

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

*Nada humano me es ajeno*

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Plan de comunicación: valoración y apreciación de la danza**

**TRABAJO RECEPTIVO**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
**LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA**

PRESENTAN:

**CINDY WINNY HERNÁNDEZ CRUZ**  
**ZACILJA OYUKY HILARIO ESTRADA**

DIRECTOR

**MTRO. JUAN ARELLANO ALONSO**

Ciudad de México, junio de 2023.

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

### DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

## *Dedicatorias*

*Principalmente a dios por haberme concedido salud y fuerza para llegar a culminar una etapa tan importante en mi vida y guiar mis pasos cada día hasta llegar a la meta.*

*A mis padres Teresa Estrada y Conrado Hilario por siempre tratar de darme lo mejor, por estar siempre a mi lado en cada paso, por la paciencia y por todo el amor con el que me acompañaron, me hicieron una mujer fuerte, segura de sí misma y decida, los amo.*

*A mi ángel en el cielo Celerina Estrada por siempre buscar hacerme ver que soy capaz de lograr todo lo que me proponga, sé que estás conmigo feliz y celebrando este gran logro.*

*A Brayan Hernández por estar a lado mí en cada etapa y en cada momento difícil que se presentaba, por darme las palabras precisas para no tirar la toalla y así poder llegar al día de hoy.*

*Los grandes triunfos se comparten con grandes amigos, a Daniel Eduardo Díaz por cada oportunidad que no dejaste pasar para decirme “sigue estudiando”.*

*Zacilja Oyuky Hilario Estrada*

*Al ver el resultado logrado con este ambicioso proyecto, deseo expresar mi agradecimiento a mi mamá Florencia, a mis hermanos Gustavo, Brenda y Lesly, por apoyarme en cada decisión y proyecto. No ha sido un camino sencillo, pero gracias a su amor y comprensión, lo difícil de lograr esta meta se ha notado menos.*

*Gracias a mi hijo Arent Sebastián, que es el motor que me impulsa a seguir cada día, cuya paciencia fue puesta a prueba en incontables ocasiones.*

*Y gracias a todos aquellos que durante este tiempo han ayudado a que esta tesis sea hoy una realidad.*

*A todos, muchas gracias. Sin su apoyo este trabajo nunca se habría escrito y, por eso, este trabajo es también el suyo.*

*Cindy Winny Hernández Cruz*

*Con especial aprecio y admiración agradecemos al director de este proyecto, el Mtro. Juan Arellano Alonso por ser un excelente educador, por su dedicación y paciencia, con sus palabras, consejos precisos y acompañamiento siempre acertado es que hoy vemos alcanzada una meta en nuestra formación como profesionales de la comunicación.*

*Gracias a la Dra. Yolanda Guerra Macías, la Mtra. Imelda Elizabeth Miranda Biorney y a la Lic. Alejandra Galicia Cifuentes por su guía y todos sus consejos, los llevaremos grabados siempre en la memoria y en nuestro desarrollo profesional.*

*Zacilja Oyuky Hilario Estrada  
Cindy Winny Hernández Cruz*

# Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>7</b>
<b>1 Capítulo I. Planteamiento del problema .....</b>	<b>8</b>
1.1 Concepción de la danza .....	8
1.2 Características de la danza .....	9
1.3 Danza vs Baile .....	10
1.4 Principales Danzas .....	11
1.5 La Danza y los estereotipos .....	13
1.6 Las redes sociales y la sociedad.....	14
1.7 Características de las redes sociales.....	15
1.8 Estadísticas del uso de redes sociales.....	17
1.9 Influencia de las redes sociales en la sociedad y su relación con la danza .....	19
1.10 Análisis de las estrategias de comunicación existentes sobre el tema .....	20
1.10.1 Campaña 1. “Contigo en la distancia” .....	21
1.10.2 Campaña 2. Instituto de Investigación y Difusión de la Danza Mexicana A.C.....	22
1.10.3 Campaña 3. Campaña de difusión del arte y la cultura Prepa 7 Grupo: 614 .....	23
1.10.4 Campaña 4. “Diario de una bailarina” .....	23
1.10.5 Campaña 5. Canal 23-Red de las Artes.....	25
1.11 Comunicación para el cambio social.....	25
<b>2 Capítulo II. Diagnóstico .....</b>	<b>29</b>
2.1 Justificación de la metodología .....	29
2.2 Justificación de la Técnica .....	30
2.3 Objetivos metodológicos .....	32
2.4 Instrumento metodológico .....	33
2.5 Gráficas .....	39
2.6 Análisis de la información y cruce de datos .....	51
2.7 Conclusiones .....	54
2.8 Tabla 2 FODA .....	55
.....	<b>55</b>
<b>3 Capítulo III. Estrategias .....</b>	<b>56</b>
3.1 Introducción a las estrategias .....	56
3.2 Metas .....	56
3.3 Perfil socioeconómico y psicográfico de beneficiarios .....	57

3.4	Descripción de las estrategias .....	59
3.5	Marco Lógico .....	60
3.6	Viabilidad del proyecto .....	61
3.7	Desarrollo de Tácticas.....	62
3.7.1	Táctica 1: Campaña para el posicionamiento de danza .....	62
3.7.2	Táctica 2: Taller Danzando en línea .....	83
3.7.3	Táctica 3: Artística.....	90
3.7.4	Táctica 4: Vinculación con la Secretaría de Cultura .....	95
3.8	Presupuesto .....	96
3.9	Cronograma.....	98
<b>4</b>	<b>Capítulo IV. Propuesta de Evaluación del Plan estratégico y táctico .....</b>	<b>99</b>
4.1	Justificación de la metodología: .....	99
4.2	Justificación de la Técnica .....	99
4.3	Conclusiones .....	105
<b>5</b>	<b>Referencias .....</b>	<b>108</b>

## **Introducción**

La inclinación de centrarnos en la falta de interés y la poca o nula valoración que existe por la danza se focaliza en la creciente reproducción y la difusión de videos con coreografías de imitación de movimientos a través de una nueva aplicación conocida como TikTok, puesto que, de dichas coreografías suelen ser improvisadas. Sin embargo, estas son replicadas con movimientos de cadera suficientemente bien coordinados, por lo que con base a una buena memoria, buen ritmo y coordinación se pueden imitar de forma precisa.

Con el auge que esta nueva e innovadora aplicación tuvo durante la pandemia por Covid-19 en 2020 y hasta la fecha, muchos de los creadores de contenido se autodenominan bailarines, considerando innecesario tener una formación dancística profesional otorgando menos valor de manera indirecta a los bailarines profesionales egresados de academias de danza, quienes cuentan con formación especializada. Partiendo de la pregunta de investigación ¿Qué factores sociales y/o tecnológicos influyen en los jóvenes para que pierdan el interés y respeto hacia la danza? es que pretendemos esclarecer nuestro objetivo de investigación: identificar los factores sociales y/o tecnológicos por los que se pierde el interés por la danza, así como determinar el grado de cultura dancística en la sociedad, analizar la manera en que es percibida la danza y conocer la forma en que las redes sociales modifican la percepción de las personas hacia la danza.

