y esfuerzo, fueron un apoyo importante, en la realización y culminación de este proyecto.

A los docentes que día a día nos inculcaron buenos valores y con esmero nos brindaron sus conocimientos para nuestra formación profesional, preparándonos para el mundo laboral que nos espera en la vida diaria.

## **Aprobación del Tutor**

En mi calidad de DIRECTOR del proyecto Desarrollo de una aplicación móvil, para fomentar el consumo artístico cultural, del Microteatro Uio. Presentado por el ciudadano David Enrique Idrovo Cuenca estudiante del programa de Ingeniería en Diseño Gráfico de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 5 de septiembre del 2019

---

Mg. Pablo Andrés Jaramillo Jaramillo

TUTOR

## **Declaración de autenticidad**

El abajo firmante, declaro que los contenidos y resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos, y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

David Enrique Idrovo Cuenca

C.I. 1105588345

## **Aprobación del tribunal de grado**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, septiembre 2019

Para constancia firman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

F .....

**PRESIDENTE**

F .....

**VOCAL**

F .....

**VOCAL**

## Resumen

Dentro de la ciudad de Quito, existen varios puntos de interés que reflejan culturalmente a la sociedad, tal es el caso, de la arquitectura colonial, iglesias, monumentos representativos, entre otros, sin embargo, las artes esencias a pesar de la importancia en la historia, no han logrado permanecer en el tiempo de forma atractiva para la mayor parte de las personas.

Por esta razón, el presente estudio engloba a las artes escénicas, en donde, como referencia se tomó al teatro, siendo este el objeto de estudio, a medida que se profundizaba en el tema se enfocó en un sujeto principal, que en este caso resultó ser el micro teatro, rama artística que apreció en 2009 y que dentro del país es relativamente nueva, puesto que, lleva un año aproximadamente funcionando como parte de la cultura quiteña.

En la actualidad, debido a la globalización, tecnificar los procesos de comunicación artístico culturales es necesario, debido a que, se han generado nuevas formas de comunicación e interacción, modificando socialmente la percepción de todo lo que rodea a los individuos. Por tal motivo, se plantea una investigación en donde la difusión de agendas culturales por medio de canales digitales es lo primordial para fomentar un mayor consumo artístico cultural en la población.

Inicialmente, se profundizó en conceptos teóricos en donde el consumo y la cultura son los principales factores a tener en consideración, entendiendo de esta forma cual es su relación, seguidamente se aborda a la tecnología junto con la comunicación digital, para lograr una fusión entre las dos ramas teóricas que sustentan el proyecto desde un punto de vista académico.

En una segunda parte, se aplicó técnicas y métodos de investigación, que resultaron de ayuda primordial, para detectar la pertinencia del producto. Continuando, con el desarrollo del proyecto, se inicia el proceso de producción, en donde, a base de los resultados obtenidos en el trabajo de campo, se jerarquiza la información de modo que en el producto refleje lo más importante y relevante para el usuario.

Finalmente, como resultado se propone y se desarrolla una aplicación móvil como soporte de difusión digital, en base a la agenda cultural ofertada por el *Microteatro Uio*, en donde, converge la teoría junto con la necesidad de un sector de la población interactuando

de forma directa entre los participantes, asegurando una vida de comunicación y de retroalimentación constante.

**Palabras claves.**

Cultura, Consumo cultural, Teatro, Micro teatro, Aplicación móvil (App), Desarrollo digital.

## **Abstract**

Within the city of Quito, there are several points of interest that culturally reflect society, such as colonial architecture, churches, representative monuments, among others, however, the essence arts despite the importance in the history, have failed to remain in time in an attractive way for most people.

For this reason, this study encompasses the performing arts, where, as a reference, the theater was taken, this being the object of study, as it delved into the subject focused on a main subject, which in this case turned out to be the micro theater , an artistic branch that I appreciate in 2009 and that within the country is relatively new, since, it has been operating as part of the Basque culture for about a year.

Today, due to globalization, technicalizing cultural artistic communication processes is necessary, because new forms of communication and interaction have been generated, socially modifying the perception of everything around Individuals. For this reason, research is presented where the dissemination of cultural agendas through digital channels is the essential thing to promote greater cultural artistic consumption in the population.

Initially, it deepened into theoretical concepts in which consummate and culture are the main factors to consider, thus understanding what their relationship is, then we approach technology together with digital communication, to achieve a merger between the two theoretical branches that support the project from an academic point of view.

In a second part, research techniques and methods were applied, which were of primary assistance, to detect the relevance of the product. Continuing, with the development of the project, the production process begins, where, based on the results obtained in the field work, the information is hierarchical so that in the product reflects the most imported and relevant to the user.

Finally, as a result, a mobile application is proposed and developed as a digital broadcasting support, based on the cultural agenda offered by the Uio Microteatro, where the theory converges along with the need for a sector of the population interacting in a way direct to the participants, ensuring a life of communication and constant feedback.

### **Keywords.**

Culture, Cultural Consumption, Theatre, Micro Theater, Mobile App (App), Digital Development.

## Índice de contenidos

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>III</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>IV</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....</b>	<b>V</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>IX</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>PROBLEMÁTICA .....</b>	<b>15</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>16</b>
OBJETIVO GENERAL: .....	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	16
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
1.1 ANTECEDENTES .....	18
1.2 MARCO CONCEPTUAL .....	21
1.2.1 Consumo y Cultura.....	21
1.2.2 Cultura, Teatro y Turismo.....	23
1.2.3 Cultura, Tecnología y su forma de comunicación .....	27
1.3 TECNOLOGÍA ENFOCADA AL DESARROLLO DIGITAL .....	28
1.3.1 Arquitectura de información y organización de contenidos .....	28
1.3.2 Navegabilidad (Sistemas de Navegación).....	30
1.3.3 Búsqueda de información.....	32
1.3.4 Diseño de interfaz.....	34
1.3.5 Diseño UX (Experiencia de usuario) .....	37
<b>CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>39</b>
2.1 MÉTODOS.....	39
2.1.1 Método inductivo.....	40
2.1.2 Método deductivo .....	41
2.1.3 Método analítico.....	41
2.1.4 Población y muestra.....	42
2.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	43
2.2.1 La encuesta.....	43

2.2.2 <i>La entrevista</i> .....	44
2.2.3 <i>Observación de campo indirecta</i> .....	45
2.3. ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS .....	46
2.3.1 <i>Datos de encuestas</i> .....	46
2.3.2 <i>Análisis FODA cruzado de entrevistas</i> .....	53
<b>CAPÍTULO III. PROPUESTA DE ACCIÓN: MICROTEATRO UIO.....</b>	<b>55</b>
3.1 PROCESO DE REALIZACIÓN.....	56
3.1.1 <i>Retícula</i> .....	58
3.1.2 <i>Diseño de página de inicio</i> .....	60
3.1.3 <i>Manejo de elementos visuales</i> .....	61
3.1.4 <i>Cromática e Íconos</i> .....	64
3.2 PROPUESTA PRE-ELIMINAR (MOCK UP DE LA APLICACIÓN) .....	65
3.3 CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS .....	66
3.3.1 <i>Características generales</i> .....	67
3.3.2 <i>Cronograma de trabajo</i> .....	68
3.3.3 <i>Presupuesto de desarrollo</i> .....	69
3.4 VALIDACIÓN DEL PRODUCTO .....	70
3.5 PROPUESTA FINAL .....	71
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>73</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>74</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>75</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>76</b>

## Índice de figuras

Figura 1.- Actividades turísticas. ....	24
Figura 2.- Sitios más visitados. ....	25
Figura 3.- Sistemas de organización. ....	29
Figura 4.- Ejemplo de etiquetas. ....	30
Figura 5.- Uso de Tag. ....	31
Figura 6.- Sistemas de navegación.....	31
Figura 7.- Ejemplo de Navegación .....	33
Figura 8.- Ejemplo de recuperación de Información. ....	33
Figura 9.- Pensamiento conceptual. Organización de información. ....	34
Figura 10: Mapa y Flujos de Tareas. ....	35
Figura 11.- Diagramación de la información en la interfaz. ....	36
Figura 12.- Ejemplo aplicado de la diagramación de información.....	36
Figura 13.- Diseño UX, Diseño Centrado en el Humano (2016).....	37
Figura 14.- Diagramación responsiva. ....	38
Figura 15.- App Microteatro UIO. ....	55
Figura 16.- Esquema de app Microteatro Uio.....	57
Figura 17.- Retícula de.....	58
Figura 18.- Pantalla de obra.....	59
Figura 19.- Desarrollo HTML de la aplicación Microteatro Uio.....	60
Figura 20.- Pantalla inicial de Ionic Creator. ....	61
Figura 21.- Ejemplo del tratamiento .....	62
Figura 22.- Arte de la obra.....	62
Figura 23.- Tratamiento de imágenes de la app. ....	63
Figura 24.- Iconos en tendencia material .....	65
Figura 25.- Mock Up de la aplicación. ....	65
Figura 26.- Visualización de la aplicación en las tiendas. ....	66
Figura 27.- Ionic Creator, plataforma de gestor de contenidos.....	67
Figura 28.- Propuesta Final.....	71
Figura 29.- Tratamiento de Gif. ....	72

## Índice de gráficos

Gráfico 1.- Género de asistencia a teatros. ....	46
Gráfico 2.- Rangos de edad.....	47
Gráfico 3.- Frecuencia con que asisten al teatro los usuarios. ....	48
Gráfico 4.- Medios por el cual se enteran las personas de eventos artístico culturales. ....	50
Gráfico 5.- Utilidad de una aplicación móvil.....	51
Gráfico 6.- Información importante para la aplicación. ....	52
Gráfico 7.- Mapa de navegación de app Microteatro Uio. ....	56

## Índice de tablas

Tabla 1. ....	46
Tabla 2. ....	47
Tabla 3. ....	48
Tabla 4. ....	49
Tabla 5. ....	50
Tabla 6. ....	51
Tabla 7. ....	53
Tabla 8.- ....	67
Tabla 9. ....	68
Tabla 10. ....	69
Tabla 11. ....	70

## Introducción

El proyecto se enfoca al ámbito cultural y tecnológico, en donde, la difusión de actividades artístico culturales mediante un soporte digital es la principal necesidad a cubrir, debido a que, los centros culturales en su mayoría difunden dicha información a través de espacios tradicionales, tales como: radio, prensa o televisión, además, suelen usarse soportes como afiches, dentro y fuera de los espacios artísticos.

El problema esencialmente radica en la falta de difusión mediante soportes tecnológicos especializados por parte de los Teatros de Quito, culturalmente la sociedad quiteña, asiste de forma regular a eventos artístico culturales, aunque cabe recalcar, que dichas personas están allegadas al medio o en su defecto tienen familiares, amigos, entre otros, dentro del entorno de la cultura, evidenciando, que falta una mayor difusión para generar una interacción con personas que no cuentan con este vínculo.

En consecuencia, generar una fusión entre lo cultural y la tecnología, es acercarse a dicho sector de la población que no cuenta con una conexión directa en el ámbito cultural, creando una interacción en el proceso comunicativo de las actividades ofertadas por centros culturales, aprovechando el uso tecnológico que existe entre la población quiteña de 14 a 40 años de edad, cubriendo un target que es potencialmente consumidora de cultura ártica.

Como justificativo académico al proyecto se abordan temas de consumo en forma general, así mismo, de forma artístico cultural, tecnología junto a sus nuevas tendencias, importancia de las *TIC* (tecnologías de la información y comunicación) en la sociedad actual, su incidencia en la cultura, información que, es relevante para sustentar y justificar el porqué del proyecto.

Como adicional, la aplicación es implementada a nivel de multiplataforma lo cual asegura que el alcance sea mayor, puesto que, se cubre los principales sistemas operativos instalados en cada equipo tecnológico, estando presente en tiendas como App Store y Google Store, lo cual, brinda la posibilidad de que la aplicación no solo este disponible para usuarios internos de la ciudad sino que también esté disponible para personas externas, siendo una herramienta y una opción turística para extranjeros que piensen visitar la ciudad. Considerando criterios de calidad, accesibilidad, interactividad, navegación, aspecto intuitivo, entre otros factores que son determinantes para la buena experiencia de usuario.

## Problemática

La presencia de las TIC forman parte fundamental en la vida diaria de la personas, en 2017 se realizó un estudio demostrando que, 8.1 millones de ecuatorianos cuentan con un dispositivo móvil activo incluyendo a adolescentes y niños (INEC: 2017), convirtiéndose actualmente en un medio de difusión masivo relevante para las nuevas generaciones, siendo estas, las protagonistas de la viralización de contenidos, cruzando fronteras y espacios geográficos que los medios tradicionales no pueden hacer con tal inmediatez que las TIC.

Por otra parte, en *USA* la presencia de TIC es un tema importante por lo cual es considerado dentro de su Plan Nacional de Educación, el Departamento de Educación de los Estados Unidos (2011) ha modificando sus modelos tradicionales con el fin de potenciar el aprendizaje y el uso correcto de estas tecnologías, obteniendo resultados alentadores en su interactividad, puesto que, a su modelo de enseñanza tradicional lo potencian con recursos existentes en medios tecnológicos, llegando de mejor forma a los estudiantes facilitando su comprensión teórica.

Por esta razón, que es importante innovar en cuanto a la difusión de agendas artístico culturales, puesto que, la comunicación es un factor esencial para el crecimiento cultural de una sociedad, es por ello, que UNESCO (2009-2013) manifiesta que "La cultura y la comunicación están estrechamente interrelacionados. La cultura requiere diversas formas de comunicación para prosperar, crear, ser re-creada y compartida"(p.25).

Sin embargo, se puede evidenciar que la difusión por parte de centros artístico culturales hacia la ciudadanía no ha cambiado a pesar del avance tecnológico y su influencia en la sociedad actual, dichos centros han mantenido sus formatos tradicionales como parte principal de su difusión, tales como, los medios impresos, radio o televisión, mientras que, sus plataformas digitales están relegadas, de la misma forma, desactualizadas en muchos de los casos, llegando a crear un vacío en la comunicación hacia la población, tal es el caso, de los teatros: Sucre y Bolívar, que principalmente su difusión se genera mediante afiches y carteles en sus instalaciones junto con sus páginas web.

La difusión, sin un tiempo adecuado es otra de las problemáticas existentes por parte de los centros artístico culturales. La información pertinente es comunicada a pocos días del evento lo cual dificulta aún más que el evento genere expectativa entre la sociedad y tenga una relevancia en la toma de decisiones en las personas (A, Sánchez: 2014).

En tal virtud, se precisa desarrollar un soporte digital que sirva como plataforma de difusión, agrupando los eventos culturales realizados en el Microteatro Uio, por lo que representa un avance significativo en las artes escénicas, comunicando de forma sencilla un mensaje, estando al alcance de la mano de todas las personas que cuenten un equipo tecnológico con sistema operativo Android o IOS.

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

- Potenciar el consumo artístico cultural de teatros ubicados en Quito entre la población mediante el uso de TIC, con el desarrollo de una aplicación móvil que sirva como plataforma de difusión.

### **Objetivos Específicos:**

- Recopilar información referente a temas relacionados con el consumo artístico cultural y la influencia de la tecnología en la sociedad.
- Explorar los teatros y micro teatros de Quito con el fin de recabar información de cómo se percibe al teatro de forma interna y externa, comprendiendo su forma de consumo artístico cultural.
- Establecer categorías de información que permitan socializar contenidos de los teatros. Aplicando los principios de UI - UX a través de aplicativos móviles.
- Desarrollar una aplicación móvil como plataforma de difusión de carteleras de teatros ubicados Quito.

## **Justificación**

El proyecto se ve justificado bajo el análisis PEST, el cual, involucra factores del entorno que pueden ser directrices importantes de la investigación, puesto que, deben ser tomados en consideración por representar y derivar en fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que pueden presentarse para el desarrollo del producto, así mismo, como de la investigación académica.

Inicialmente, se analiza el ámbito social, en donde, se evidencia que existe una asistencia a centros artístico culturales, que sin embargo, son una minoría, puesto que, representan el 8,4% de la población (UNESCO: 2009-2013), en consecuencia, partiendo de este dato el consumo artístico cultural puede tener un impacto importante en la vida de las personas, puesto que la exposición de la sociedad con la híper-conectividad a cambiado la forma de consumo y cultura, junto con, su difusión en los medios.

Seguidamente, de forma académica se puede mencionar a Jesús Martín Barbero en una entrevista realizada por Portal GCUB en 2010 perteneciente a la Universidad de Barcelona, en su análisis de consumo cultural, no sólo hace hincapié en lo tecnológico, sino en lo que implica usar tecnología y el cambio cultural que se puede dar, Barbero propone que, se puede crear cultura a partir de la tecnología, puesto que un aparato tecnológico no determina la forma en cómo se visualiza la conexión social, tanto como, la parte cultural en la red, en tal virtud, usar soportes tecnológicos para innovar llegando de formas atractivas a los usuarios es necesario para reforzar el consumo cultural, sobre todo ayudando a los medios tradicionales a llegar de forma masiva a las nuevas generaciones sociales.