A partir de ello es que consideramos pertinente analizar las estrategias comunicativas existentes, sus fallos y sus aciertos, lo cual nos permitió generar estrategias comunicativas en espacios virtuales para dar difusión a los principios de la danza y explicar el proceso creativo que llevan a cabo los bailarines profesionales para realizar sus piezas dancísticas, por medio de diferentes tácticas permitiendo mostrar al público la importancia de la danza y hacer de su conocimiento que detrás de cada pieza existe trabajo y de igual forma la danza puede ser utilizada como una forma de expresión corporal, esto con la finalidad de que la danza como medio de expresión sea impulsada y el trabajo de los bailarines profesionales sea valorado,

así como despertar el interés dancístico en las personas que vean el contenido, siendo estos los beneficiarios directos.

## **1 Capítulo I. Planteamiento del problema**

A partir de la pandemia, TikTok una red social de origen chino, tomo mucho auge y popularidad en la población debido a su enfoque en la creación de videos cortos, en los cuales se pueden implementar segmentos de música, filtros y otros elementos que permiten aprovechar la corta duración, es importante destacar que...

Según los nuevos datos de Sensor Tower, el 44% del total de 1.650 millones de descargas de TikTok a enero de 2020, lo que representa más de 738 millones de instalaciones, se realizó solo en 2019. Y aunque TikTok todavía está experimentando con diferentes medios de monetización, la aplicación tuvo su mejor año en términos de ingresos, recaudando USD\$176.9 millones en 2019. (González, 2020, p. 4)

TikTok se lanzó oficialmente en septiembre de 2017 y rápidamente ganó popularidad en todo el mundo, especialmente entre los jóvenes. TikTok ha seguido creciendo la plataforma ha sido utilizada para promover la música, la comedia, el baile y otros contenidos creativos, y ha lanzado la carrera de numerosos influencers y celebridades en línea.

El tipo de contenido enfocado al baile que comenzó a difundirse propicio diversas problemáticas, ya que, la difusión de videos de secuencias de imitación de movimientos coordinados conlleva a que se menospreciara el trabajo de bailarines profesionales, trayendo como resultado que los jóvenes usuarios perdieran poco a poco el interés y el respeto de la danza, donde cualquiera se puede denominar bailarín con tan solo replicar e imitar secuencias de movimientos coordinados.

### **1.1 Concepción de la danza**

La danza es considerada una disciplina debido al grado de compromiso, rigor y exigencia que se requiere ya sea para estudiarla de forma profesional o tomar un taller dancístico como pasa tiempo. “La danza permite la interrelación fructífera entre las personas, enriqueciendo al individuo como sujeto social, emocional, creativo, afectivo y pensante” (Arbillaga, Elisondo y Melgar, 2018. p.3). La danza es también

una forma de comunicación y expresión que requiere y/o se basa en movimientos corporales:

El movimiento del cuerpo humano es, entonces, la clave de la danza. Recordemos las más primitivas, indivisiblemente unidas a una visión ritual del acontecer humano: danzas para el nacimiento y la muerte, para la salud y la enfermedad, para el matrimonio y la fertilidad, para aplacar o adorar a las fuerzas ocultas de la naturaleza o a las deidades que regían los destinos del hombre. Por otra parte, la danza revela la idiosincrasia de los pueblos, su identidad y su cultura. (Ivelic y Rados, 2008, p. 27)

Al ser movimientos que se sincronizan con la mente y las emociones de quienes proyectan una pieza dancística es que podemos comprender que detrás de estos existe la necesidad de expresar algo, dichos movimientos pueden ser sutiles, cálidos, fuertes, bruscos e inclusive pueden causar incomodidad en los espectadores, quienes a su vez pueden interpretar lo que se está transmitiendo de forma diferente de acuerdo a sus propias vivencias y percepciones, es por ello que la danza también se ha considerado como una de las bellas artes. En este sentido, se puede decir que: “lo que constituye a una obra de arte es el hecho de que exprese la subjetividad humana, idea a la cual puede llamársela ‘estética de la expresión’”. En esta idea el arte es esencialmente un modo de comunicación y la obra alcanza su objetivo profundo cuando logra ‘decir’ algo” (Soto, 2008, p. 9).

## **1.2 Características de la danza**

En un comienzo las actividades dancísticas tenían como objeto un acto de ritual, pero este no está limitado a solo eso, sino más bien ha tenido diversos fines: religiosos, artísticos y de entretenimiento. Por tanto, la danza es una expresión antigua del ser humano, que ha trascendido el tiempo y espacio. Donde el hombre y la mujer son los únicos que a lo largo de la historia han registrado, ampliado, copiado, practicado y mejorado los movimientos dancísticos mediante los cuales se concluye que el cuerpo humano constituye la materia prima de la danza (Dallal, 2020).

La danza requiere de una técnica, afinamiento y entrenamiento constante para manipular los movimientos del cuerpo y sabiendo que el cuerpo es el todo de la danza y en conjunto con la serie de movimientos es como se logra llegar a la expresividad deseada. Otro factor relevante es la energía ya que, de esta dependerá la realización del acto dancístico y finalmente el tiempo juega un papel importante en tanto que, determinará la intensidad y duración de la pieza dancística.

La danza a través del movimiento corporal, la expresión corporal, la expresión facial, posee un estilo permitiendo la reproducción, expresión, transformación y construcción de cuerpos hábiles. Esta disciplina pretende generar distintas emociones al espectador:

La danza permite la interrelación fructífera entre las personas, enriqueciendo al individuo como sujeto social, emocional, creativo, afectivo y pensante. Por ello, es vital reconocer la importancia del grupo, no solo para la actividad en sí, sino también para el desarrollo de la creatividad, ya que proporciona una serie de condiciones que potencian el despliegue de la misma, aportándole al sujeto contención, sostén, y una multiplicidad de ideas y paradigmas, que luego podrá implementar en su vida cotidiana. (Arbillaga, Elisondo y Melgar, 2018, p.23)

### **1.3 Danza vs Baile**

Asumimos que la danza es la secuencia de movimientos corporales que siguen patrones específicos como forma de expresión y estética. Y el baile suele ser libre, no existen coreografías estrictas que seguir. Quienes bailan suelen tener libertad de movimiento:

Dice de esta última que es 'el movimiento de los pies, medido y concertado, que regularmente sigue el compás de algún género de música'. A diferencia del baile, 'las danzas son de movimientos más mesurados y graves, y en donde no se usa de los brazos, sino de los pies solos'. Los bailes, en cambio, concluye el humanista madrileño, 'admiten gestos más libres, de los brazos y de los pies juntamente'. (González de Salas, 1778, p.171 citado en, Ortega, 2017, p.8)

La danza la definimos como arte y esta indica complicación, cultura, delicadeza, riqueza, lujo, es decir, es una pieza estudiada, practicada por bailarines profesionales y que hacen uso de gestos y de ciertos movimientos, mediante los cuales se aprecia una excelente destreza con los pies y suelen utilizar música aristocrática (arpa, canto de voz humana) concluyendo que es más formal, seria y cortesana.