Finalmente, el proyecto a juicio del investigador tiene relevancia, puesto que, todo inicio de la necesidad de querer integrarse culturalmente a la sociedad quiteña, encontrando un vacío en el proceso comunicativo artístico cultural, en donde, los desarrollos encontrados no cubren la necesidad desde la parte técnica y comunicacional, creando una confusión al usuario, en tal virtud, nace la propuesta de crear un nuevo espacio digital especializado en donde la persona que interactúa tenga claro todos los conceptos que abarca la aplicación.

## Capítulo 1. Marco Teórico

### 1.1 Antecedentes

El uso de TIC forma parte importante en la vida social de cada individuo, es por ello que, se debe aprovechar este medio para generar espacios de difusión que puedan influir en la toma de decisiones y de actividades en las personas, por ejemplo, “dentro de la población quiteña existe un 82% de personas con un equipo tecnológico activo y funcional.” (Observatorio de TIC: 2017). Es por ello que, se crean nuevas necesidades, junto a tendencias sociales al momento de comunicar cierta información hacia la ciudadanía.

Por consecuencia, se dará un repaso por algunos proyectos que se han realizado en países como Argentina, Brasil y Ecuador, de la misma forma las ciudades en donde se implementaron dichos desarrollos de forma particular o académica, comprendiendo cual era su finalidad para poder determinar de mejor forma la relación del uso de las TIC en fines culturales.

Primeramente, es el caso de la industria turística en Argentina que de forma particular optó por el desarrollo de aplicaciones móviles para fomentar la visita hacia su país, la provincia de Buenos Aires es un ejemplo de ello, desde hace aproximadamente 5 años cuenta con aplicaciones para el abordaje del subterráneo, guía turística, redes wifi, servicio de taxi, entre otras.

El gobierno descentralizado de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, no ha dejado su avance tecnológico de lado siendo publicada su última aplicación hace aproximadamente 10 meses, facilitando tecnológicamente la información a la misma ciudadanía del lugar y a turistas. Aplicaciones como: *BA Taxi*, *BA subte*, *BA turismo*, *BA wifi*, entre otras, en lo que va del 2019 ya cuenta aproximadamente con medio millón de descargas en total.

Por otra parte, en Brasil, el municipio de Curitiba en el año 2012, realizó una investigación para la creación de un itinerario turístico, en donde se involucra el desarrollo de una aplicación móvil para crear un paseo auto-guiado, en donde, se puede encontrar cada sitio de interés del municipio, de esta forma los turistas pueden informarse de las distintas actividades que ofrece la ciudad, de forma rápida y eficaz, en la aplicación no sólo se aborda lugares naturales, también se sumó el aporte de locales comerciales de diversos tipos, tales como: cafeterías, supermercados, entre otros, evidenciando que, el aumento turístico ha ido

incrementando con el pasar de los años, duplicando sus porcentajes desde la fecha de lanzamiento de la aplicación al año 2018 (Curitiba Turismo: 2018).

En el Ecuador, la ciudad de Cuenca cuenta con aplicaciones desarrolladas por el municipio descentralizado. Entre las principales se encuentran: *Cuenca Cultura* publicada en 2014, *Cuenca Cercana* publicada en 2017, *Red de Museos de Cuenca* publicada en 2015, entre otras, que brindan información de sus actividades turísticas y culturales hacia las personas que tienen pensado realizar una visita hacia la ciudad, teniendo al alcance de su mano toda una gama de actividades que pueden hacer placentera su visita.

Dentro de la ciudad de Quito la inversión tecnológica ha sido por parte de entidades particulares y gubernamentales, de esta forma se han generado aplicaciones como *Buen Plan* en el año 2016. Esta aplicación en un inicio empezó como un buscador de fiestas y luego implementó categorías de carácter cultural siendo la de conciertos la más fuerte, aplicaciones como *Quito App*, publicada en 2017, se enfoca en la información de actividades que se pueden realizar en el parque de La Carolina junto con el parque Metropolitano, de la misma forma cuenta con una guía comercial que identifica cafeterías, bares, entidades bancarias, entre otros.

*Quito Travel* es una aplicación turística publicada en 2015, su principal público son extranjeros, la problemática de esta aplicación es que tiene un valor económico cada uno de sus complementos, es decir, no se puede visualizar información a menos que se pague una suscripción o en su defecto se pague el complemento de información de la ciudad que es de interés.

*GO Quito* que está a disposición de la ciudadanía a partir del año 2017, principalmente comunica a sus usuarios actividades generales que se pueden encontrar en la ciudad. La app tiene un espectro amplio pues involucra parques, lugares comerciales, centros culturales de forma general, lugares de alojamiento, entre otros. Esta aplicación es considerada de las mejores valoradas por los usuarios puesto que cumple con ciertos parámetros de usabilidad tales como una comunicación sencilla, intuitiva, iconos consistentes, carga de forma rápida y es fácil de navegar en ella.

*Tickets Teatro Sucre* se encuentra online para los usuarios que deseen asistir al teatro, esta aplicación es reciente, puesto que, hace menos de 5 meses que se encuentra disponible en las tiendas Android e IOS, dicha aplicación busca difundir las carteleras presentadas por el teatro, Estefanía Ochoa, miembro del equipo de comunicación del Teatro Sucre, en una entrevista manifestó que esta plataforma busca ayudar a que los usuarios tengan un medio

de comunicación directo y rápido, esto en consecuencia de que, la fundación ya no cuenta con algunos medios impresos de difusión como anteriormente lo hacían.

De forma académica, se puede mencionar el proyecto desarrollado en Argentina que consistía en el desarrollo de una aplicación móvil que tuvo como objetivo principal fomentar la visita hacia su país, en donde se puede encontrar información de ciudades, paquetes de viajes, guías personalizados, entre otros. Francisco Puig de la Fuente, creador de *Find Baires App*, cubre esta necesidad hacia las personas que tiene pensado realizar un viaje turístico hacia el país, al concluir el proyecto bajo un análisis se pudo determinar que la implementación del factor tecnológico en el consumo cultural y turístico puede influir de forma directa en la economía o esto se propone en su análisis financiero mediante proyecciones económicas y de rentabilidad que se puede obtener mediante el desarrollo de la aplicación (Puig de la Fuente: 2017, p.56).

Dentro del país, se puede encontrar investigaciones como el proyecto desarrollado en Guayaquil en donde su principal objetivo es buscar incentivar el turismo urbano con la creación de una aplicación móvil, espacio en que se recopila sitios importantes de la urbe, brindando información detallada del lugar además de una ruta a seguir para no perderse las atracciones que ofrece la ciudad hacia los turistas, es por ello que, Miguel Jiménez y Edgar García, estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, al concluir la investigación determinaron que, el desarrollo tecnológico tiene una gran demanda en la población, basándose en estudios realizados por el INEC en 2014. Por lo cual, es una herramienta que debe ser aprovechada al máximo por su inmediatez y el alcance masivo que puede llegar a tener tanto nacional como internacionalmente (Jiménez & García: 2015).

Ana Virginia Ugalde Sánchez, estudiante de la Universidad de Cuenca, en 2014 inició el proyecto que tuvo como fin desarrollar una aplicación web que como objetivo principal tuvo difundir las carteleras culturales de centros importantes de la ciudad, además, buscó promover el turismo, promoviendo que sus visitantes sean entes activos de su cultura junto con las tradiciones, rescatando un valor fundamental en la identidad social que representa a la provincia, y así mismo, a cada uno de sus habitantes, aprovechando al máximo sus instalaciones físicas, tanto como, al recurso humano, finalmente, se concluyo en que las TIC son algo ineludible en la gestión cultural, facilitando la difusión hacia las personas creando un espacio interactivo entre la cultura y sociedad.

De tal forma, se puede evidenciar que el uso de las TIC puede representar un avance importante en la difusión y consumo de temas culturales en la ciudadanía evolucionado hasta

dar un paso más allá que los formatos tradicionales tales como son los medios impresos, afiches, radio o televisión. En tal virtud, se precisa desarrollar un soporte digital que pueda recopilar cartelera artística cultural y sirva como plataforma de difusión masiva, agrupando los eventos realizados en el Microteatro Uio.

Dicho lugar, apoya a nuevos talentos, abriendo sus puertas como el primer Microteatro de la ciudad de Quito en el año de 2018, brindando a la ciudadanía cartelera con producciones 100% nuevas, llegando a interactuar con un público joven que tiene a la tecnología como principal referente de información, otra de las ventajas sobre medios tradicionales es que dentro de la aplicación constan medios audiovisuales que generan una mejor comprensión con el usuario llamando su atención desde un inicio.

## **1.2 Marco Conceptual**

Dentro de los conceptos necesarios para comprender de mejor manera al proyecto de investigación y su función, es importante abordar temas de interés para el desarrollo del diseño final cumpliendo el objetivo trazado desde un inicio, los conceptos teóricos a tratar dentro de este capítulo tienen relación con el consumo, cultura, turismo, medios de difusión, tecnología, entre otros. Tópicos relevantes para la definición y sustentación del proyecto académicamente.

### **1.2.1 Consumo y Cultura.**

El consumo tiene varias definiciones dependiendo de su contexto y su situación, es por ello que se enfoca inicialmente al punto de vista económico, desde esta perspectiva Cuartas Vicente (2006), teórico en el área de la economía afirma que:

La acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados o aplicados a los fines a que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción. La economía considera el consumo como el fin esencial de la actividad económica. Consumo es la utilización de bienes y servicios para nuestra satisfacción y la de otros (p.112).

Sin embargo, es necesario comprender cómo nace el consumo, una de las teorías es analizada por Roberta Sassatelli (2012), quien toma como base el punto de vista Capitalista, a partir, de la Revolución Industrial, la misma que, alcanzó su punto más alto a mediados del siglo XIX, este avance en la historia tuvo cambios significativos en las formas de consumo, junto con la tecnificación de la producción hubo un cambio en la oferta y demanda de los productos en su mayoría eran más accesibles, aumento en producción, entre otros, lo cual afectó directamente a la economía siendo esta etapa una transformación completa en cuanto a la cultura del consumo.

Por otra parte, esta evolución a largo plazo crea nuevos medios o canales de distribución que incentivan el consumo de libre acceso aunque es responsabilidad del usuario regular su comportamiento frente a estos medios, que contemporáneamente, ya no son solo físicos sino digitales, dando al usuario un nuevo concepto de consumo en donde ya queda a su criterio el ser parte de la adquisición de nuevos productos o servicios (Sassatelli: 2012, p.219).

El tener libertad de consumo al momento de tomar una decisión ha orillado a que los nuevos espacios físicos tengan una evolución, brindando nuevas experiencias al usuario, avanzando más allá de lo que generalmente se acostumbraba, siendo el producto la adquisición consecuente de estar a gusto en el lugar, es por ello que Sassatelli (2012) afirma que:

Con el desarrollo de los grandes centros comerciales extraurbanos (en especial, a partir de la Segunda Guerra Mundial) y, más recientemente, de los puntos de venta temáticos (o de los denominados *concept stores*, negocios en franquicia que ponen de manifiesto en cada detalle la filosofía de la empresa), los espacios de compra se configuran cada vez más como espacios híbridos: tiempo libre, consumo y sobre todo de diversión (p.218).

Seguidamente estas formas de consumo dan paso a una cultura social que también evoluciona a la par que la tecnología, las nuevas formas y estrategias de venta que son importantes para poder configurar al usuario, generando de forma inconsciente un hábito, un consumo y una fidelización.

A diferencia del consumo económico dentro del ámbito cultural, existe una identificación social, por ello García Canclini (1993), refiere a que el ente participativo es

más importante que el valor económico, puesto que nos apropiamos del lugar físico y simbólico siendo parte de un grupo con las mismas creencias, tanto como tradiciones, configurando el valor de uso o de cambio del espacio, o el factor monetario. Acentuando el valor que cada persona le da culturalmente a cada acto sin importar factores externos que puedan alterar su percepción.

Es por ello que, dentro de la sociedad tener presente el ámbito cultural es fundamental puesto que “el rol de la cultura en el bienestar está vinculado a la afirmación de una identidad nacional y al fortalecimiento de las diferentes identidades y del multiculturalismo.” (UNESCO: 2009-2013, p.3). Partiendo de esta premisa, tener un consumo artístico cultural toma relevancia a medida que cada persona le da el valor que se merece, puesto que, el sentido de pertenencia se hace aún más fuerte, apelando a la apropiación de un espacio u objeto por parte de las personas, creando un vínculo emocional entre las partes involucradas, con ello la sociedad cuidan, respetan y participan en actividades en las que se sientan parte fundamental.

Por estas razones, es necesario tener en cuenta las directrices que puede tomar el consumo artístico cultural como por ejemplo la difusión y su mensaje, tal como lo afirma UNESCO (2009-2013) “La cultura y la comunicación están estrechamente interrelacionados. La cultura requiere diversas formas de comunicación para prosperar, crear, ser re-creada y compartida” (p.25). Es por esta razón, que se debe tomar en cuenta los medios y plataformas que se están utilizando en la actualidad para difundir el consumo artístico cultural para poder innovar si es necesario, llegando a la sociedad de forma interactiva y clara.

Con la globalización, la sociedad está diariamente bombardeada de un mix cultural, puesto que, dentro del internet las fronteras geográficas desaparecen y el crecimiento del conocimiento es cada vez más amplio, lo cual genera un cambio sociocultural por parte de las personas y la forma de percibir su propio entorno (Igarza: 2009, p.121). Es por ello que tener presente nuestra cultura es relevante manteniéndola en el tiempo y espacio.

### **1.2.2 Cultura, Teatro y Turismo**

Al referirnos a la cultura se tiene una variedad extensa en lo que respecta a hábitos culturales, es por ello, que se hará hincapié en el teatro perteneciente a las artes escénicas como principal objeto de estudio, por lo tal, tomaremos la conceptualización realizada por

Eusebio Galván (2013) en su artículo *Definición de las Artes Escénicas*, en donde se menciona que “Las artes destinadas al estudio y práctica de cualquier tipo de obra escénica o escenificación, toda forma de expresión capaz de inscribirse en la escena.”(s,p), en la cual podemos encontrar que dentro de estas actividades se encuentran el teatro, la danza, el cine, la música, entre otros, que forman parte de un espectáculo y tienen como soporte un espacio físico o arquitectónico para su difusión (Galván: 2013).

En consecuencia, se evidencia que en la ciudad de Quito las actividades que principalmente se dan por parte de sus visitantes es realizar actividades de carácter recreativo o así lo señala Quito Turismo (2013) en su *Folleto de Cifras Turísticas* en donde se reflejan estadísticas de la ciudad.



Figura 1.- Actividades turísticas.  
Recuperado de: Folleto de Cifras Turísticas (2013).

Por otra parte, se puede observar que los sitios más visitados son espacios arquitectónicos que llaman la atención de los turistas por el diseño colonial, siendo el Centro Histórico como el punto más concurrido de la ciudad, lugar en donde se encuentran espacios idóneos para las artes escénicas y que en asistencias representan el 19% de las actividades realizadas por las personas tal como se muestra en la figura 1, sin embargo, se observa que los museos son del agrado por parte de los visitantes con el 6,2% de asistencia gráfica en figura 2, dejando a los teatros con una asistencia mínima en comparación al resto de locaciones, por lo cual, en el proyecto se hará énfasis en estos espacios de recreación para las artes escénicas (Quito Turismo: 2013).

## LOS SITIOS MÁS VISITADOS

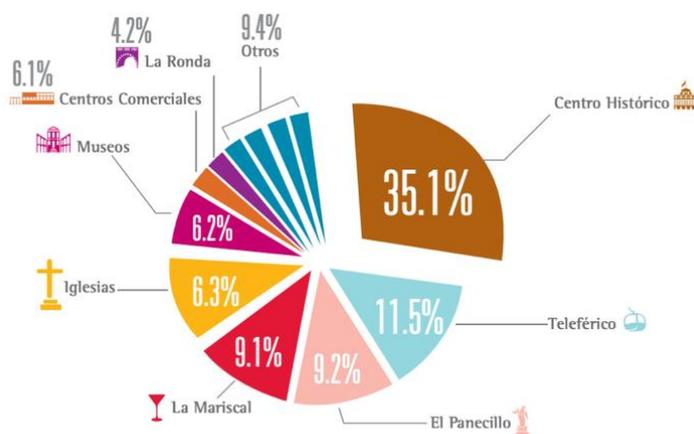


Figura 2.- Sitios más visitados.  
Recuperado de: Folleto de Cifras Turísticas (2013).