En contraste con el baile que es más general, este es un todo de los diferentes géneros siendo más bruscos, revoltosos, apreciamos una exageración en todo el cuerpo y hace alusión a cuando es practicada por el pueblo. Por tanto, es popular, alegre y callejera y esta surge de manera espontánea (Ortega, 2017).

#### **1.4 Principales Danzas**

La diversidad en la danza es un tema extenso, ya que si hablamos de danza en general podríamos estarnos refiriendo a múltiples estilos de danza, por ejemplo, en la danza clásica sobresale *El lago de los cisnes*. “La obra, dividida en tres actos, transcurre entre el amor y la magia, enlazando en sus cuadros la eterna lucha del bien y del mal. La protagonizan el príncipe Sigfrido, enamorado de Odette, joven convertida en cisne por el hechizo del malvado Von Rothbart y Odile el cisne negro e hija del brujo” (Botía, 2008, p. 13).

Se considera que el ballet clásico tuvo sus inicios en 1581 en Francia, algo que era de suma importancia para la presentación de las piezas dancísticas era la vestimenta que en un principio era sumamente ajustada; sin embargo, “en 1726 apareció Marie Camargo, ella acortó la falda tradicional para que sólo le llegara al tobillo y adoptó la zapatilla sin tacón lo cual le permitió movimientos de elevación exclusivos de los bailarines en ese entonces. Marie Sallé fue también una precursora” (Botía, 2008, p. 10).

Hay que mencionar además que de esta se desprende la danza contemporánea la cual surge como revelación a los parámetros estéticos y perfeccionistas que caracterizan a la danza clásica, ya que es bien sabido que las bailarinas de ballet

deben lucir siempre bellas y con posturas estilizadas y perfectas, lo cual se rompe en la danza contemporánea.

Desde los años 20 hasta nuestros días nuevas libertades en el movimiento del cuerpo fueron los detonantes del cambio de ciertas actitudes hacia el cuerpo. La música con influencias latinas, africanas y caribeñas inspiraron la proliferación de las salas de baile y de las danzas como la rumba, la samba, el tango o el chacho. El renacer de Harlem propició la aparición de otras danzas como el lindy-hop o el jitterbug. A partir de la década de los 50 tomó el relevo otras danzas más individualistas como el rock and roll, el twist y el llamado free-style; luego apareció el disco dancing, el breakdancing.... (Botía, 2008, p. 34)

Cabe destacar que la danza contemporánea se vale de la expresividad y de la intencionalidad de cada bailarín que interpreta una pieza dancística, es decir, este tipo de danza puede partir de la necesidad del bailarín por expresar su sentir respecto a algún tema social de índole político y/o personal por mencionar algunos, por tanto, se considera que:

La danza contemporánea es asumida en esta propuesta como un sistema de relaciones de significados con un vocabulario cinético – expresivo singular y una lógica de organización individual (discurso corporal), que poco a poco hace visible lo inefable y crea metáforas visuales que interrogan al mundo, proponiendo nuevos valores, nuevas estéticas, nuevas alternativas que develan los sentires de cada uno de sus intérpretes. (Flórez, 2008, p. 121)

Por otra parte, existe la danza folclórica o también conocida como danza regional, esta se considera más de índole tradicional y se caracteriza por ser colorida, así mismo por reflejar las costumbres y tradiciones de las comunidades a las que pertenecen; de igual forma, hay danzas que relatan historias de nuestros antepasados, por tanto “La danza folclórica está condicionada por la cultura y geografía de cada región, ya que dentro de cada país pueden existir diversas connotaciones. La danza folclórica es parte primordial de las tradiciones de un país,

es el reflejo de lo que se ha vivido o de lo que se está viviendo, nos muestra formas de vida y de interpretación de todo el mundo” (Morales, s.f, p. 49).

Por consiguiente, tan solo en México existen diversos tipos de danza en las cuales se refleja toda la cultura del país, por ejemplo, la danza de los viejitos originaria del Estado de Michoacán o la danza de los venados originaria de los pueblos de Sinaloa y Sonora en la cual hacen referencia a la caza del venado blanco. Teniendo en cuenta lo mencionado podemos dar cuenta de toda la diversidad que rodea a la danza llevándola desde lo clásico a lo prehispánico.

### **1.5 La Danza y los estereotipos**

A lo largo de la historia de la danza y las características que la rodean, también se han desarrollado ideales sobre quienes deberían practicarla, así como también las características y cualidades físicas de las personas que la practican. Por consiguiente, esto ha generado que surjan estereotipos de belleza y género que las y los interesados en incursionar en esta bella arte deben cumplir.

Por un lado, si eres mujer debes tener un cuerpo estilizado, ser delgada, tener rasgos físicos delicados y sobre todo comenzar las practicas dancísticas desde temprana edad ya que se puede considerar que si se comienzan después de la niñez es más difícil adaptar al cuerpo para que tenga la elasticidad que se requiere. De esta manera entendemos que “Los cuerpos de las bailarinas son la herramienta para la construcción de su arte. El entrenamiento en el ballet clásico crea un particular desentendimiento de las necesidades del cuerpo cuando éste reporta que algo no se encuentra bien. Muchas bailarinas desarrollan desórdenes alimenticios como la anorexia nerviosa o bulimia (vómitos auto provocados), debido a que desean llegar al ideal estético que el ballet requiere” (Mendoza, 2019, p. 103).

Por el otro, si nos remontamos al ballet clásico podemos dar cuenta de cómo a causa de las características que lo rodean, se piensa que es un tipo de danza que solo deberían practicar las mujeres ya que:

Primeramente, debemos reconocer que el ballet clásico está envuelto en elementos propios del romanticismo, como el uso de las gasas, tules y zapatillas de puntas. Asimismo, el color rosa prevalece acompañado de movimientos que desafían la gravedad e historias de princesas encantadas cubren las escenografías de sus danzas. La vestimenta define la significación de los cuerpos en un espacio social determinado; la organización de las sociedades participa en los valores y connotaciones que la vestimenta, sea casual o estructurada (uniformes, vestuarios, disfraces o trajes) revierte en los hombres y mujeres. Los cuerpos y sus vestimentas también se encuentran plagadas de significados y determinantes de género que violentan y limitan la igualdad de oportunidades entre los sexos. (Mendoza, 2019. p, 105)

## **1.6 Las redes sociales y la sociedad**

Se puede entender como red social a las interacciones que tiene un individuo en los diferentes aspectos de su vida cotidiana con diferentes personas, como pueden ser compañeros de trabajo, amigos, familia y que a su vez esas personas mantienen relaciones con otras personas de manera simultánea, de esta forma González *et al.* (2015) mencionan que, tanto en los estudios de expertos, como en el lenguaje cotidiano, se ha utilizado la expresión "red social" para definir conjuntos complejos de relaciones entre miembros de los sistemas sociales.