En consecuencia, es necesario rescatar y potenciar esta expresión escénica como lo es el teatro y sus evoluciones como el micro teatro, puesto que, como forma de expresión escénica tiene una trayectoria admirable siendo sus inicios entre los siglos V y VI A.C, por consecuencia, desde el punto de vista de el teatro como discurso Villegas (2005) afirma que:

Entendemos al teatro como un discurso. Es decir, como un acto de comunicación entre un emisor y un destinatario (receptor) en una situación específica, en el cual el emisor utiliza una pluralidad de signos (verbales, gestuales, visuales, auditivos, culturales, estéticos, etc.) para construir un imaginativo social y comunicar un mensaje a sus receptores (p.15).

Seguidamente, al tener un discurso de por medio el teatro no tardo en tener una connotación política, los gobiernos y dictaduras censuraban de cierta forma los mensajes para poder transmitir el nacionalismo, la ideología, entre otros. Aspectos que convertían al espectador en un ente social producto de las artes escénicas consecuentemente del mensaje transmitido. Posteriormente, a medida que avanzaba la sociedad llegó un punto de inflexión en donde se separa esta connotación política del teatro, de esta forma se expresa eseniamente la realidad social de tal forma que ya no existe un doble discurso ideológico, sino solo se centra en una realidad colectiva (Irazábal: 2004).

Consecuentemente, partiendo del discurso netamente social, el teatro se convierten en un atractivo para las personas que visitaban las ciudades, con el afán de conocer y entender cómo se desarrollaba la vida en dicho lugar, es por ello que Ascanio (2003) afirma que “El viaje con su componente educativo y cultural nace a mediados del siglo XVII.” (p.35).

Por otra parte, el micro teatro, es la evolución teatral teniendo su aparición en 2009 de la mano de Miguel Alcantud, director de teatro y televisión, esta nueva forma de teatro resulto ser un atractivo cultural, puesto que, las personas tenían la oportunidad de ver contenidos en cortos periodos de tiempo, debido a que, la puesta en escena no dura mas de 20 minutos, dando a esta forma cultural la oportunidad de crear varios escenarios para el deleite de la sociedad, llevándolo por un tour cultural (Acuña: 2013).

Turísticamente el tema cultural forma parte importante del desarrollo económico de cada país, es por ello, que se debe tener en consideración para un crecimiento sostenible en cuanto a cultura, así como, para el país y la localidad. La OMT (Organización Mundial de Turismo) define que: “EL turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (Glosario Básico OMT).

El turismo y la cultura han estado relacionados desde siempre aunque no haya sido visto desde esa perspectiva, las personas con poder adquisitivo anteriormente viajaban con el objetivo de conocer y comprender como se desarrollaba la vida fuera de sus dominios. En consecuencia el turismo con el fin educativo tiene incidencia gracias al poder económico de la élite y su deseo de ser parte del Gran Tour que tenía su popularidad en la época (Ascanio: 2003, p.35), forma de turismo que hasta la actualidad se encuentra vigente y forma parte de la oferta de varios lugares.

Por tal motivo, el turismo y la cultura se pueden combinar obteniendo un mix tal es el caso de países europeos que en sus ofertas principalmente promociona el contenido cultural, como ejemplo podemos tomar a Italia un país el cual explota al máximo sus locaciones contando con obras tales como: Duomo de Milán, David de Miguel Ángel, Ruina de Roma y Pompeya, Torre de Pisa, entre otras, que representan los principales atractivos turísticos del país por su antigüedad y haber sido reconocidos por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad tanto edificaciones como ciudades de la región.

Por consiguiente, tener presente el consumo cultural en la sociedad puede tener impactos positivos que influyen de manera favorable a las personas activas en este entorno, así lo exponen: El Gobierno de España, Fundación Biodiversidad, Programa Emplea Verde

y La Unión Europea, en un artículo titulado *Gestión del Turismo Sostenible*, el cual menciona como tópicos favorables “a la comprensión mutua entre culturas, empoderamiento de la comunidad local, revalorización de las tradiciones y mejor conservación del patrimonio, reducir la emigración desde zonas rurales, mejora de las infraestructuras, entre otras” (p.19), siendo estas, razones importantes para tener presente en el desarrollo turístico cultural.

Así mismo, el orgullo por la propia historia local puede ser un factor que potencialice al turismo cultural, puesto que, las personas existentes en la localidad van a mejorar las condiciones para que los turistas se sienta a gusto, por esta razón, Yolanda Onghena (2003) asegura que “El desafío para la población local es el de organizar, coordinar y transformar la demanda turística en una oferta más personalizada.”(p.3). Brindando un servicio atractivo para las mismas personas del lugar tanto como para turistas, en consecuencia, el uso de una aplicación o un medio digital puede ayudar a esta acción, puesto que, al existir un mayor alcance de difusión habría un incremento en la visita del lugar.

### **1.2.3 Cultura, Tecnología y su forma de comunicación**

La tecnología culturalmente puede tener una incidencia significativa en la sociedad reconfigurando la identidad de personas, etnias, regiones, países, entre otros. Es por ello, que Barbero (2009), teórico en el área de la comunicación, propone que, la globalización ha planteado nuevas facetas sociales y culturales, los lazos que las personas forman con sus semejantes han evolucionado hasta crear nuevos modos de comunicación, conocimiento, interacción, entre otros, estos nuevos vínculos tienen relación con el avance de aparatos tecnológicos y la híper conectividad que estos facilitan.

Por consecuente, el mix cultural existente es producto de la tecnificación y la conectividad presente en el día a día de las personas, cambiando los modos de producción junto con el consumo de información, con las TIC de por medio ligado con su avance nacen tipos de tecnicidades que influyen para la creación de abstracciones y símbolos en el proceso de comunicación (Barbero: 2009).

Justamente, estas tecnicidades re configuran el mensaje comunicativo, esto lo re afirma Omar Rincón (2013) director del Centro de Estudios en Periodismo en la Universidad de los Andes en Colombia. Dentro de su conferencia denominada “*Los desafíos del comunicador en la sociedad del entretenimiento*” menciona que con el internet obtenemos conectividad,

con la web interactividad, mientras que con las aplicaciones móviles obtenemos portabilidad por estar cerca de las personas en todo momento, re estructurando el flujo de información al que esta expuesta la sociedad.

Por esta razón, es necesario realizar un análisis de cómo se da la difusión actualmente de la información a partir de las nuevas tecnologías, es por ello, que Julio Cabero Almenara, catedrático de la Universidad de Sevilla en España asegura que “la difusión y transporte, y no sólo desde la posibilidad de trasladar información de un punto a otro, aunque éste último esté alejado, sino también porque esta transferencia se acerque al tiempo real” (p.20), por consiguiente, podemos comunicar instantáneamente sin importar la distancia de nuestros receptores, llegando con el mensaje masivamente.

### **1.3 Tecnología enfocada al desarrollo digital**

La tecnología junto con la evolución de la comunicación que se da mediante los diversos soportes genera un cambio en la trasmisión del mensaje, por esta razón, Laura M. Liguori (2000), investigadora tecnológica, afirma que “el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación constituye uno de los factores clave para comprender y explicar las transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales” (p.3), por tal razón es necesario ser cuidadosos en el mensaje a transmitir, para ello, se procederá a definir los conceptos de arquitectura de información y organización de contenidos que facilitan el desarrollo de productos comunicacionales a través de dispositivos digitales.

#### **1.3.1 Arquitectura de información y organización de contenidos**

La arquitectura de la información es una característica que no se puede dejar de lado al momento de diseñar en medios digitales, es por ello, que se debe tener presente esta información para poder llegar de manera efectiva con el mensaje, por consecuencia, Mario Pérez - Montoro Gutiérrez (2010) definen a la arquitectura de la información como “el arte y la ciencia de diseñar productos y experiencias informacionales de forma que cumplan criterios de usabilidad y recuperación, como la disciplina y comunidad de práctica emergente centrada en los principios del diseño y la arquitectura de espacios digitales” (p.23), por

consiguiente, esta característica de información digital debe estar presente en todo diseño para plataformas web o aplicaciones móviles para comunicar efectivamente.

Organizar la información es una práctica que se da desde hace mucho tiempo atrás, esta técnica se daba de forma estratégica con el fin de facilitar y gestionar la obtención de información, es por ello que, dentro de soportes digitales esta clasificación de información puede definir la accesibilidad es por ello que podemos mencionar que “dependiendo de cómo organicemos la información contenida en esa web, conseguiremos que los contenidos que esta alberga sean más o menos accesibles para sus potenciales usuarios” (Pérez-Gutiérrez: 2010, p.68).

Por ejemplo, se puede tomar un esquema de organización que ayude a clasificar la información dependiendo de sus cualidades e importancia dentro de la jerarquía que comprende el mensaje, por lo cual, la figura 3 nos ayuda a comprender como podemos dividir y categorizar la información.

Esquemas		Estructuras
Exactos	Ambiguos	
Alfabético	Tema	Estructura jerárquica
Cronológico	Tarea	Basada en registros
Geográfico	Audiencia	Estructura hipertextual (o en red)
	Metáfora	Estructura secuencial
	Híbrido	Estructura en tabla (o matriz)

TIPOLOGÍA DE SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN

Figura 3.- Sistemas de organización.  
Recuperado de: Arquitectura de la información en entornos web (2010).

Por lo tanto, para que la comunicación de información en medios o soportes digitales sea efectiva es necesario tener claro cual es su sistema de organización, en consecuencia “ese diseño adecuado pasa necesariamente por el desarrollo correcto de los componentes que lo conforman: los esquemas de organización y las estructuras de organización” (Morville y Rosenfeld: 2006), de esta forma se logra una buena jerarquización de la información, para que el usuario tenga una buena experiencia con el acceso al conocimiento.

### 1.3.2 Navegabilidad (Sistemas de Navegación)

Una buena estructura de navegación dentro de la interfaz del sitio digital es primordial, puesto que representa la interacción directa con el usuario es por ello que Mario Pérez-Montoro Gutiérrez (2010), proponen, “no olvidar que el sistema de navegación es uno de los recursos más utilizados por los usuarios y los visitantes para la localización de información” (p. 139). Por lo cual, estructurar los recursos que componen al sitio junto con la interfaz es vital para poder brindar una buena interacción con las personas visitantes.

Existen algunas etiquetas que suelen ser las mas frecuentes entre las interfaces de sitios digitales, tales como: Página principal o inicio, búsqueda, mapa de la web, contacta con nosotros, Ayuda, noticias, sobre nosotros, entre otras, estas pestañas o etiquetas ayudan al usuario a identificar el lugar en donde se encuentra cada estructura de información. (Pérez-Gutiérrez, 2010, p.139).



Figura 4.- Ejemplo de etiquetas.  
Recuperado de: Arquitectura de la información en entornos web (2010).

Por ejemplo, la figura 4 sirve para referenciar la barra de navegación en donde se encuentra separada y estructurada la información por secciones como en noticias, jugadores, posiciones, entre otros, secciones en las cuales ya de antemano nos dice que es lo que vamos a encontrar, siendo la comunicación clara y sencilla de entender.

Con el paso del tiempo aparecieron nuevas etiquetas que involucran al usuario directamente, tal es el caso de las redes sociales, plataformas que reúnen una comunidad, aumentando la interacción en el medio digital, en dicha estructura se componen nuevos *Tag*

o etiquetas en donde se especifican preferencias y gustos de cada usuario, el cual facilita la búsqueda de información en temas que resultan atractivos para el espectador, en la figura 5 se puede ejemplificar el uso de dichos Tag, que crean una nueva estructura comunicacional.

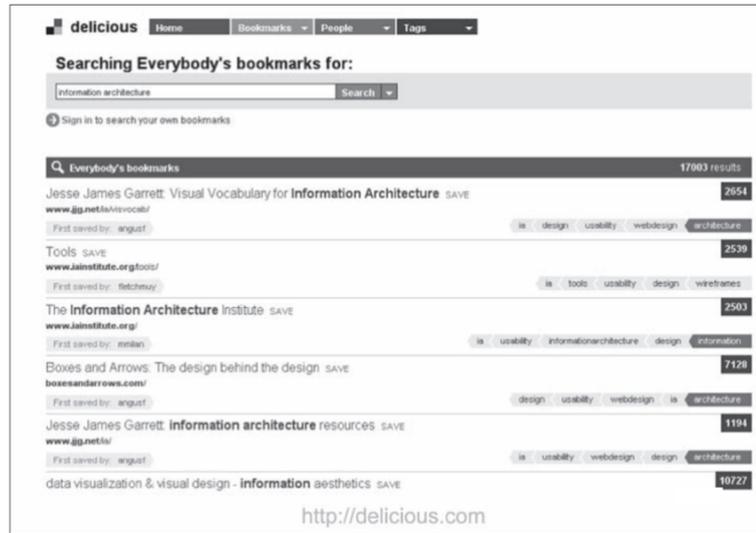


Figura 5.- Uso de Tag.  
Recuperado de: Arquitectura de la información en entornos web (2010).

Por consecuente, el uso de etiquetas y tag ayudan a una mejor clasificación de contenidos, agrupándolos en un solo sitio, ayudando a que sea mas visibles, fáciles de comprender por parte del usuario, sobre todo creando una mejor navegabilidad por concentrar información de forma estructurada.

Sistemas básicos		Sistemas no básicos
<b>Sistemas integrados</b>	<b>Sistemas complementarios</b>	Sistemas de personalización
Sistemas constantes	Mapa del sitio	Sistemas de navegación visual
Sistemas locales	Índices	Sistemas de navegación social
Sistemas contextuales	Guías	

TIPOLOGÍA DE SISTEMAS DE NAVEGACIÓN

Figura 6.- Sistemas de navegación.  
Recuperado de Arquitectura de la información en entornos web (2010).

Dentro de estas etiquetas y tag, también se debe tener presente la hipertextualidad, la cual se enlaza a nuevos espacios que contienen la información específica que indica cada

categoría o nombre asignado a la etiqueta a la cual ingresamos, estos enlaces facilitan la agrupación de información en espacios asignados previamente con la arquitectura de la información y que ayudan a una mejor localización de la información en la estructura del sitio digital.

Finalmente, para crear un modelo de navegación adecuado hay que tener en consideración algunas recomendaciones, “hay que incluir un mapa de la web (accesible desde la página principal) que sirva de orientación a los usuarios y, en cambio, tratar de no cargar la principal con demasiadas etiquetas y opciones de navegación” (como se cita en Pérez-Gutiérrez: 2010, p.194), guardar un equilibrio es fundamental para no confundir al usuario entorpeciendo su experiencia en el sitio.

### **1.3.3 Búsqueda de información**

El usuario cuando interactúa por un sitio digital tiene algunas características inconscientes de cómo buscar la información necesaria, una de estas características es conocida como navegación contra recuperación en la cual se destacan dos circunstancias que suelen correlacionarse, primero se tiene la navegación (o exploración) y la recuperación (conocida también como interrogación o búsqueda y recuperación), aunque, dichas operaciones tiene relación directa poseen características propias que las diferencian perfectamente (Pérez-Gutiérrez: 2010).

En primer lugar, la navegación o exploración tiene como principal objetivo el informar al usuario mediante los enlaces asignados a cada texto, en donde, la información se encuentra de forma independiente relacionada a la etiqueta a la cual accedimos y en donde se encuentra toda la referencia del lugar en donde estamos navegando, Como ejemplo, se tiene la figura 7 en la cual se encuentra un tipo de navegación mediante la exploración y la información se encuentra organizada independientemente por temas.

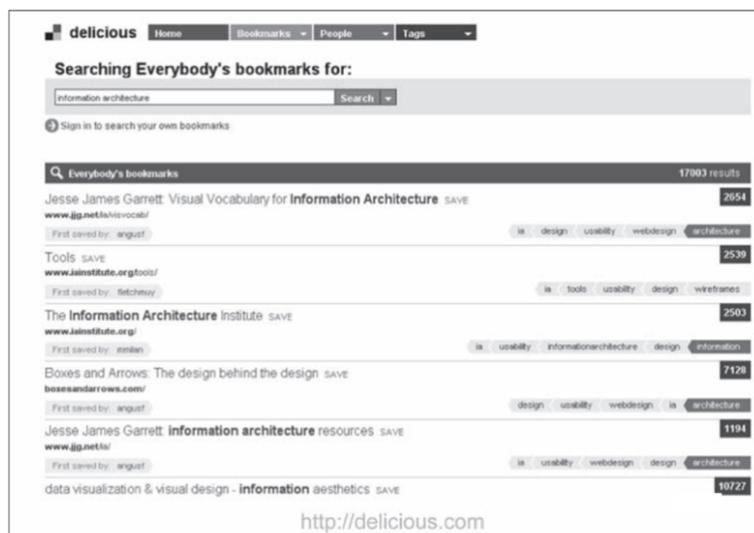


Figura 7.- Ejemplo de Navegación  
Recuperado de: Arq. de la inf. en entornos web (2010).