Sin embargo, el desarrollo tecnológico ha dado pie a que este término se transformara de lo presencial a lo virtual, debido al surgimiento del internet y con este el lanzamiento de aplicaciones que permiten una interacción entre las personas. "Actualmente, la mayoría de las personas, por red social" entiende una red social virtual, basada en las nuevas tecnologías de la comunicación y asociada con Internet. Estas redes sociales virtuales pueden o no tener normas de funcionamiento distintas, características propias y tal vez incluso diferencias en las características de los participantes del proceso comunicativo" (González *et. al.*, 2015, p. 37).

En la actualidad las redes sociales virtuales permiten que los individuos mantengan una interacción no solo con personas cercanas, sino también con personas de distintas partes del mundo, el surgimiento de aplicaciones como Facebook, WhatsApp, Instagram, por mencionar algunas, ha permitido el fortalecimiento de los lazos entre quienes se relacionan por medio de estas aplicaciones. “Las plataformas de redes sociales facilitan que los individuos tomen parte de manera bastante amigable en intercambios con sus amigos y familiares o puedan establecer contactos en redes más amplias” (Pinedo, 2016, p. 56).

### **1.7 Características de las redes sociales**

Celaya (como se citó en Herrera, 2012) menciona que podemos definir a las redes sociales como lugares en Internet donde las personas pueden publicar y compartir todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas las cuales pueden ser conocidos, desconocidos e inclusive como ya se mencionó antes con personas que sean de distintas partes del mundo, lo que nos lleva a categorizar los tipos de red social.

Celaya (como se citó en Herrera, 2012) identifica que las redes sociales se dividen en tres categorías: redes profesionales, redes especializadas y redes generalizadas. Como su nombre lo menciona las redes sociales profesionales son aquellas a las que se les otorga un uso más formal y cuyas publicaciones son de corte más serio; por medio de estas aplicaciones los profesionistas pueden acceder a las vacantes que sean afines a su perfil profesional, de igual manera pueden postularse y compartir con las empresas su CV entre otras cosas, por lo que:

Normalmente, los usuarios que ingresan a estas redes incluyen una descripción de su hoja de vida, lo cual constituye el punto de partida en sus interacciones posteriores. Todas estas plataformas cuentan con un buscador interno que nos permite rastrear la base de contactos por el nombre de la persona que buscamos o por el nombre de la empresa o universidad. Los usuarios a su vez pueden integrarse entre sí de acuerdo con sus expectativas, gustos y preferencias. (Herrera, 2012, p. 124)

Por su parte, las redes sociales especializadas son las que se enfocan a un segmento de usuarios específicos de acuerdo a sus gustos, preferencias, estilos de vida, pasa tiempos:

Esto permite satisfacer una necesidad inherente del ser humano de formar parte de grupos con características e intereses comunes, lo cual, según la escala de necesidades de Maslow o pirámide de Maslow, obedecería a la necesidad de pertenencia o afiliación. Un ejemplo de este tipo de espacios es la red Flixster, que es una red social de amantes del cine, o bien SkiSpace, la cual está especializada en deportes de nieve, y las cuales han logrado atraer a grupos sociales interesados en estos temas, así como también, han captado la atención de anunciantes de acuerdo con cada segmento. (Herrera, 2012, p. 125)

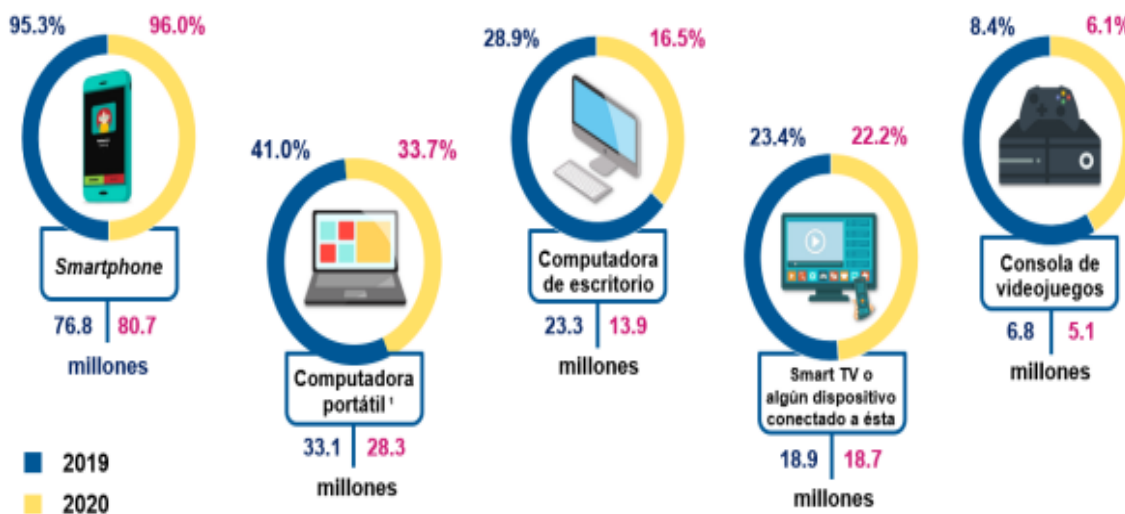
Finalmente, en esta clasificación se encuentran las redes sociales generalistas, dichas redes tienen semejanzas con las anteriores, por ejemplo las personas crean perfiles en plataformas como Facebook (Fb), Instagram (Ig) y Twitter (Tw) y de igual manera pueden subir su información personal y de gustos específicos y de esta manera conectarse con más personas con quienes tengan los mismo gustos, se consideran como redes sociales de entretenimiento por medio de las cuales se puede mantener una interacción con los círculos sociales de un individuo.

Una de las cuestiones que podría diferenciar las redes sociales generalistas de las redes sociales profesionales es la gestión y verificación de los perfiles que se apertura ya que en redes como Fb o Ig no existen restricciones y puede que se generen perfiles falsos. “Este tipo de permisibilidades han generado desconfianza en algunos usuarios y temor en otros, por lo que ha habido una mayor presión en relación con las medidas de seguridad que deben adoptar estos sitios. Asimismo, y al igual que como ocurrió con el fenómeno de los blogs, el uso de las redes sociales ha tendido a decrecer, aunque esto lejanamente significaría que haya alguna tendencia de desaparición de éstas” (Herrera, 2012, p.124).

## 1.8 Estadísticas del uso de redes sociales

Partiendo de que somos seres sociales, donde el reconocimiento y el sentimiento de pertenencia son fundamentales, se busca estar presentes socialmente. Por lo cual, la utilización de medios digitales se ha convertido en una necesidad ya que, permite el uso de las redes sociales que son sitios a través de los cuales las personas y las empresas comparten intereses en común como noticias, música, entre otros. Por tanto, disponer de un dispositivo que les permita usar redes sociales es indispensable: “Los tres principales medios para la conexión de usuarios a internet en 2020 fueron: celular inteligente (*Smartphone*) con 96.0%, computadora portátil con 33.7% y con televisor con acceso a internet 22.2 por ciento” (ENDUTIH, 2020, p. 01).

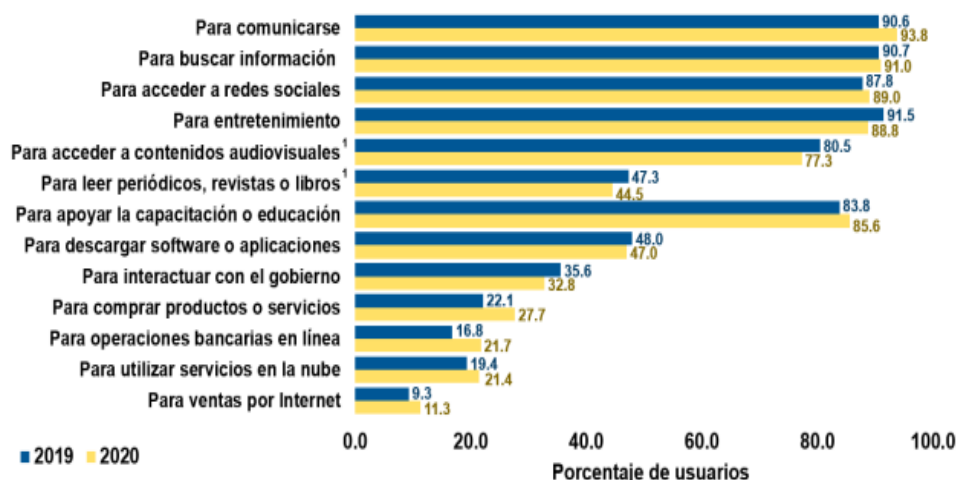
**Tabla 1 Usuarios de internet según equipo de conexión, 2019 y 2020**



**Fuente: ENDUTIH (2020).**

El uso de redes sociales tiene distintos fines: “Las principales actividades que realizan los usuarios de Internet en 2020 son comunicarse (93.8%), buscar información (91.0%) y acceder a redes sociales (89.0%)” (ENDUTIH, 2020, p. 01).

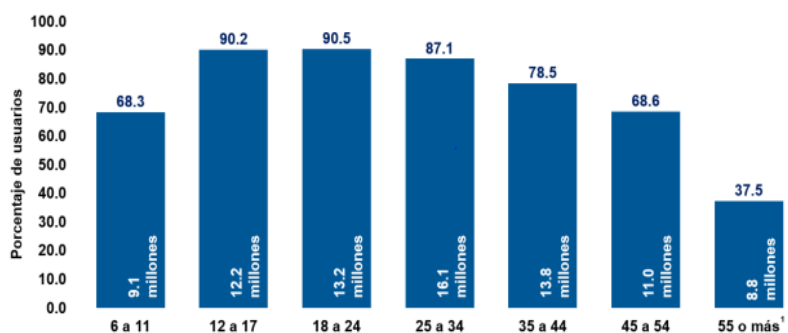
**Ilustración 1 Usuarios de internet por tipo de uso, 2019 y 2020**



Fuente: ENDUTIH (2020).

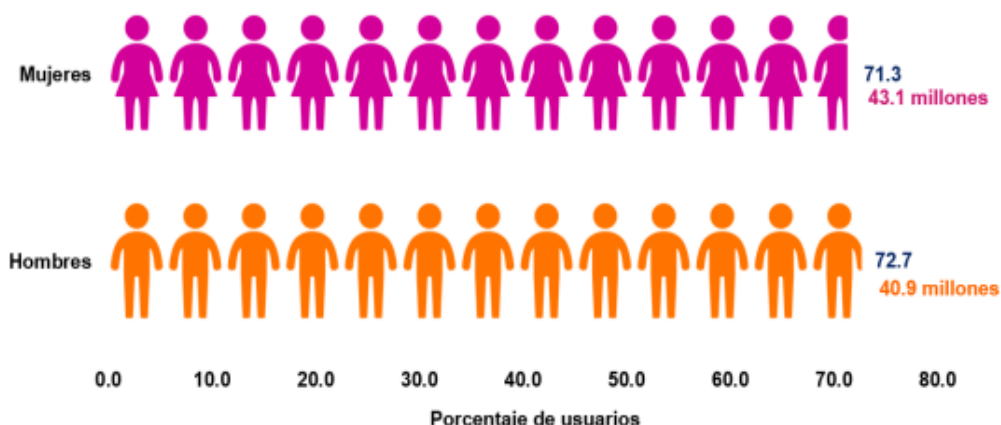
Las redes sociales abarcan un público variado tan solo en, “México, en 2020, se estimó una población de 84.1 millones de usuarios de internet, que representan 72.0% de la población de seis años o más. Esta cifra revela un aumento de 1.9 puntos porcentuales respecto a la registrada en 2019 (70.1%). Son usuarios de internet 71.3% de las mujeres y 72.7% de los hombres de 6 años o más que residen en el país” (ENDUTIH, 2020)

**Ilustración 2 Distribución de los usuarios de internet por grupos de edad, 2020**



Fuente: ENDUTIH (2020).

### **Ilustración 3 Distribución de los usuarios de internet por sexo, 2020**



**Fuente: ENDUTIH (2020).**

La necesidad del uso de redes sociales es innegable, cada vez hay más redes sociales en internet, con diferentes enfoques ya sea para subir imágenes, videos, información para conectarte profesionalmente, etc. Entre las más utilizadas encontramos a Facebook, Instagram Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok. Por tanto, son un factor fundamental en vida cotidiana. Hootsuite y We Are Social, mencionan que los usuarios mexicanos le dedican tres horas y media al uso de redes sociales:

Respecto a las preferencias de los mexicanos, YouTube ocupa el primer lugar, con 96%. Después hay un claro dominio de las plataformas de Facebook, pues en segundo lugar está dicha red social, con el 95% de las visitas. Le sigue WhatsApp, con el 91%, Messenger, que fue usado por el 79% de los mexicanos, y en quinto lugar aparece Instagram, con el 77%. Las siguientes cinco aplicaciones más usadas fueron Twitter, con el 61%, Pinterest, con el 48%, Tik Tok, con el 47%, LinkedIn, con el 35%, y Snapchat, con el 34% [...] la gente usó 29.6 horas al mes Facebook, 10.5 horas WhatsApp, 17.2 horas Tik Tok, 6.7 horas Instagram y 5.8 horas Twitter. (Guarneros Olmos Fernando, 2021)

#### **1.9 Influencia de las redes sociales en la sociedad y su relación con la danza**

Debido al gran auge que tienen las redes sociales, han logrado posicionarse y tener gran impacto en la sociedad e influencia en el control de nuestros comportamientos ya que, lo que se expresa a través de estas puede tener un efecto

positivo o negativo, lo cual dependerá del contenido o situación en la que se presente de tal forma que esto influirá en la creación de una identidad.