Por otra parte, en la figura 8, se encuentra la operación de recuperación, la cual consiste en localizar la información cuestionando a un sistema estructurado de búsqueda, esta herramienta recurre a la recuperación de referencias mediante base de datos o metadatos, estos términos representan a un conjunto de información agrupada y que se relaciona entre si, una de las ventajas de este tipo de búsqueda es la exactitud junto con la precisión de lo que encontramos, puesto que el usuario define que es lo que quiere buscar (Pérez-Gutiérrez: 2010).



Figura 8.- Ejemplo de recuperación de Información.  
Recuperado de: Arquitectura de la información en entornos web (2010).

Finalmente, estos sistemas de búsqueda resultan importantes para una buena navegación por parte del usuario, puesto que, si la información se encuentra bien

estructurada va a ser útil, cubriendo la necesidad de la persona quien esta interactuando con el sitio digital, informándolo de forma efectiva en cada espacio estructurado del sitio. (Pérez-Gutiérrez: 2010).

### 1.3.4 Diseño de interfaz

Con la revolución digital, se crean nuevos espacios de interés para el área del diseño, una de estas es el diseño de las interfaces en donde la interactividad es un principio a tener en cuenta al momento de la maquetación de información, es por ello que, Jamie Steane (2016), catedrático en la universidad de Northumbria, propone que existen conceptos del área visual como las imágenes, color, tipografía, maquetación, entre otros, que forman parte de la interfaz y del proceso de comunicación visual con el usuario.

Para iniciar con la conformación de los espacios que comprende la interfaz es necesario tener a consideración los conceptos que se quieren comunicar y de la forma en que se quieren comunicar, para ello la lluvia de ideas, mapas mentales, talleres de trabajo, conexiones, entre otros, son un buen comienzo para determinar las necesidades de los usuarios y crear un espacio atractivo e intuitivo.



Figura 9.- Pensamiento conceptual. Organización de información. Recuperado de: Fundamentos del diseño interactivo (2016).

Tener claro cuales son los mapas y flujos de tareas del sitio, también ayuda a que la interfaz sea aun mas comprensible para el usuario, brindándole una buena navegabilidad, identificando de forma clara la información deseada mientras navega por el sitio, por consiguiente, Steane (2016), menciona que “la elaboración de mapas de sitios es una tarea importante en la creación de sitios web y aplicaciones interactivas, dado que ofrece a los clientes y equipos de diseño y desarrollo una visión de alto nivel de la estructura del contenido, donde se incluyen los sistemas de etiquetado y navegación.” (p.42). De tal manera, es necesario determinar el mapa de navegación antes de empezar a diseñar la interfaz final, obteniendo de esta forma una idea mas clara de cómo ira distribuida toda la información.

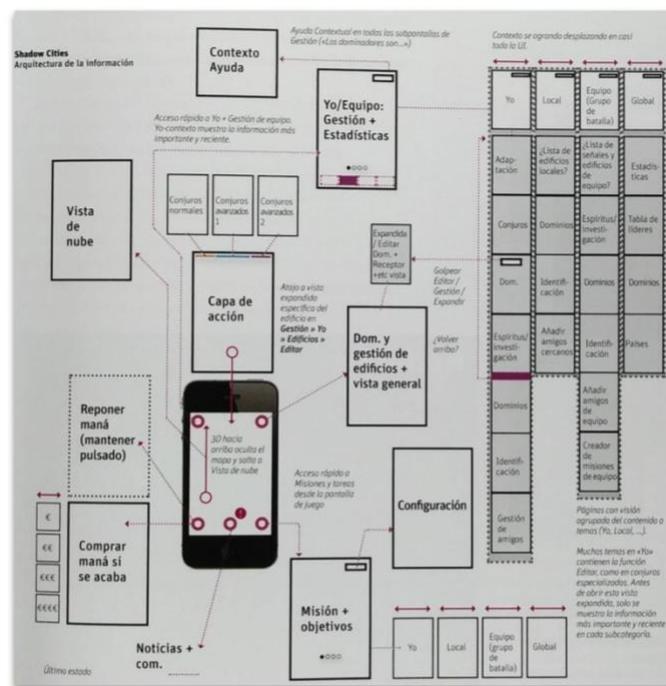
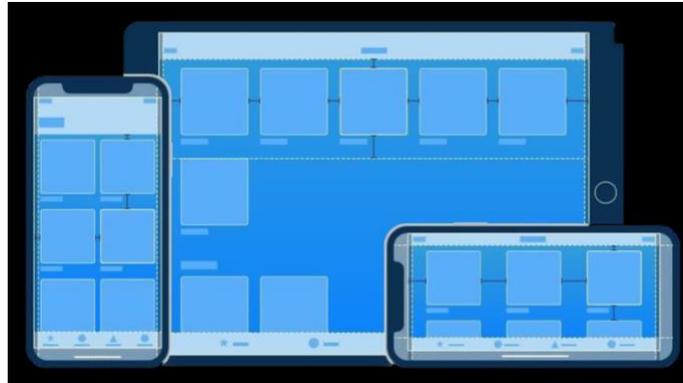


Figura 10: Mapa y Flujos de Tareas.  
 Recuperado de: Fundamentos del diseño interactivo (2016).

Seguidamente, una vez realizadas las etapas anteriores ya se puede iniciar la creación de la interfaz, en donde, Lizbeth Luna (2004), investigadora de la UNAM, menciona que “La labor de un diseñador de interfaces gráficas es adelantarse, ponerse en el lugar del usuario, prever cualquier situación que pueda resultar un punto de conflicto (ya sea psicológico o técnico) y resolver el problema antes de que se presente”(p.8), por lo tal, ayudándonos del mapa y flujo de tareas se puede encasillar de mejor forma la información

en paquetes relacionados en donde el usuario encontrara la información pertinente en un solo sitio brindándole la facilidad y rapidez que se requiere.



*Figura 11.- Diagramación de la información en la interfaz.*  
Recuperado de: Fundamentos del diseño interactivo (2016).



*Figura 12.- Ejemplo aplicado de la diagramación de información en la interfaz.*  
Recuperado de: Fundamentos del diseño interactivo (2016).

Finalmente, para potenciar a la interfaz se puede utilizar el poder de la atracción, en la cual se utiliza elementos visuales que causen una reacción emocional o psicológica en el usuario. La disponibilidad y el uso de metáforas, también conforman un elemento a tener en cuenta, en este apartado se puede apelar a experiencias anteriores del usuario tal es el caso del carrito de compras en un sitio digital, en donde la persona que interactúa lo relaciona metafóricamente y le da un significado (Scolari: 2018).

### 1.3.5 Diseño UX (Experiencia de usuario)

Con el uso de correcto de la interfaz junto con todos los elementos que la involucran, se puede generar una *Experiencia de Usuario*. Una buena UX se obtiene mediante la interacción puesto con esta actividad el usuario tendrá una percepción y una opinión sobre el producto junto con factores que se encuentran presentes, por tal razón, para generar una buena experiencia hay que centrarse en el diseño centrado al humano, conociendo de tal manera cuales son las opiniones junto con las necesidades de las personas para llegar a un mejor diseño teniendo en cuenta también el limitante tecnológico (Cantú: 2016).



Figura 13.- Diseño UX, Diseño Centrado en el Humano (2016).  
Recuperado de: Fundamentos del diseño interactivo (2016).

En consecuencia, el feedback junto con las pruebas de usuario es necesario antes de lanzar la versión final de la interfaz hacia los usuarios, por ello que Steane (2016), menciona que “las pruebas de usuarios son una forma de feedback que requiere que los usuarios realicen ciertas tareas para identificar las dificultades” (p.58), por tal razón, para garantizar una buena experiencia de usuario es necesario realizar estos testeos antes de la versión final, optimizando estos procesos de navegación.

Por otra parte, también es necesario tener en consideración los diez principios de usabilidad que generan una experiencia de usuario exitosa para ello Steane (2016, p.59)

propone estas guías basándose en Jakob Nielsen, a continuación se mencionan estas reglas a seguir.

- El diseño elegante y sencillo
- Conversiones y lenguaje familiar
- Coherencia
- Visibilidad
- Feedback visible
- Control del usuario
- Atajos
- Ausencia de errores
- Informes de errores
- Ayuda

Consecuentemente, al tener presentes estas reglas es fácil llegar a concluir en una interfaz con legibilidad y fluidez al momento de la interacción, generando al usuario una experiencia positiva frente a la navegabilidad del sitio, además al tener presente la diagramación estructural se puede extrapolar esta información sin importar el soporte tecnológico, variando sus medidas a conveniencia del equipo, facilitando al usuario la navegación por el sitio, comunicando de manera eficaz el mensaje que inicialmente se habría propuesto.



*Figura 14.- Diagramación responsiva.*  
Recuperado de: Fundamentos del diseño interactivo (2016).

## Capítulo II. Marco Metodológico

Para el presente proyecto se determinó utilizar un enfoque mixto, puesto que, se necesita tener conocimientos tanto desde el punto de vista cualitativo, como cuantitativo, ayudando a esclarecer los elementos mas oportunos para el desarrollo del proyecto. Cualitativamente es importante conocer cual es la visión de las personas encargadas del manejo de los diferentes teatros, tanto como su visión en la comunicación y difusión de sus eventos culturales.

Además, cuantitativamente es importante conocer como la sociedad se entera de los eventos que transcurren en los teatros, comprendiendo las necesidades y preferencias de los usuarios, es por ello que, mediante técnicas y métodos de investigación como herramientas a favor de la investigación, llegando a determinar el camino idóneo para desarrollar el proyecto de forma satisfactoria.

En consecuencia, el tipo de investigación que se desarrolló para el proyecto es de carácter Descriptivo – Exploratorio, puesto que desde la visión descriptiva, tenemos un fenómeno de globalización tecnológico, un mix cultural y la falta de tecnificación en el proceso comunicativo por parte de centros artístico culturales, lo cual logra encasillarse como un problema social puesto que con la expansión social se va diluyendo poco a poco la identidad social de las nuevas generaciones.

Seguidamente, dentro del campo exploratorio, se empieza la tecnificación del proceso comunicativo del Microteatro Uio, bajo postulados que la comunicación y la tecnología van de la mano para llegar a comprender nuevos canales informativos para la sociedad.

En consecuencia, se va a determinar cuales van a ser los métodos y técnicas a utilizar dentro de la investigación, es por ello que, a continuación, se procede a detallar las herramientas de las cuales se va a necesitar para el desarrollo del proyecto.

### 2.1 Métodos

La metodología permite seleccionar las técnicas junto con métodos para poder lograr una investigación sistemática y ordenada, que lleven a una mejor culminación del proyecto. Por consecuencia, es importante tener presente cuales son estas vías académicas para desempeñar un trabajo sostenible. Dentro de este proyecto se aplican los siguientes:

### **2.1.1 Método inductivo**

Para el presente proyecto se ha elegido el método inductivo puesto que se alcanza a generar conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular, este método suele basarse en la observación, experimentación de hechos y acciones concretas para así poder llegar a una resolución o conclusión general sobre estos; es decir, en este proceso se comienza por los datos y finaliza llegando a una teoría, por lo tanto se puede decir que asciende de lo particular a lo general. En el método inductivo se exponen leyes generales acerca del comportamiento o la conducta de las personas partiendo específicamente de la observación de casos particulares que se producen durante el experimento (obs-edu.com: 2015).

En consecuencia, para el desarrollo de la investigación es necesario explicar la hipótesis de la cual se ancla el proyecto, se cree que la difusión o comunicación mediante soportes digitales de nueva generación pueden ayudar a un aumento de consumo artístico cultural o en consecuencia generar nuevas formas de cultura, dicho enunciado es el cual se necesita aclarar mediante el proyecto, usando una aplicación móvil como plataforma masivo de consumo cultural.

Por lo tanto, cabe mencionar la clasificación de este método, por lo cual, nos vamos a apoyar de la teoría expuesta por Gómez (2012) quien menciona que:

Un razonamiento puede tener la característica de inducción completa, cuando se llega a conocer con exactitud el número de individuos o fenómenos que integran el estudio, para tener la certeza de que los datos incluidos en este estudio pertenecen al fenómeno en cuestión. Ahora bien, estos razonamientos pueden ser posibles cuando la cantidad de individuos o fenómenos que se generalizan son limitados (p.14).

Mientras que, en la inducción incompleta, la vida cotidiana así como en las investigaciones científicas, el ser humano realiza con cierta frecuencia inferencias inductivas universales, con fundamento en el hecho de que observa un mismo fenómeno que conoce; esta simple inducción es la que se denomina incompleta. Para mejor comprensión de este aspecto, se puede mencionar un ejemplo: durante bastantes siglos el ser humano observó que la Tierra era plana, e infirió que este supuesto era

verdadero; sin embargo, debido a estudios posteriores de tal fenómeno, se conocieron hechos que contradecían esto (p.15).

Dentro de del proyecto, al aplicar este método de investigación se determinó cual es la causa principal del bajo consumo artístico cultural, tal como se grafica en la figura1, en la cual se puede deducir que los museos junto con la arquitectura del Centro Histórico de Quito es lo que mas atrae a los visitantes y por consiguiente, partiendo de esta determinar el problema que tienen las artes escénicas al momento de difundir sus carteleras, obteniendo un resultado general del problema, llegando a una posible propuesta para cubrir esta necesidad que se encontró en el medio.

### **2.1.2 Método deductivo**

El método deductivo es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos). Según el método deductivo, la conclusión se halla dentro de las propias premisas referidas o, dicho de otro modo, la conclusión es consecuencia de estas (Graus: 2013).

Por consiguiente en este proyecto al aplicar este método dentro del plan investigativo desarrollado se buscó determinar de manera general porque los individuos que forman parte de la sociedad, no asisten a eventos culturales de forma regular y específicamente porque el teatro a quedado relegada en relación a otras artes escénicas.

### **2.1.3 Método analítico**

Para entender mejor este método Gómez (2012), define que “el método analítico consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre éstas” (p.16). Al aplicar este método se puede llegar a comprender las aristas que comprenden nuestro problema de forma independiente, acercándose de esta forma a una solución factible. En el proyecto se utilizó este método para realizar un análisis mixto de los resultados obtenidos a través de las técnicas

de investigación, así como también sirvió para emitir las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación.

#### 2.1.4 Población y muestra

Un plan de muestra dentro de la investigación juega un papel fundamental, puesto que se efectuó un muestreo probabilístico, en donde un cierto número de individuos fueron encuestados para la recolección de datos. La población que se utilizó para el estudio son las personas asistentes a eventos artísticos culturales en teatros del Centro Histórico de Quito, tanto como a las personas asistentes al Microteatro Uio, los cuales fueron elegidos de forma aleatoria.

Con esta puesta en acción se buscó determinar como era la interacción de los usuarios con las agendas artísticas culturales, de cómo se enteraban de los eventos a realizarse en los teatros del Centro Histórico de Quito y especialmente del Microteatro, eligiendo a personas asistentes a diferentes teatros con el fin de comprender de esta forma cómo es el proceso comunicativo entre las carteleras junto con la sociedad.

La fórmula utilizada para determinar la muestra probabilística en el presente proyecto se utilizó lo propuesto por Carlos Ochoa (2013), experto en investigación de mercados, el cual plantea la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{(N-1)e^2 + z^2 p \cdot q}$$

En donde:

- **n**=Representa el tamaño de la muestra. Es decir, el número de encuestas que se realizaron.
- **N**= Población total que se estudia.
- **z**= Nivel de confianza (1,96%) equivalente al 95%. (Considerados como valores típicos.)
- **p**= Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=q=0.5$  que es la opción más segura. (0,5)
- **q**= Proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1-p$ .
- **e**= Error maestro (0,05).

## 2.2 Técnicas de investigación

Para llevar a cabo una investigación del tipo descriptiva- exploratoria, siempre existen varias técnicas para la recolección de datos, que aportan información valiosa al proyecto investigativo, estas técnicas varían dependiendo de la importancia y magnitud del proyecto que se va a realizar, cada técnica puede adaptarse a un plan marcado para el proyecto, es por eso que cuando esta investigación se encontró bien estructurada, aparecieron ciertas técnicas que ayudaron en la recolección de datos y hallar las evidencias de manera formal para llevar a cabo la investigación.

### 2.2.1 La encuesta

Esta técnica resulta efectiva al momento de realizar una investigación es por ello que la encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación cualitativa, ya que permite obtener y elaborar datos *hard* de modo rápido y eficaz (Casas, Repullo, Donado: 2003, p.143). Al aplicar este procedimiento se llega a la adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

En consecuencia, en este proyecto al aplicar esta técnica dentro del proyecto de investigación se buscó obtener información fundamental y real, respecto a si es o no factible el desarrollo de una aplicación móvil para la difusión de agendas culturales junto a cuales son los factores que se deben considerar para llevar el proyecto a una comunicación eficaz. Seguidamente, se desarrolla la muestra para determinar a cuantas personas se les procede a aplicar la encuesta referente a la difusión de agendas artístico culturales de forma digital.

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{(N-1)e^2 + z^2 p \cdot q}$$

N = Teatro Bolívar 963; Teatro Sucre 804; Microteatro Uio140 = 1907

z = (1,96%)

q = 0,5

p = 0,5

e = 0,05

Al reemplazar los datos anteriores en la fórmula se obtuvo el siguiente resultado:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{(N-1)e^2 + z^2 p \cdot q} \\
 n &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(1907)}{(1907-1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)} \\
 n &= \frac{(3,84)(476,75)}{(1906)(0,0025) + (3,84)(0,25)} \\
 n &= \frac{1830,72}{4,76 + (3,84)(0,25)} \\
 n &= \frac{1830,72}{4,76 + 0,96} \\
 n &= \frac{1830,72}{5,72} \\
 n &= 320,05.
 \end{aligned}$$

Por consecuencia,  $n=320$ , es la cantidad de encuestas que se realizaron a los usuarios de eventos artístico culturales en el Centro Histórico de Quito y a usuarios del Microteatro Uio, con el fin de recabar información valiosa para el desarrollo de la aplicación móvil y de la investigación como tal.

## 2.2.2 La entrevista

Esta técnica es una de las más utilizadas dentro del campo de la investigación social en ciencias sociales, puesto que, puede llegar a debelar datos importantes para el proyecto es por ello que se puede teorizar que, “las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas. Su papel es crucial, es una especie de filtro” (Hernández:2006,p.597).

Es por ello, que en este proyecto la formulación de esta técnica buscó obtener información de primera mano con los individuos que forman parte del universo a investigar, llegando de esta forma a conocer sus pensamientos, opiniones y sentir de la situación de cara a la cultura, artes escénicas y al teatro, las personas que serán entrevistadas para obtener dichas opiniones son expertas en el área artístico cultural tal es el caso de Estefanía Ochoa, encargada de los procesos comunicativos dentro del Teatro Sucre, Seguidamente, se tomó la perspectiva de Berenice Lalaleo, administradora del Microteatro Uio, para finalizar, se

entrevisto a Lourdes Calderón, guionista, actriz y encargada de un grupo de teatro independiente, con el fin de conocer como se dan los procesos de comunicación en estos casos.

En consecuencia, así mismo a través de las opiniones de los expertos se pretende conocer las categorías de información necesarias para el desarrollo de esta investigación y su implementación en una aplicación móvil, de tal forma, se utilizó una entrevista semiestructurada, en la cual se puede formular preguntas concretas junto con preguntas espontáneas en donde el entrevistado puede expresar libremente su pensamiento, llegando finalmente a comprender de mejor forma las necesidades de los centros culturales y de la aplicación móvil.

### **2.2.3 Observación de campo indirecta**

Esta técnica resulta ser importante al momento de desarrollar una investigación, puesto que se puede determinar factores que tal vez no se dicen en una entrevista o en una encuesta pero que sin embargo están presentes y pueden afectar al desarrollo del proyecto, por tal motivo, se puede decir que:

Las técnicas de investigación de campo son aquellas que le sirven al investigador para relacionarse con el objeto y construir por sí mismo la realidad estudiada. Tienen el propósito de recopilar información empírica sobre la realidad del fenómeno a estudiar y son útiles para estudiar a fondo un fenómeno en un ambiente determinado (Orozco: 1997).

Por tal motivo, la observación indirecta dentro del presente proyecto aportó de manera significativa, puesto que a partir de la percepción de las personas que están dentro de los departamentos de comunicación de los centros culturales se pudo entender cómo es la interacción de las personas con el medio artístico cultural de teatros en Quito y cuál es su forma de informarse en cuanto a la programación que estos centros ofrecen, comprendiendo de mejor forma su comportamiento frente a las artes escénicas.

## 2. 3. Análisis y tabulación de datos

### 2.3.1 Datos de encuestas

#### Género

Tabla 1.

DETALLE	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Femenino	169	53%
Masculino	151	47%
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Genero de asistencia a teatros.

**Análisis Cuantitativo:** En el gráfico 1 se puede observar que del total de los 317 encuestados de asistentes a teatros de la ciudad de Quito, el 53% son de sexo femenino y 47% son de sexo masculino. Estos datos indican que en cuanto a género la muestra es equilibrada, mostrando que los eventos culturales tienen un interés igualitario por parte de la ciudadanía.

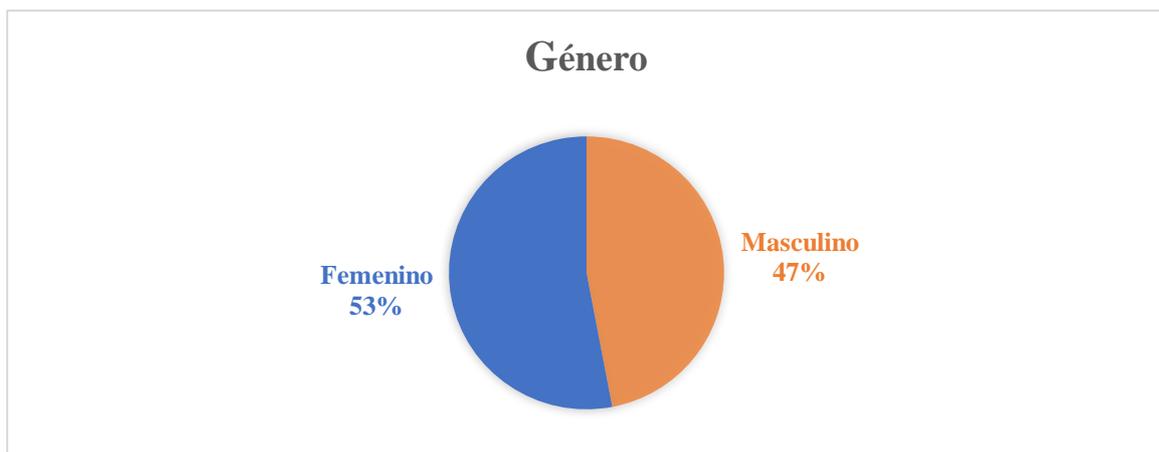


Gráfico 1.- Género de asistencia a teatros.  
Elaborado por el autor.

## Edad

Tabla 2.

DETALLE	POBLACIÓN	PORCENTAJE
14 - 24 años	31	10%
25 - 39 años	65	20%
40 - 49 años	128	40%
Más de 50 años	96	30%
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Genero de asistencia a teatros.

**Análisis Cuantitativo:** En el gráfico 2 se puede observar que del total de los 317 encuestados de asistentes a teatros de la ciudad de Quito, el 40% de las personas se encuentra dentro del rango de edad entre los 40 y 49 años de edad, el 32% de las personas es mayor a los 50 años de edad, el 18% de las personas se encuentra dentro del rango de edad entre los 25 y 39 años de edad y un 10 % de las personas se encuentra dentro del rango de edad entre los 14 y 24 años de edad, en consecuencia el rango de asistencia el cual es principal asistente al teatro son personas adultas

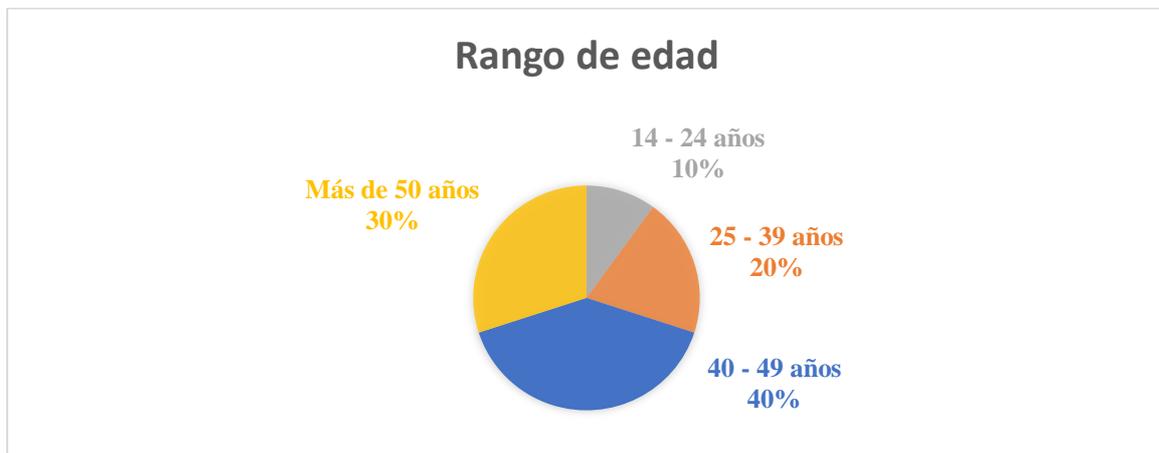


Gráfico 2.- Rangos de edad.  
Elaborado por el autor.

### Pregunta 1.

¿Con qué frecuencia asiste usted a eventos artístico culturales?

Tabla 3.

DETALLE	POBLACIÓN	PORCENTAJE
6 veces al mes o más	35	11%
4 - 5 veces al mes	47	15%
2 - 3 veces al mes	127	40%
1 vez al mes	111	34%
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Frecuencia de asistencia.

**Análisis Cuantitativo:** En el gráfico 3 se puede observar que del total de los 317 encuestados en cuanto a la asistencia a eventos artístico culturales ofrecidos por los teatros, el 40% de las personas asiste un estimado de 2 a 3 veces al mes a dichos eventos, el 34% asiste una única vez al mes, el 15% asiste de 4 a 5 veces al mes a eventos artístico culturales y un 11% asiste de 6 veces en adelante a estos actos culturales.

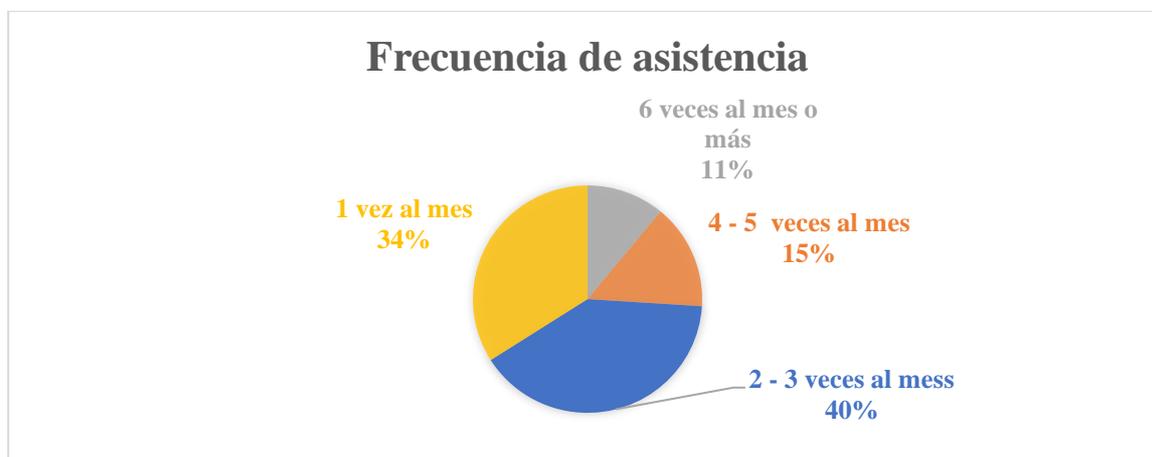


Gráfico 3.- Frecuencia con que asisten al teatro los usuarios.  
Elaborado por el autor.

**Análisis Cualitativo:** Como se indica en el gráfico 3, de toda la población encuestada en mayor porcentaje asisten a eventos artísticos culturales en promedio de 2 a 3 veces, esto se debe a una relación cercana con los artistas o esto lo supieron manifestar en su mayoría en el gráfico 4 se expresa mejor esta relación, además 34% de la población únicamente asiste 1 vez a eventos artístico culturales, por lo cual con el proyecto se busca llegar a estas

personas que no tienen un interés con eventos artístico culturales, generando una revalorización propia de identidad, tanto en las adaptaciones artísticas como en la de la audiencia.

## Pregunta 2

### Medio por el cual se informa usted de los eventos artístico culturales.

Tabla 4.

DETALLE	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Diarios	6	1%
Radio	3	1%
Tv	0	0%
Sitios web	51	15%
Redes Sociales	80	25%
Publicidad en la vía publica	8	3%
Al interior del teatro	64	20%
otros	108	35%
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Medios por el cual se enteran las personas de eventos artístico culturales.

**Análisis Cuantitativo:** En el gráfico 4 se puede observar que del total de los 317 encuestados de la población asistente a teatros, el 35% de las personas tiene otros medios o canales de información para conocer los eventos artístico culturales ofrecidos, un 25% de las personas se informa mediante redes sociales y el tráfico que estas generan, un 20% de la población obtiene información de los eventos culturales dentro de las institución, el 15% se toma el tiempo de ingresar al sitio web para poder obtener una cartelera digital del centro al que desea asistir, un 3% de la población aseguro haber visto algún poster o flyer en donde se anuncio el evento, mientras que los medios tradicionales quedan relegados al ultimo lugar siendo el diario y la radio medios de difusión para el 1% de las personas mientras que la tv tiene el 0% en cuanto a la información de eventos artístico culturales.



Gráfico 4.- Medios por el cual se enteran las personas de eventos artístico culturales.  
Elaborado por el autor.

**Análisis Cualitativo:** Como se indica en el gráfico 4 de toda la población encuestada en mayor porcentaje las personas debe tener un vinculo con medios tecnológicos o en su defecto tener un vinculo personal con familiares, amigos, artistas, ser parte del mundo artístico, entre otros, para poder acceder a las carteleras con mayor facilidad, mientras que el resto de la población tiene dificultad para poder enterarse de la cartelera y valorar su asistencia o no al evento.

### Pregunta 3

**Le parece útil la creación de una aplicación móvil en donde se recopile toda la información de las carteleras que se ofrece.**

Tabla 5.

DETALLE	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Si	222	70%
No	98	30%
<b>TOTAL</b>	320	100%

Utilidad de una aplicación móvil.

**Análisis Cuantitativo:** En el gráfico 4 se puede observar que del total de los 317 encuestados, el 70% consideran que es importante y factible el desarrollo de una aplicación móvil para la difusión de eventos artístico culturales por la facilidad que brinda al momento de la interacción de las carteleras con los usuarios, mientras que el 30% considera que no es

importante puesto que por la edad no entienden bien de tecnología, no la usan y no entienden bien como usarlas.



Gráfico 5.- Utilidad de una aplicación móvil.  
Elaborado por el autor.

**Análisis Cualitativo:** Como se indica en el gráfico 5 de toda la población encuestada el mayor porcentaje de los asistentes a eventos artístico culturales consideran que es importante realizar una aplicación móvil en donde se pueda informar de los eventos presentados en las diferentes instituciones puesto que facilitaría la difusión de carteleras, precios, horarios y de cómo llegar al sitio en caso de no conocer el lugar.

Bajo esta información, se sustenta el proyecto, puesto que la población asistente a teatros de la ciudad de Quito, creen necesario el desarrollo de medios digitales para la difusión de agendas artístico culturales, puesto que, facilita la interacción entre el público y el centro cultural.

#### Pregunta 4

**¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la aplicación.?**

Tabla 6.

DETALLE	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Información del teatro	251	22%
Sinopsis de la Obra	300	26%
Costos	251	22%
Buzón de sugerencias	120	11%

Mapa de cómo llegar	201	17%
Thriller de la obra	100	2%
<b>TOTAL</b>	320	100%

Información importante para la aplicación.

**Análisis Cuantitativo:** Al ser una pregunta de opción múltiple, la misma persona podía referenciar varias respuestas por lo que se realizó un ajuste matemático en cuanto al porcentaje y se puede evidenciar en el gráfico 5 se puede observar que del total de los 317 encuestados, el 26% de las personas asistentes cree que es importante recibir una breve sinopsis de la obra puesto que esto ayudaría a entender mejor el contexto y atraer su interés, el 22% cree que es importante conocer información del teatro, otro 22% también considera que el costo de cada función es necesaria, un 11% le parece bien contar con un formulario en donde se puede expresar las sugerencias necesarias, el 17% encuentra útil que se tenga un mapa que indique la posición del teatro y un 2% le gustaría ver un thriller de la obra en cuestión.