A través de las redes sociales podemos encontrar diversos contenidos positivos o negativos a ciertos temas, provocando en muchos casos la distorsión de la información y creando percepciones, ideologías, estereotipos sobre ciertos temas, mediante el cual, entran estos influencer que, debido a su popularidad se convierten en medios de transmisión de información teniendo el poder de opinar sobre ciertos temas que se convertirán en contenidos consumibles:

El índice de influencia no solamente depende de quién comienza la cascada de difusión de la información, sino también de la predisposición de las personas de la red a ser influenciada ... Desde un punto de vista social, el concepto de influencia surge cuando existe una probabilidad de alterar, modificar el comportamiento de otros. En consecuencia, aparece la figura del influencer, aquel que tiene la capacidad de influir en el comportamiento de sus seguidores. ... Los influencer son individuos que impactan de manera desproporcionada en la propagación de información o algún comportamiento relacionado de interés. (Lara-Navarra et al., 2018)

El internet y la red multimedia ha evolucionado los hábitos y las prácticas sociales, además de afectar los procesos de creación, producción, distribución, comercialización y consumo de ciertos contenidos. Por ejemplo, la danza y los productos culturales tienen muy poca difusión a través de los medios de comunicación tradicionales, pero las TICS les brindan la posibilidad de integrar las artes escénicas en las dinámicas tecnológicas situando estos contenidos en los mismo medios plataformas donde el público se mueve e interactúa, permitiendo posicionarse de manera orgánica (Sarasa, s. f.).

### **1.10 Análisis de las estrategias de comunicación existentes sobre el tema**

En la presente sección nos adentraremos, en primer lugar, en el análisis de las estrategias o campañas dirigidas a la difusión y promoción de la danza, con el

objetivo de tener una visión de lo que ha funcionado y lo que no. Para ello partiremos de indagar a través de medios digitales, y actividades físicas, donde se describirán sus aciertos y desaciertos

### **1.10.1 Campaña 1. “Contigo en la distancia”**

**Descripción:** La Secretaría de Cultura y los bailarines de la Compañía Nacional de Danza del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL) han creado dos espacios virtuales a través de su cuenta oficial de Instagram: @bailarinescndmex

Su primera publicación fue el 20 de abril del 2018 obtuvo una interacción con 107 likes y tres comentarios; para el día 23 de octubre del 2021 cuenta con 16. 7 mil seguidores, lo cual se interpreta que ha tenido un crecimiento orgánico, pero lento, en tanto que su última publicación realizada el 19 de octubre del 2021 alcanzo una interacción de 367 me gustas y tres comentarios. De acuerdo con el blog oficial de Instagram (2021) se debe hacer uso de reels, IGTV, historias y post en el Feed ya que, cada sección funciona con un algoritmo diferente lo cual propiciara llegar a más audiencia.

Con base a lo antes mencionado, solo hace uso de IGTV, post y algunas historias y sus publicaciones se realizan semanalmente propiciando que su crecimiento sea lento siendo un desacierto. De sus 605 poblaciones hasta el momento los contenidos que más interacciones y vistas tienen son fotos artísticas y tips sobre calentamiento y algunos fragmentos dancísticos.

Por otra parte, cuentan con un canal de YouTube creado en el 2020, con 881 suscriptores y sus vistas va de 200 a 350 visualizaciones. Sus videos tienen una duración de una hora treinta minutos, no tienen gran alcance y sus interacciones son de 23 personas. No suben videos contestemente. Por tanto, la estrategia es viable, pero solo se reiniciaría el uso de Instagram; retomando solo las fotos artísticas y pequeños videos sobre pasos básicos de la danza.

## Ilustración 4 Contigo en la distancia



FUENTE: Instagram @bailarinescndmex (2020)

### 1.10.2 Campaña 2. Instituto de Investigación y Difusión de la Danza Mexicana A.C.

**Descripción:** Página en Facebook donde el objetivo inicial es ser “un espacio para compartir el inmenso valor de la Danza Tradicional Mexicana como lenguaje corporal”.

Cuentan con 7, 956 seguidores, la página se creó el 14 de septiembre, por lo que se interpreta que ha tenido un crecimiento orgánico donde sus principales publicaciones son posts informativos sobre eventos, videos cortos informativos, en vivos sobre debates de danza de acuerdo a las distintas festividades. Sus interacciones llegan a 200 reacciones y 50 comentarios.

De acuerdo con el portar Hootsuite (2021) se debe realizar contenido de valor, que ayude al creador a llegar a más audiencia. Facebook funciona a través de un algoritmo donde las publicaciones más innovadoras y que se piense que tendrán más popularidad, son las que se mostraran a más audiencia.

Sabiendo esto, su contenido ha permitido mantener a su audiencia, pero no crean contenido relevante. Por tanto, es una estrategia viable, donde solo se retomarían los en vivo sobre los debates de danza.

### **1.10.3 Campaña 3. Campaña de difusión del arte y la cultura Prepa 7 Grupo: 614**

**Descripción:** Página de Facebook que buscaba concientizar a los adolescentes a cerca de todas las actividades educativas que se pueden realizar.

Es una página creada el 3 de marzo del 2015 con 63 seguidores, tiene solo 3 publicaciones con un lapso de tiempo entre cada publicación de quince días, donde no tuvo alcance, ni interacciones. El contenido que se subió se enfocó en información sobre talleres y cursos dancísticos, pero no se le dio seguimiento al proyecto, por tanto, no es viable, y no se retoma nada.