Gráfico 6.- Información importante para la aplicación.  
Elaborado por el autor.

**Análisis Cualitativo:** Como se indica en el gráfico 6 de toda la población encuestada el mayor porcentaje de personas consideran que varias categorías de información son importantes para estar presentes en una aplicación, puesto que de esta manera pueden obtener todos los datos relevantes para asistir al evento artístico cultural y de la misma forma poder expresar sus opiniones o dejar comentarios sobre el servicio recibido.

### 2.3.2 Análisis FODA cruzado de entrevistas

Utilizar esta forma de análisis para obtener los datos más relevantes de las entrevistas realizadas resulta ser de gran ayuda al momento de determinar las variables existentes que se pueden dar para el proyecto, Matías Riquelme define que “el análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa o proyecto.” (s.p), por tal motivo, mediante la clasificación de los datos obtenidos por parte de los expertos fácilmente se puede realizar una evaluación para ejecutar de una forma segura el plan de acción, que será pertinente para el proyecto.

En la presente investigación se entrevistaron personas allegadas a la cultura, a la difusión y comunicación cultural, así mismo a una persona encargada del manejo de un centro artístico. Estefanía Ochoa, encargada de los procesos comunicativos dentro del Teatro Sucre, Berenice Lalaleo, administradora del Microteatro Uio, Lourdes Calderón, guionista, actriz y encargada de un grupo de teatro independiente. Dichas opiniones se reflejan en el siguiente cuadro, en donde se resalta lo más importante de cada entrevista.

Tabla 7.

Análisis FODA	
Fortalezas - Oportunidades	Debilidades – Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una producción de eventos artístico culturales lo suficientemente grande para generar espacios o centros culturales.</li> <li>• El uso de las nuevas tecnologías en otros países resulta ser un ejemplo para emprender este camino en el Ecuador.</li> <li>• Se están creando nuevas formas de hacer teatro y cultura tal es el caso de los micro teatros, junto con la creación de nuevos espacios que apoyan a nuevos talentos y a nuevas producciones artísticas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe un celo profesional tanto de centros o espacios y de artistas, en el medio que puede afectar al proyecto.</li> <li>• Los centros culturales, creen que mantener un medio digital funcionando es extremadamente costoso, puesto que no tienen información sobre el tema.</li> <li>• Falta de interés y resistencia de algunos administrativos, a tecnificar sus carteleras por temor a perder la inversión.</li> </ul>

<b>Fortalezas - Amenazas</b>	<b>Debilidades – Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A pesar de poseer un medio digital para la difusión de eventos culturales, no darle el uso adecuado y dejarlo en el olvido.</li> <li>• La información puede quedar dispersa por la mala diagramación, dificultando la comprensión por parte de los usuarios.</li> <li>• No se difunda de manera efectiva la existencia de la app y al final no tenga un trafico constante de personas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los centros culturales aun no empiezan a tecnificar sus agendas o eventos estelares, actualmente solo existe un centro con una app funcional.</li> <li>• Existen eventos de talla internacional dentro de los centros artísticos culturales que no son reconocidos por la falta de difusión, que pueden ser una plataforma de crecimiento cultural.</li> <li>• La interacción con los usuarios a decaído con el tiempo, teniendo que cerrar algunos medios por el cual se difundía las agendas culturales y con la creación de una app se puede retomar esta interacción con la sociedad.</li> </ul>

Análisis FODA de entrevistas

En base a estos criterios y experiencias reales expresadas por personas desde dentro de los centros culturales se pudo establecer de mejor forma como son los procesos de comunicación desde los teatros con los asistentes a los eventos que los espacios ofrecen, de tal forma, también se pudo comprender el porque aun existe un retraso en la tecnificación cultural por parte de los mismo, llegando a tener una mejor visión de cómo desarrollar la App propuesta en este proyecto, tomando mayor énfasis en la facilidad de accesibilidad de información par el usuario, una buena estructura para que sea fácil de entender, entre otros.

Así mismo, el proyecto toma relevancia al ser la segunda aplicación desarrollada en cuanto a la difusión de una agenda cultural especializada de un centro cultural en función a la sociedad y poder difundir de mejor forma sus contenidos con el afán de generar un interés cultural en las personas.

### Capítulo III. Propuesta de acción: Microteatro UIO



Figura 15.- App Microteatro UIO.  
Elaborado por el autor.

Partiendo de los principios teóricos junto con los procesos metodológicos de la presente investigación dieron como resultado el desarrollo de una aplicación móvil, la cual sirve como plataforma de difusión de la agenda artístico cultural ofrecida por el Microteatro Uio, siendo la segunda aplicación especializada de teatros en Quito y la primera que abarca el formato de Micro teatro.

Justamente, partiendo de la teoría la app cumple con parámetros los cuales conforman criterios que facilitan la navegabilidad, contando con una pantalla de inicio, la cual, enseña la cartelera ofrecida junto con la información básica de la obra que se está presentando, seguidamente, tenemos la pantalla de noticias, en la cual, se informa al usuario de las futuras temporadas o presentaciones próximas, así mismo, se comunica de promociones, llamados a nuevos talentos teatrales, entre otros, también, se cuenta con el apartado de contacto, en donde, el usuario puede tener una comunicación directa con el Microteatro Uio, para finalizar se cuenta con la pantalla de mapa, la cual, brinda información de cómo llegar al sitio, siendo *google maps* la herramienta que facilita estos datos.

En consecuencia, para poder cumplir estos principios de navegación es necesario conceptualizar, teniendo claro cuales son los procesos de comunicación que se quieren cumplir con la app, es por ello que para esta aplicación se tomo en consideración dos conceptos a los cuales basar el eje del desarrollo, como primero se tiene la elegancia,

consecutivamente, la facilidad de comunicación es el segundo concepto al cual se ancla la creación del soporte digital propuesto.

### 3.1 Proceso de realización

Inicialmente, para el desarrollo se debe tener presente un árbol de navegación, información necesaria para proceder a la creación de la app, puesto que, a partir de esta herramienta se procede a clasificar de forma sistemática la información presente en el desarrollo, por tal motivo, se genera un esquema en donde se visualizan las estructuras que conforman al sitio, seguidamente en el gráfico 7 se cuenta con el árbol de navegación utilizado en la app del Microteatro Uio.

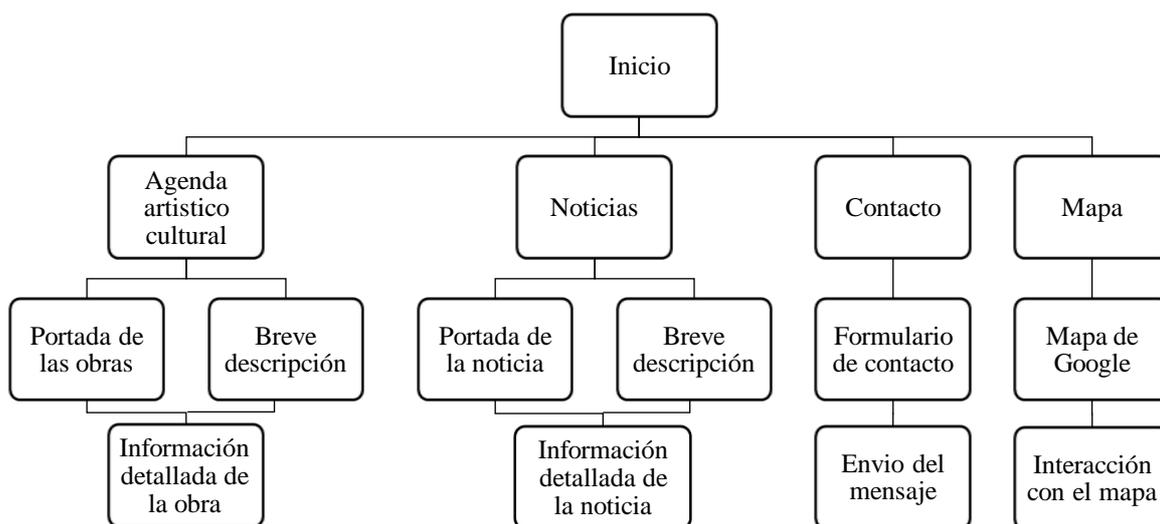


Gráfico 7.- Mapa de navegación de app Microteatro Uio.  
Elaborado por el autor.

En efecto, bajo este árbol de navegación, se procede a ejecutar los principios de la arquitectura de la información clasificando la información bajo una jerarquía, agrupando los contenidos en paquetes que guardan una relación entre si, de esta forma se optimiza los procesos de comunicación en la aplicación móvil, difundiendo mensajes similares en cada una de las pestañas y de tal forma evitar contenidos dispersos que confunden al usuario.

Así mismo, crear una malla de distribución de la app es importante, pues, de forma gráfica se proyecta la diagramación de información junto con el espacio que utilizará, dando como resultado un preliminar de la aplicación, en la cual, poder realizar modificaciones si

esta la necesitará, puesto que, en este proceso se corrige fallos con el fin de optimizar la comunicación.

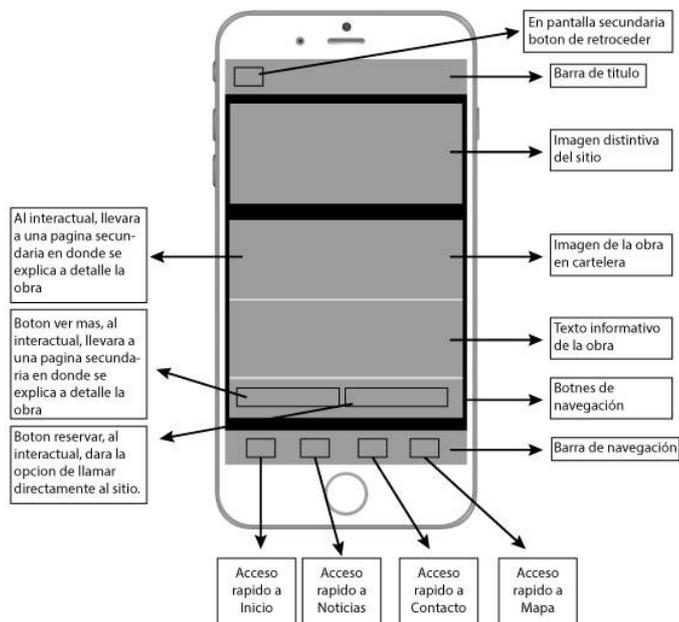


Figura 16.- Esquema de app Microteatro Uio.  
Elaborado por el autor.

En relación, con la diagramación propuesta en la figura 16, existen enlaces básicos que permiten una buena navegación, inicialmente en la parte baja de la pantalla se encuentra, los íconos que llevan a diferentes pestañas, en donde se clasifica la información de acuerdo a lo que indica cada marcador, en la parte superior se observa el título de la pestaña en la cual se encuentra actualmente junto con un botón que permite regresar en caso de estar navegando en una pestaña secundaria.

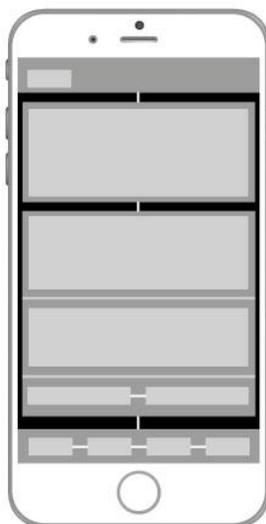
Seguidamente, en la pantalla de inicio se observa tarjetas de información, las cuales contienen una imagen la cual es representativa del tema, ya sea un arte relacionado a al obra expuesta en la agenda cultural o en su defecto algo que informe sobre la noticia que se va a obtener con la interacción de la misma, las imágenes contienen un enlace a una pagina secundaria en donde se puede ampliar la información, detallando elementos que no se encuentran en la descripción corta de la tarjeta.

Otros elementos, que se encuentran en la aplicación son botones denominados, ver más y reservar, el primer apartado tiene la misma función de las imágenes, es decir, nos enlaza a una pestaña secundaria en donde se amplía la información de la noticia o evento artístico cultural, mientras que, el segundo apartado interactúa con las funciones del teléfono

realizando una llamada a las personas encardas del Microteatro Uio para generar una reservación personalmente.

Continuando, en la pestaña de noticias encontramos principios similares al apartado de inicio, es decir contamos con los mismo elementos de navegación los cuales a partir de la experiencia previa es fácil de comprender y de navegar en ella, luego de ello, se encuentra la pestaña de contacto el cual cuenta con un formulario, en el cual, el usuario puede escribir un mensaje para luego ser enviado al departamento de comunicación de la institución generando una interacción entre el emisor y el receptor. Finalmente, se encuentra el ultimo apartado en el cual vamos a encontrar el mapa de google, facilitando la ubicación y movilización de las personas hacia el centro cultural.

### 3.1.1 Retícula



*Figura 17.- Retícula de Diagramación.  
Elaborado por el autor.*

Con la conformación de una retícula sobre la app, la información es fácilmente distribuida en cada uno de los sectores previamente elegidos para ser ocupada, puesto que, la diagramación es considerada el soporte inicial para la construcción de la aplicación, cabe recalcar que cada retícula puede variar dependiendo de las necesidades del proyecto, cada espacio debe estar pensado para los diferentes soportes en que pueda ser visualizada la aplicación, en consecuencia, adaptar esta estructura para que sea responsivo es un factor fundamental, de esta forma tendremos una visualización correcta en todo momento.

Principalmente, existen varios tipos de retícula, en el caso para el desarrollo de la aplicación Microteatro Uio se optó por elegir un diseño modular, puesto que, cada sección puede actuar de forma independiente conteniendo información específica que no altera el orden del resto de elementos que forman parte de la composición visual de la app.

Continuando, con dicho proceso una vez determinada la retícula es necesario organizar la información que formara parte de la app, de tal forma, se obtendrá una jerarquización visual, en donde el texto tendrá una armonía con las imágenes, comunicando un mismo mensaje hacia el usuario, lo cual, brindara un dinamismo con la persona interactuando de forma eficaz.

Consecuentemente, nos referimos al árbol de navegación en donde la información ya se encuentra jerarquizada obteniendo los recursos que son de relevancia para cada espacio de la app, con la inmersión de imágenes en la retícula es necesario balancear esta información, para que, visualmente se de un equilibrio.



*Figura 18.-* Pantalla de obra  
¡Te odio y te quiero!.  
Recuperado de: Microteatro  
Uio.

En el caso de la app desarrollada para el Microteatro Uio, figura 18, la imagen es el recurso visual inicial, el cual da una perspectiva hacia el contenido del texto, el título como segundo recurso se encuentra separado del cuerpo del mensaje, se diferencia al estar en tipografía tipo *bold*, es decir, se encuentra remarcado del resto del contenido, el resto de la

descripción se encuentra de forma normal, dando una breve descripción o sinopsis de la obra que se presenta en la cartelera, quedando de esta forma jerarquizada la información, puesto que guarda una estructura en donde los visual juega un papel fundamental al momento de transmitir un mensaje.

### 3.1.2 Diseño de página de inicio

El desarrollo de la app, está dividida en dos etapas, la primera engloba un desarrollo en código *HTML*, lenguaje de programación que es utilizado para la creación de sitios digitales junto con su complemento *CSS*, el cual, es un lenguaje de especificación, facilitando el dar un estilo al contenido, es decir, ayuda a que la información sea más vistosa en la interfaz de usuario.

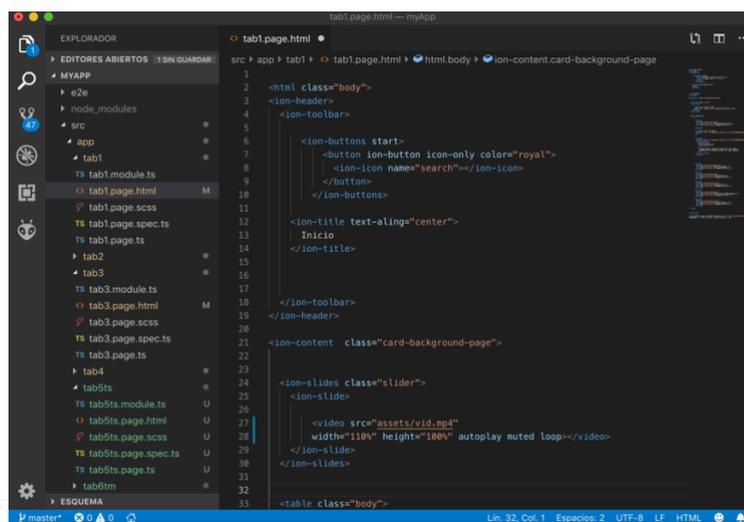


Figura 19.- Desarrollo HTML de la aplicación Microteatro Uio.  
Elaborado por el autor.

Para llevar a cabo, dicho desarrollo en lenguaje *HTML* se apoyo el proceso con herramientas como lo es *Ionic*, plataforma en la cual se visualiza lo programado y que en un futuro seria de importancia, puesto que, ayudaría a ultimar detalles en la aplicación, además, se utilizo el *software Visual Studio Code*, el cual es un visor en donde se escribe las líneas de código que comprenden a la app desde su inicio.

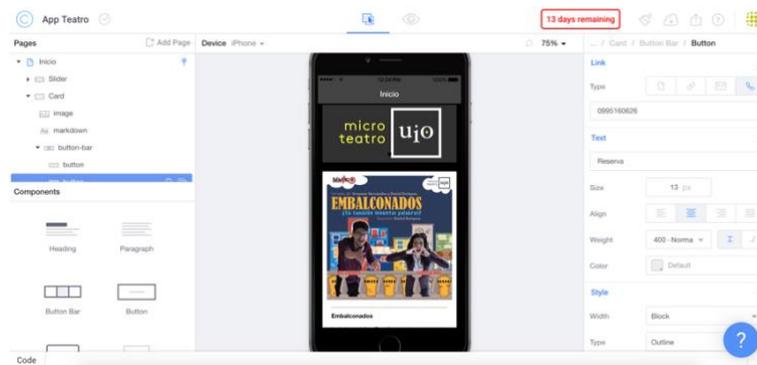
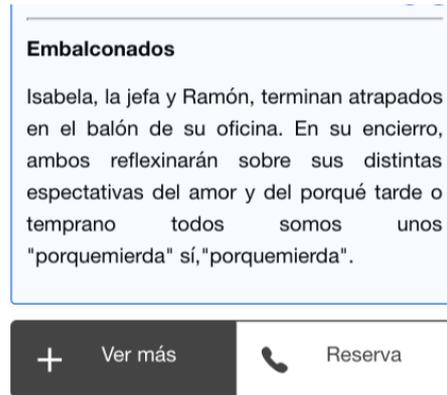


Figura 20.- Pantalla inicial de Ionic Creator.  
Elaborado por el autor.

Una vez, escrita la parte inicial de la app en código, es necesario ultimar detalles de funcionalidad, es por ello que se utilizo como herramienta de apoyo a *Ionic Creator*, figura 20, en dicha plataforma se dio funcionalidad a botones y a tarjetas mediante el uso de recursos de *Angular*, sistema de apoyo para desarrollo de app denominado *framework*, el cual, se basa en el uso de componentes que facilitan las pruebas de la aplicación, puesto que, esta en capacidad de unificar todo el contenido haciendo que su navegabilidad sea correcta y no presente errores.

### 3.1.3 Manejo de elementos visuales

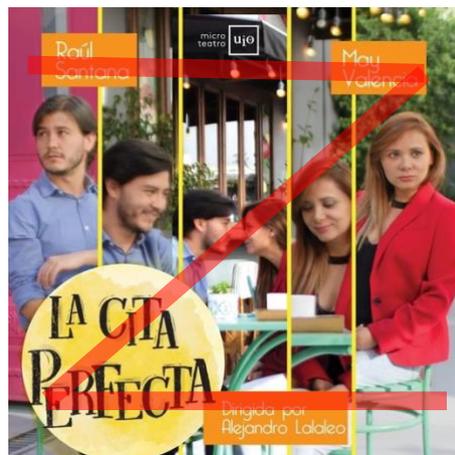
Dentro de los elementos visuales se encuentran imágenes, tipografía, íconos, entre otros, dichos elementos que son indispensables para poder a transmitir un mensaje claro y conciso a los usuarios, es por ello que, es necesario explicar el porque de cada uno, tipográficamente se utiliza la familia *Arial*, la cual, se caracteriza por ser *sans serif*, el motivo de utilizar esta familia tipográfica es debido a que la legibilidad en dispositivos digitales es mayor al resto de tipografías que contienen detalles mas elaborados.



*Figura 21.- Ejemplo del tratamiento tipográfico.*  
Elaborado por el autor.

En tal virtud, con el uso de la tipografía adecuada asegura que la persona obtenga de forma legible un mensaje sin prestarse a malas interpretaciones, generando una interacción fluida optimizando la experiencia de usuario junto con la calidad de navegación por las distintas pestañas que ofrece la app.

Igualmente, las imágenes forman parte de esta composición visual es por ello que es necesario tener en cuenta su función e importancia en la aplicación, cada arte tiene una composición y un equilibrio de tal forma que se comunica de forma directa lo que se va a encontrar en la descripción detalla, los elementos gráficos que comprenden cada una de estas, tiene una dirección de lectura de tal forma que todos los textos complementen a la fotografía, generando una comprensión activa por parte del usuario.



*Figura 22.- Arte de la obra "La cita perfecta".*  
Recuperado de: Microteatro Uio.

En el arte de la figura 22, se expresa un análisis en la cual se detalla la gráfica, en donde inicialmente tenemos una lectura de imagen en tipo Z, en donde se encuentra el nombre de los actores junto con el logo del Microteatro Uio, para luego realizar un recorrido por la fotografía que sirve como refuerzo al texto de la parte inferior, en donde se encuentra el nombre de la obra teatral, para finalmente poder observar al director.

El factor de la imagen juega un papel fundamental al momento de la lectura y de la comunicación con el usuario, puesto que, es un refuerzo al texto que detalla la obra en pocas palabras, por tal motivo, un equilibrio entre imagen y texto es la clave para que el usuario pueda tener una percepción correcta del mensaje presentado.

Cada imagen o arte utilizada dentro de la app, está trabajada de forma que sea compatible con el desarrollo como tal, es por ello, que técnicamente cuenta con los atributos como el de estar en formato JPG de alta calidad, con una resolución de 1280x1280, guardada para sitios web optimizando su peso, el cual, llega a los 214kb, especificaciones que optimiza la funcionalidad de la app, al no contar con elementos que la saturan.



Figura 23.- Tratamiento de imágenes de la app.  
Elaborado por el autor.

En consecuencia, el tratamiento adecuado de los elementos gráficos es un principio básico al momento del desarrollo de un producto digital, puesto que, factores como estos pueden optimizar los procesos de comunicación o en su defecto pueden entorpecerlos, todo es forma parte de una serie de pasos sistemáticos que dan como resultado final un producto acorde a las tendencias tecnológicas del momento.

### 3.1.4 Cromática e Íconos

La cromática es un factor esencial para el desarrollo, puesto que, cada color va a comunicar algo inconscientemente, además, el color puede ser un elemento de distinción, por tal motivo, es necesario tener cuidado al momento de ser aplicado dentro del desarrollo, en el caso de la aplicación Microteatro Uio se eligió una paleta cromática en escalas de grises, todo esto en base a los colores que maneja la marca desde un inicio.



Bajo estos tres colores principalmente se encuentra el eje cromático, el color blanco (#FFFFFF), es el contraste perfecto para el color negro (#000000) que es dominante en la composición, el tercer color (#444444) es el encargado de estar presente en las barras de navegación, combinando la cromática armónicamente para ser visualizada por parte de los usuarios.

En adición, la cromática ha sido justificada bajo los principios básicos de la psicología del color, en la cual, el blanco en la interacción con el usuario agrega un aire entre contenidos, enfocando la atención en el texto junto con las artes visuales, por otra parte, el uso de la tonalidad negra, además de dar un toque de distinción, contrasta con el logotipo del Microteatro Uio, dándole una presencia potente a la marca, finalmente, el gris aporta sobriedad, además de, marcar la zona de navegación, la cual, el usuario puede identificar desde el primer momento, facilitando la navegación y la experiencia dentro de la aplicación.

Seguidamente, en cuanto a los iconos utilizados dentro del desarrollo de la aplicación móvil, se tomó en consideración la tendencia *material design*, puesto que, esta estructura de iconografía ya se encuentra posicionada en la mente de los usuarios, siendo fácil de reconocer y de recordar, haciendo que la interacción sea de forma instintiva por parte de las personas que navegan por la aplicación.

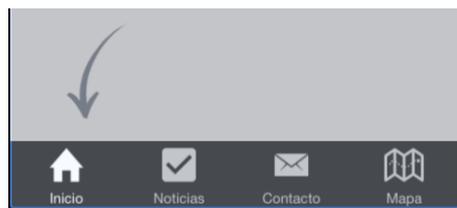


Figura 24.- Iconos en tendencia material design.  
Elaborado por el autor.

Por tal motivo, seleccionar bien el estilo de los iconos es importante, puesto que dependiendo de cual se elija se puede dar un mensaje diferente que rompa con la armonía general del espacio visual, puesto que dentro de las tendencias icónicas para sitios digitales se puede encontrar el *material design*, *realistic design*, *flat design*, entre otros, los cuales, tienen características distintas, lo cual, cambia el discurso general del mensaje que se requiere comunicar al usuario, generando un desequilibrio visual.

### 3.2 Propuesta pre-eliminar (Mock Up de la aplicación)



Figura 25.- Mock Up de la aplicación.  
Elaborado por el autor.

Para tener una idea de cómo se vería la app antes de funcionar de forma masiva en distintos dispositivos, se realizó una validación en formato *Mock Up*, en un dispositivo iPhone 5s, de esta forma se pudo obtener una idea previa de cómo estaría la información distribuida en la pantalla del dispositivo.

De esta forma, se pudo redistribuir los elementos visuales de tal modo que sean responsivos, es decir, que tengan una proporción equilibrada en todos los dispositivos sin importar su tamaño y resolución de pantalla, asegurando una buena experiencia para el usuario.

### 3.3 Características tecnológicas

La app, tecnológicamente está presente en las dos plataformas fuertes del mercado actual, es decir, se encuentra disponible en las tiendas de IOS y Android, aumentando su alcance hacia la sociedad quiteña, dentro de la plataforma de Android es compatible desde la versión 8.0 publicada en el año del 2017, mientras que en IOS es compatible con equipos que tengan instalado el *software* 10.3.4, de esta forma, la aplicación es funcional la mayoría de equipos móviles inteligentes presentes actualmente en la sociedad.

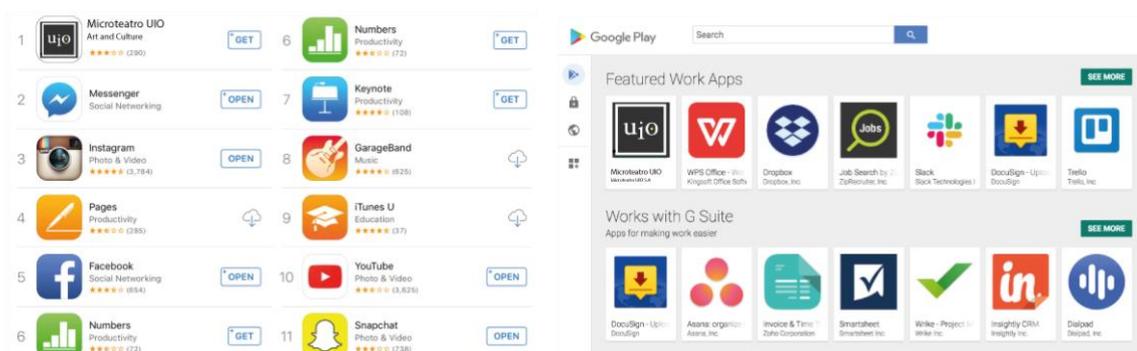


Figura 26.- Visualización de la aplicación en las tiendas.  
Elaborado por el autor.

Como gestor de contenidos para futuras actualizaciones de información y de recursos dentro de la app, se utilizara a *Ionic Creator*, como gestor por la facilidad que brinda al momento de actualizar los contenidos, teniendo una interfaz intuitiva, además que, desde la misma plataforma se puede enviar la nueva versión hacia las tiendas de Apple y google, facilitando todo el proceso de publicación de las versiones futuras.

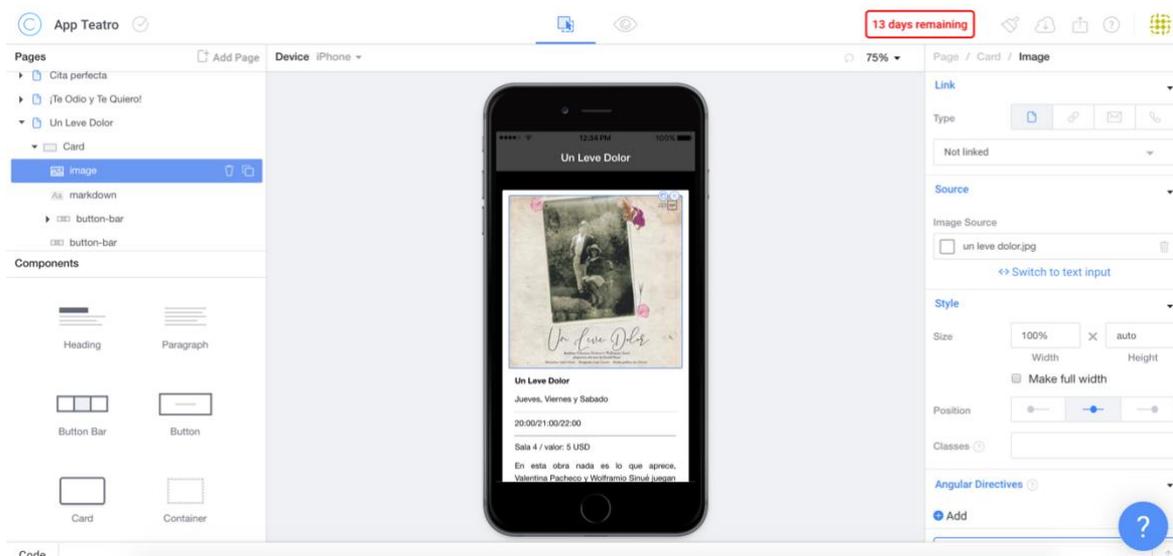


Figura 27.- Ionic Creator, plataforma de gestor de contenidos.  
Elaborado por el autor.

### 3.3.1 Características generales

Tabla 8.-

Versión de Android e IOS	Android 8.0 en adelante IOS 10.3.4 en adelante
Formatos de imagen	Jpg Png Gif
Formatos de video	Mp4 Avi
Enlaces externos	Video a través de YouTube y Vimeo API
Uso de recursos de teléfono	Llamadas Mapas Correo

Requerimientos de sistema.

Para finalizar, la aplicación compactada ya con todos los recursos optimizados requiere de un espacio en la memoria de 6.7 MB aproximadamente, un peso liviano en comparación al resto de aplicaciones disponible en las tiendas de aplicaciones, el recurso wifi o datos móviles es necesario para el funcionamiento correcto de la app, recibiendo actualizaciones de contenidos y de promociones que ofrezca el sitio en cada semana o mes.

### 3.3.2 Cronograma de trabajo

Tabla 9.

Mes	Semanas	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Recolección de Información				x	x	x	x																
Desarrollo del documento escrito						x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x						
Trabajo de campo (entrevistas y encuestas)										x	x	x	x										
Análisis de entrevistas y encuestas														x	x	x							
Inicio del desarrollo de la aplicación													x	x	x	x					x		
Tratamiento de recursos visuales															x	x	x						
Ensamblaje en plataforma																					x	x	
Publicación																						x	x

Cronograma de trabajo

### 3.3.3 Presupuesto de desarrollo.

Los valores que se detallan a continuación, responden a un proceso lógico y sistemático, en donde cada estimado cubre las posibilidades que puedan presentarse para la visualización correcta de la aplicación.

Tabla 10.

Presupuesto Económico	Costo
<b>Fase Metodológica</b>	
Recolección de Información (entrevista y encuesta)	\$200.00
Análisis de datos (entrevista y encuesta)	\$ 300.00
<b>Fase de diseño</b>	
Diseño de material gráfico	\$150
Diseño de logotipo*	\$350
Diseño de íconos	\$150
Maquetación	\$ 80
Suscripción a software de diseño	\$29 c/m
Validación	\$0
Transporte	\$ 15.00
Publicación app (plataforma Android e IOS)	\$200
Ingreso tentativo	\$1400
<b>Total</b>	<b>\$2874.00</b>

**\*El logotipo fue proporcionado por el centro cultural, por lo cual, es un estimado si se necesitara el recurso**

Tabla de presupuesto

Con la publicación en las tiendas correspondientes, se estima que la aplicación sea descargada por alrededor de 250 a 500 personas aproximadamente mensualmente, a medida que la difusión de la aplicación avance el número de usuarios puede aumentar considerablemente entre la sociedad.