#### ***Ilustración 5***



**FUENTE: Facebook Campaña de difusión del arte y la cultura Prepa 7 Grupo: 614 (2015)**

### **1.10.4 Campaña 4. “Diario de una bailarina”**

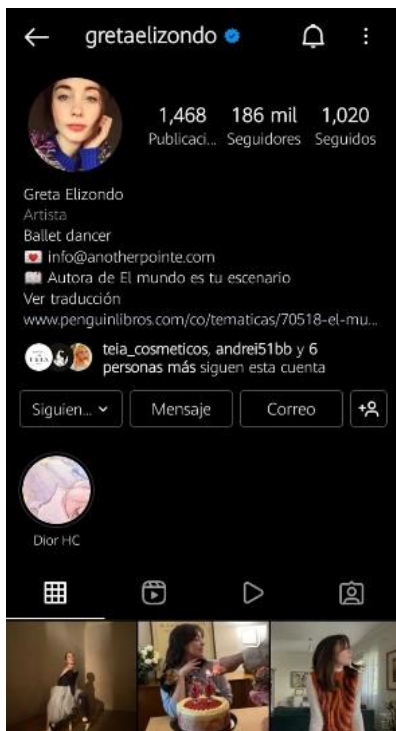
**Descripción:** Las bailarinas mexicanas Isabel García y Greta Elizondo, integrantes de la Compañía Nacional de Danza (CND) han utilizado las redes sociales y plataformas digitales para difundir la danza clásica, han creado la página “Diario de una bailarina” dedicada a crónicas de viaje relacionadas con el mundo dancístico,

explican los roles que debe interpretar en escena, la importancia de cada bailarina en un montaje. (*La danza, vista desde las redes sociales*, s. f.)

Crearon la página web y una cuenta en Instagram en el 2016 que tenía como nombre “diario de una bailarina” que a año de su creación ha conseguido casi 50 mil seguidores. Por medio de esta, compartían imágenes durante sus ensayos descansos, videos, comparte sus intereses relacionados con el arte y la literatura. entre otros. Su contenido logro posicionarse siendo de gran interés, un desacierto es que recibieron criticas debido a que se indicaba que, fomentaban el cliché de una bailarina.

A pesar del gran alcance que tuvieron terminaron con el proyecto, en sus redes sociales personales suben contenido, pero no con el enfoque con el que iniciaron, por tanto, es una propuesta viable, se retomaría la creación de la página web y de una cuenta en Instagram enfocada al detrás de bambalinas, los estereotipos que rodean a las bailarinas, fotos artísticas y videos.

### ***Ilustración 6 Diario de una bailarina***



**FUENTE: Instagram @gretaelizondo (2020)**

### **1.10.5 Campaña 5. Canal 23-Red de las Artes**

**Descripción:** El Centro Nacional de las Artes a través de la Dirección de Educación a Distancia (DED) creó el Programa de Educación Artística y Cultural a Distancia con la finalidad de ampliar la cobertura de sus programas artísticos. Utilizando las nuevas tecnologías con el fin de facilitar el acceso a todo aquello interesado.

Canal 23: está enfocado en las artes apoya y estimula los procesos de promoción y difusión artística y cultural, promueve la apreciación y el disfrute de las diversas manifestaciones artísticas, sin embargo, no se cuenta con más datos ya que no hay información ('Quiénes somos', s. f.).

#### ***Ilustración 7 Canal 23-Red de las Artes***



**FUENTE:** Quienes somos (s.f)

### **1.11 Comunicación para el cambio social**

La comunicación hace referencia al proceso de comunicar e informar donde hay un emisor y receptor que comparten un código. Entendiendo que lo social se refiere a una comunidad, es decir un grupo de individuos que comparten ideologías, tradiciones, creencias, etc. Así que, se entiende que la comunicación social está enfocada al estudio o análisis de todo aquello relacionado con los procesos comunicativos en la sociedad con el objetivo de generar un cambio social sustentable.

Por tal razón la comunicación para el cambio social se puede entender desde dos vertientes, por un lado, la modernizadora la cual se contextualiza en el tiempo de la Segunda Guerra Mundial y surge en las universidades norteamericanas, permitiendo así que los países industrializados generarán estrategias de cooperación y desarrollo a nivel internacional, dando paso al mercadeo social, por otro lado la participativa, la cual está estrechamente ligada a los conflictos y/o movimientos sociales que luchan por causas de liberación.

La primera, nacida en años de la posguerra en laboratorios de universidades norteamericanas, se impuso fácilmente en América Latina, África y Asia montada sobre la influyente ola de las políticas de Estados Unidos en materia de cooperación internacional. La segunda nació de un parto difícil al ras de la realidad, cruzada por conflictos sociales, dictaduras y movimientos de liberación, y tardó en conquistar un sitio en el olimpo de las teorías de la comunicación. (Gumucio, 2012, p.25)

De acuerdo con lo mencionado, este modelo surgió para apoyar los mercados de consumo y asimilación de amplios sectores marginados, en el que el comportamiento individual es parte esencial del mercadeo social, derivado de la jerga militar donde la publicidad y a través de campañas estratégicas aplicadas en la segunda guerra mundial contribuyeron en los cambios de comportamiento de los emisores. Por tanto, “los medios de difusión han sido la espina dorsal de las campañas de mercadeo social. La radio y la televisión contribuyeron en la difusión mundial de una versión interesada de la armonía y de la felicidad” (Gumucio, 2012, p.32).

Por consiguiente, podemos entender que la comunicación para el cambio social es una herramienta que contribuye y ayuda a obtener mejoras en un entorno, es decir, por medio de esta se busca la sensibilización para poder generar una concientización en las personas y que así se logre un cambio de conducta positivo a nivel comunitario:

Por tanto, un cambio de conducta en un entorno comunitario atraviesa por un proceso de sensibilización donde se pretende promover actitudes favorables hacia

el problema que aqueja a la sociedad en tanto que, la sensibilización propiciara que las personas sean capaces de identificar la situación problemática que aqueja a su comunidad, “el cambio social es más seguro cuando los individuos y las comunidades afectadas se apropian del proceso y de los contenidos comunicacionales... debe ampliar las voces de los más pobres, y tener como eje contenidos locales y la noción de apropiación del proceso comunicacional” (Gumucio-Dragón, 2011, p.37).

Lo anterior, nos lleva de forma directa a la concientización, la cual permitirá que la sociedad razone sobre su manera de actuar y pueda visibilizar cómo y de qué manera sus acciones pueden beneficiar o afectar a terceros, por tanto:

las comunidades deben ser agentes de su propio cambio y gestoras de su propia comunicación; d. en lugar del énfasis en la persuasión y en la transmisión de informaciones y conocimientos desde afuera, la ccs promueve el diálogo, el debate y la negociación desde el seno de la comunidad; e. los resultados del proceso de la ccs deben ir más allá de los comportamientos individuales, y tomar en cuenta las normas sociales, las políticas vigentes, la cultura y el contexto del desarrollo f. la ccs es diálogo y participación, con el propósito de fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la palabra y el fortalecimiento comunitario. (Gumucio-Dagron, 2011, p.37)

En este punto se percibe y se reconoce el problema y las necesidades que se tienen, mediante cual se comienza a pensar en por qué sería bueno y cómo se beneficiarían con un cambio de conducta a través de “rechazar el modelo lineal de transmisión de la información desde un centro emisor hacia un individuo receptor, y promueve un proceso cíclico de interacciones desde el conocimiento compartido por la comunidad y desde la acción colectiva” (Gumucio-Dagron, 2011, p.37), para así finalmente lograr un cambio en el comportamiento por medio del entendimiento y la conciencia, donde ya se entiende el conflicto de tal forma, se pueden transformar normas, creencias, entre otros.