### 3.4 Validación del producto

La valoración del producto se basan en conceptos implementados para el desarrollo de aplicaciones móviles, principios que, fueron propuestos por Apple a partir de referencias teóricas desarrolladas por Jakob Nielsen y Donald Norman en el 2013, en consecuencia, la estimación de los recursos visuales utilizados en la app tienen una teoría que respalda el porque de su presencia en el desarrollo. Para la validación del producto se propone una tabla en donde los usuarios junto con expertos del diseño grafico y personas allegadas al medio artístico valorarán los recursos que componen la app.

Tabla 11.

Descripción	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
<b>Información</b> Uso apropiado de contenidos de acuerdo al dispositivo. Relevante, actualizado, pertinente.				
<b>Navegabilidad</b> Uso de íconos y elementos reconocibles por el usuario para facilitar la navegación. Uso de menús y acceso a las funciones más utilizadas por las personas.				
<b>Tiempo de carga</b> Optimización de imágenes y recursos para disminuir el tiempo de espera en el acceso a información				
<b>Consistencia</b> Buen manejo de texto, cromática e íconos, lo que fortalece la comunicación gráfica con el usuario.				

Diagramación para la valoración del producto por expertos.

Entre los expertos que validaron la aplicación bajo su percepción y profesionalismo encontramos al director del área de comunicación del Microteatro Uio, quien manifestó que el aplicativo móvil cumple con los parámetros establecidos anteriormente, tabla 11, puesto que la información se encuentra distribuida de forma que es de fácil acceso, es fácil navegar entre las pestañas y paginas secundarias propuestas.

En complemento, a la validación se tomo en consideración la opinión de un docente de la Universidad Israel de la carrera de diseño gráfico, el cual enfatizó en la navegación junto con la consistencia de la app, realizando observaciones que benefician al producto aumentando la calidad del mismo.

Finalmente, un usuario que asiste regularmente a eventos artístico culturales y tiene interacción directa con aplicaciones de difusión, valoró el desarrollo de la aplicación Microteatro Uio, en dicha valoración, la persona hizo referencia al poco espacio que ocupa en su teléfono móvil, en donde, indirectamente dio su validación en la optimización de recursos, así mismo, manifestó que el acceso de la información es oportuno y conciso.

### 3.5 Propuesta final

Una vez validado el producto y analizado las sugerencias expresadas por parte de los expertos, es necesario, corregir los fallos dando como resultado la segunda versión de la app, mejorando detalles que en el primer prototipo estuvieran erróneos, de esta forma se asegura una buena navegación junto con la buena comprensión del mensaje por parte del usuario.



Figura 28.- Propuesta Final.  
Elaborado por el autor.

Para la segunda versión de la app, adicionalmente cambiaron los contenidos del Microteatro Uio, puesto que, cambio la temporada de presentaciones, es decir se pusieron

nuevos contenidos teatrales a disposición de los usuarios, ampliando contenidos dentro de la aplicación.

Gráficamente, se mantuvo un concepto en donde lo visual juega un papel importante para la comunicación e interacción con las personas presentes en la app, por tal motivo se adicionaron artes en formato gif en el slider para darle dinamismo al desarrollo desde el primer momento de contacto con el usuario.



Figura 29.- Tratamiento de Gif.  
Elaborado por el autor.

Con el uso de estos recursos que rompen los formatos tradicionales, visualmente atrae la atención de las personas, generando una experiencia de usuario satisfactoria, captando el interés en los contenidos expuestos dentro de la app desarrollada para el Microteatro Uio. De tal manera, bajo estas tendencias se inicia un ciclo en donde la cultura va tecnicando sus procesos de comunicación e interacción con su publico, bajo parámetros y referencias teorías que fundamentan dichos procesos.

## Conclusiones

Al realizar este proyecto y observar los diferentes datos que se ha recabado se puede concluir que:

- Mediante el trabajo de campo realizado se pudo constatar que, un solo teatro de la ciudad de Quito cuenta con una aplicación móvil especializada para la difusión de sus eventos artístico culturales, aunque no recibe la socialización necesaria por lo cual solo un reducido colectivo de personas conoce la aplicación y le da un uso constante.
- Los asistentes a los teatros de la ciudad, generalmente se enteran de estos eventos por familiares quienes los invitan o en su defecto son personas que están ligadas al medio artístico, evidenciando que hace falta una mejor estructura en cuanto a la difusión de eventos culturales hacia la ciudadanía.
- Para lograr los objetivos planteados en la presente investigación se desarrolló una app móvil, en la cual fue posible aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, como un aporte a dar solución a problemas reales. Las categorías que se implementaron para la socialización de contenidos fueron desplegadas en retículas modulares, estableciendo una interacción fácil entre las pestañas de inicio, noticias, contacto y mapa, puesto que, dichas categorías de información fueron las más relevantes para el público objetivo.
- Finalmente, es necesario que las nuevas tecnologías sean multiplataforma para poder difundir un mensaje de forma masiva, sin dejar de lado a ningún dispositivo. Actualmente el 46% de las personas en el Ecuador posee un dispositivo móvil avanzado, siendo 8.1 millones de ecuatorianos quienes pueden tener acceso a la aplicación, por tal motivo, la app Microteatro Uio, es ensamblada de tal forma que funcione en plataformas IOS o Android, agregando un plus en función al resto de aplicaciones culturales, puesto que, algunas solo están presentes en una de las plataformas.

## Recomendaciones

Una vez realizado el proyecto es necesario hacer algunas recomendaciones para proyectos artístico culturales desarrollados a futuro, por tal motivo, es necesario mencionar:

- Es necesario alentar a la población junto con estudiantes a participar de temas artístico culturales, puesto que en el proceso de la investigación se pudo observar el poco interés que se muestra hacia estos temas, perdiendo esencia la cultural ecuatoriana.
- Tecnificar los procesos de comunicación es necesario para mantenerse en una constante interacción con el público, mejorando la calidad de los productos artístico culturales, por tal motivo, continuar combinando tecnología y cultura es recomendable por la evolución constante que sufre el mundo.
- A pesar, de encontrarse desarrollada la app, es necesario que se comunique la existencia de la misma, para un mayor alcance, es por ello, que se recomienda iniciar una campaña de difusión desde la interna del Microteatro Uio , con el motivo, de que sus usuarios conozcan las nuevas formas de interacción con el centro cultural.
- La tecnología con el paso del tiempo mejora su calidad en cuanto a equipo y a mensaje, es por ello, que debe ser oportuna su actualización para mantenerse a la vanguardia tecnológica, fusionando recursos multiplataforma como por ejemplo, el vincular la mensajería con redes sociales, generando de tal forma, un sistema integrado con base de datos asemejándose a una plataforma independiente.
- Los profesionales del diseño gráfico, deben abordar temas artístico culturales, puesto que, de forma directa o indirecta pueden influir en cuanto a los procesos de comunicación desde la perspectiva visual, fomentando a la sociedad una participación en las actividades que se ofrecen desde los centros o espacios de cultura, ayudando a preservar las raíces que identifican socialmente a un pueblo.

## Bibliografía

- Barbero, M. (2009) *Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201018023002>
- Cuartas Mejía, V. (2006) *Diccionario Económico Financiero, Universidad De Medellín*. Medellín, Colombia
- García Canclini, N, (1993) *El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica*. Conaculta, México
- Gomez, S. (2012). Metodología de la investigación. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Hernández, R. F. (2006). *Metodología de la investigación*. Sao Paulo, Brasil: interamericana.
- Igarza, R. (2009) *Burbujas de Ocio: Nuevas formas de Consumo Cultural*. Buenos Aires
- INEC – ENEMDU - TIC (2017) *Tecnologías de la Información y Comunicación*. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf)
- Observatorio de TIC (2009 - 2017) *Indicadores y estadísticas*. Recuperado de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/index.html>
- Ochoa, C. (Ed.). (2013). NETQUEST, *¿Qué tamaño de muestra necesito?*. Recuperado de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/que-tamano-de-muestra-necesito>
- Orozco, R. L. (1997). *Recolección de datos: técnicas de investigación de campo*. Recuperado de <http://www.geocities.ws/roxloubet/investigacioncampo.html>
- Portal GC UB (10 de mayo del 2010) *Jesús Martín Barbero - El consumo cultural de los jóvenes*. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=4\\_kRy3sGV94](https://www.youtube.com/watch?v=4_kRy3sGV94)
- Portal GC UB (14 de enero del 2009) *El consumo de productos culturales por Lluís Bonet Agustí*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=aRx9MpBHh5k>
- Riquelme, M. (2016). FODA: Matriz o Análisis FODA – *Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Santiago, Chile. Recuperado de <https://www.analisisfoda.com/>
- Sassatelli, R. (2012) *Consumo, Cultura y Sociedad*, Buenos Aires-Argentina; Amorrortu Editores.
- Steane, J. (2016) *Fundamentos del diseño interactivo*, Barcelona – España; Promopress Editions.
- Ugalde Sánchez Ana Virginia (enero de 2014) *Creación de una agenda cultural digital para promover eventos en Cuenca-Ecuador*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20823/1/TESIS.pdf>
- UNESCO (2014) *Indicadores de cultura para el desarrollo en Ecuador*. Recuperado de [http://uisraelonline.edu.ec/pluginfile.php/732037/mod\\_resource/content/1/resumen\\_analitico\\_ecuador\\_0\\_1.pdf](http://uisraelonline.edu.ec/pluginfile.php/732037/mod_resource/content/1/resumen_analitico_ecuador_0_1.pdf)

## Anexos

### COMPROMISOS DE DISEÑO Y DESARROLLO DE APP MOVIL INFORMATIVA

#### INTERVIENEN

De una parte, interviene David Enrique Idrovo Cuenca, estudiante de Diseño Gráfico en la Universidad Israel.

Y de la otra parte, interviene Alejandro Lalaleo, Director de Microteatro Uio.

#### SE COMPROMETEN A.

Desarrollar un proyecto para la creación del diseño y publicación, por parte del estudiante de una app móvil informativa (no cortara con pago en línea), mediante el sistema de programación en código HTML y CSS, gestionado en la plataforma Ionic Creator, mediante el cual permite cambiar contenidos dentro de la aplicación móvil.

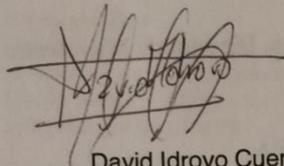
El director de Microteatro Uio, deberá proporcionar la información necesaria y referente a las actividades que se realizan dentro del teatro (cartelera), así mismo con recursos gráficos (imágenes, videos, contactos, etc.), información necesaria para ser aplicada dentro de la app móvil.

Seguidamente, Microteatro Uio deberá comprar su alojamiento en las tiendas de IOS y Android, de manera independiente, El Estudiante no será responsable por estos costos, una vez alojada la app móvil en las tiendas es responsabilidad del Microteatro Uio la manutención y actualización.

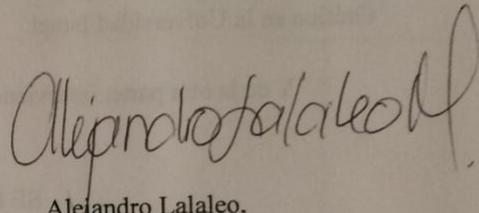
El estudiante garantiza, en virtud a la Ley Orgánica y Constitucional de la Republica del Ecuador, en su art. 66 numeral 19 vigente desde el año 2008. La Protección de Datos de Carácter Personal, la confidencialidad de los datos personales aportados por el Microteatro Uio.

El estudiante de acuerdo con sus principios de ética profesional, garantiza que en ningún momento empleará técnicas ilegales de posicionamiento (puertas traseras, duplicación de contenidos, granjas de enlaces y otras análogas) que puedan suponer algún tipo de penalización para Microteatro Uio por parte de los responsables de servicios de búsqueda por Internet.

Al finalizar el proyecto el estudiante deberá capacitar al departamento de comunicación del Microteatro Uio, para que puedan actualizar los contenidos de la aplicación sin ningún inconveniente y sin tener que recurrir de forma externa a una persona que realice el trabajo.



David Idrovo Cuenca  
Estudiante Uisrael



Alejandro Lalaleo,  
Director de Microteatro Uio.



**Universidad  
Israel**  
Tu futuro nos inspira



Por favor ayúdenos respondiendo las siguientes preguntas sobre agenda cultural, información proporcionada es confidencial y de carácter académico.

Sexo: M ( ) F ( )

Edad: 16 – 24 ( ) 25 – 39 ( ) 40 – 49 ( ) 50 en adelante ( )

¿Con qué frecuencia asiste usted a eventos artístico culturales?

Más de 6 veces al mes ( ) 4 - 5 veces al mes ( ) 2 - 3 veces al mes ( ) 1 vez al mes ( )

Medio por el cual se informa usted de los eventos artístico culturales:

Diarios ( )	Redes Sociales ( )
Radio ( )	Publicidad en la vía publica ( )
Tv ( )	Al interior del teatro ( )
Sitios Web ( )	otros ( )

¿Cuáles?: \_\_\_\_\_

Le parece útil la creación de una aplicación móvil en donde se recopile toda la información de las carteleras que se ofrece:

Si ( ) No ( )

Que tipo de información le gustaría recibir por parte de la aplicación:

Información del teatro ( )	Buzón de sugerencias ( )
Sinopsis de la Obra ( )	Mapa de cómo llegar al sitio ( )
Costos ( )	Thriller de la obra ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



## Hoja de validación app Microteatro Uio

Descripción	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
<b>Información</b> Uso apropiado de contenidos de acuerdo al dispositivo. Relevante, actualizado, pertinente.				X
<b>Navegabilidad</b> Uso de íconos y elementos reconocibles por el usuario para facilitar la navegación. Uso de menús y acceso a las funciones más utilizadas por las personas.				X
<b>Tiempo de carga</b> Optimización de imágenes y recursos para disminuir el tiempo de espera en el acceso a información			X	
<b>Consistencia</b> Buen manejo de texto, cromática e íconos, lo que fortalece la comunicación gráfica con el usuario.				X

La valoración del producto se basan en conceptos implementados para el desarrollo de aplicaciones móviles, principios que, fueron propuestos por Apple a partir de anclas teóricas desarrolladas por Jakob Nielsen y Donald Norman en el 2013, en consecuencia, la estimación de los recursos visuales utilizados en la app tienen una teoría que respalda el porque de su presencia en el desarrollo. Para la validación del producto se propone una tabla en donde los usuarios junto con expertos del diseño grafico y personas allegadas al medio artístico valorarán los recursos que componen la app.

Berenise Lalaleo

## Hoja de validación app Microteatro Uio

Descripción	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
<b>Información</b> Uso apropiado de contenidos de acuerdo al dispositivo. Relevante, actualizado, pertinente.				X
<b>Navegabilidad</b> Uso de íconos y elementos reconocibles por el usuario para facilitar la navegación. Uso de menús y acceso a las funciones más utilizadas por las personas.				X
<b>Tiempo de carga</b> Optimización de imágenes y recursos para disminuir el tiempo de espera en el acceso a información				X
<b>Consistencia</b> Buen manejo de texto, cromática e íconos, lo que fortalece la comunicación gráfica con el usuario.				X

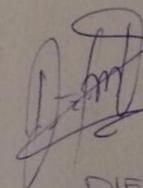
La valoración del producto se basan en conceptos implementados para el desarrollo de aplicaciones móviles, principios que, fueron propuestos por Apple a partir de anclas teóricas desarrolladas por Jakob Nielsen y Donald Norman en el 2013, en consecuencia, la estimación de los recursos visuales utilizados en la app tienen una teoría que respalda el porque de su presencia en el desarrollo. Para la validación del producto se propone una tabla en donde los usuarios junto con expertos del diseño gráfico y personas allegadas al medio artístico valorarán los recursos que componen la app.

Claudia Arbeloaez

## Hoja de validación app Microteatro Uio

Descripción	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
<b>Información</b> Uso apropiado de contenidos de acuerdo al dispositivo. Relevante, actualizado, pertinente.				X
<b>Navegabilidad</b> Uso de íconos y elementos reconocibles por el usuario para facilitar la navegación. Uso de menús y acceso a las funciones más utilizadas por las personas.				X
<b>Tiempo de carga</b> Optimización de imágenes y recursos para disminuir el tiempo de espera en el acceso a información				X
<b>Consistencia</b> Buen manejo de texto, cromática e íconos, lo que fortalece la comunicación gráfica con el usuario.				X

La valoración del producto se basan en conceptos implementados para el desarrollo de aplicaciones móviles, principios que, fueron propuestos por Apple a partir de anclas teóricas desarrolladas por Jakob Nielsen y Donald Norman en el 2013, en consecuencia, la estimación de los recursos visuales utilizados en la app tienen una teoría que respalda el porque de su presencia en el desarrollo. Para la validación del producto se propone una tabla en donde los usuarios junto con expertos del diseño grafico y personas allegadas al medio artístico valorarán los recursos que componen la app.



DIEGO MACHADO