Por otro lado, la comunicación horizontal es aquella que se da entre personas del mismo nivel jerárquico a través del cual, no se ejerce poder, hay una

participación de confianza entre la comunidad y su principal objetivo es escuchar las necesidades de la población y buscar soluciones junto con ellos, generando un ambiente de cooperación y de mayor dinamismo, por tanto:

La comunicación comunitaria refuerza los valores de solidaridad y participación, que son elementos importantes en el proceso de desarrollo. Es evidente el potencial de los medios de comunicación comunitarios para promover la participación popular en la discusión de los temas de interés público. El desarrollo implica que la gente debe explorar su entorno natural. Esto debe hacerse de una manera que proteja la cultura y el medio ambiente. El pueblo debe conocer su historia, las necesidades comunitarias y los obstáculos que limitan la conquista de sus aspiraciones. (Gumucio-Dagrón & Gray-Felder, 2001, p.240)

Por ejemplo, entre familias que pertenecen a una misma colonia, o que viven en calles aledañas, podemos considerar que a través de la comunicación horizontal se puede reforzar el proceso para llegar al cambio social, ya que, influirá en “el fortalecimiento de las comunidades, haciéndolas conscientes de las nuevas posibilidades y opciones que tienen para enfrentar sus necesidades y aspiraciones a través de un proceso de interacción comunicacional” (Gumucio-Dagrón & Gray-Felder, 2001, p.240).

De esta manera, un cambio social indica una modificación en la estructura de una sociedad, donde se siguen cinco metas presentes en el proceso de comunicación para el cambio social:

a) la participación comunitaria y apropiación: sobran las experiencias de comunicación, en el contexto de los cambios sociales y del desarrollo, que han fracasado debido a la falta de participación y compromiso de los actores y sujetos del cambio...una condición indispensable en la ccs es la participación democrática y la apropiación del proceso y de los contenidos comunicacionales...b) Lengua y pertinencia cultural... el proceso de comunicación no puede ignorar las particularidades de cada cultura y de cada lengua; por el contrario, debe apoyarse en ellas para legitimarse. La interacción cultural, es decir, los intercambios entre lenguas y culturas, son saludables cuando tienen lugar en un marco de equidad y respeto, por medio del diálogo crítico, el debate de ideas y la solidaridad. c)

Generación de contenidos locales... es fundamental la generación de contenidos propios, que rescaten el saber acumulado a través de muchas generaciones. d) Uso de tecnología apropiada: la fascinación por las novedades tecnológicas...el uso de la tecnología debe dimensionarse de acuerdo con las necesidades de cada proceso comunicacional. La capacidad de apropiación que desarrollen los actores involucrados define, en cada etapa del proceso, las características de la tecnología que debe usarse. e) Convergencias y redes: los procesos de comunicación que se aíslan, que no establecen un diálogo más amplio con otras experiencias similares a escalas local, regional o global, tienen menos posibilidades de crecer y de ser sostenibles en el largo plazo. (Gumucio-Dagron, 2011, p.38)

Dicho lo anterior, es necesario destacar que en el proceso de la comunicación y del cambio social es importante destacar que la participación ciudadana es de suma importancia para que todo este proceso se lleve a cabo de forma efectiva para la comunidad involucrada, recordemos que en el proceso de dialogo los sujetos implicados podrán dar cuenta de quienes son, que es lo que necesitan, cual es la situación que les está afectando y como es que podrán resolverlo mediante el trabajo colectivo. “La ccs promueve el diálogo y el debate, no solamente en el proceso de comunicación, sino hacia otros procesos similares. La constitución de redes contribuye a consolidar los procesos, y el intercambio los enriquece” (Gumucio-Dagron, 2011, p.38). Nos parece pertinente recalcar que el cambio social surgirá y se mantendrá solo si la comunidad está dispuesta a cambiar y a formar parte de la generación de herramientas para que esto sea posible.

## **2 Capítulo II. Diagnóstico**

### **2.1 Justificación de la metodología**

El enfoque metodológico que se empeará para la investigación será de corte cuantitativo ya que, la metodología cuantitativa es una estrategia de investigación que se centra en la recopilación y análisis de datos, se enfoca en medir variables usando un sistema numérico, analizando estas medidas por medio de modelos estadísticos, se basa en cantidades debido a que busca establecer semejanzas y

diferencias sobre la problemática que se está investigando, dado lo anterior podemos entender que:

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor. (Neill, 2018, p. 69)

Las características que destacan de esta metodología son que, parte de una hipótesis o teoría que se busca comprobar, los planteamientos son delimitados, se enfoca en medir fenómenos utilizando estadísticas, el proceso de una investigación cuantitativa puede ser deductivo, probatorio o secuencial, en este enfoque todo hallazgo es analizado de forma objetiva. “El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica” (Hernández-Sampieri, 2014, p. 4).

Dado que en la investigación cuantitativa se analiza la realidad de forma objetiva, consideramos que utilizar este enfoque nos permitirá obtener información clara y sin sesgos sobre la problemática que se aborda.

## **2.2 Justificación de la Técnica**

Para esta investigación se optó por utilizar como técnica de investigación; la encuesta, “la encuesta se considera, en primera instancia, como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos para obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (Falcón, p.3, 2019).

Cabe mencionar que la encuesta es una de las técnicas más relevantes y utilizadas mediante el cual, a través, de un instrumento o formulario impreso o digital permite la recolección y análisis de información de manera más organizada. De lo cual podemos destacar las siguientes características:

1. La aplicación puede ser a través de distintas técnicas de muestreo (encuesta a gran escala, causal, experimental).
2. Permite la obtención de datos sobre diversos temas.
3. La información recolectada es a través de un modo estandarizado, es decir mismas instrucciones, mismas preguntas que son previamente diseñadas para todos los participantes:

La característica de este tipo de muestras es que todos los elementos de la población al inicio tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Así, los elementos muestrales tendrán valores muy aproximados a los valores de la población, ya que las mediciones y análisis del subconjunto serán estimaciones muy precisas del conjunto mayor. Tal precisión depende del error de muestreo, llamado también error estándar. Para una muestra probabilística necesitamos dos acciones: determinar el tamaño adecuado de la muestra y seleccionar los elementos muestrales en forma aleatoria. (Hernández-Sampieri et al., 2014)

Por otro lado, se destacan las ventajas y desventajas de utilizar esta técnica:

#### Ventajas

- Asegura de un mejor modo obtener opiniones de un número mayor de personas
- Asegura de un mejor modo obtener opiniones cuando la muestra está dispersa geográficamente
- Permite una mejor forma tabular y estudiar las opiniones recibidas de los encuestados, para su conversación, diferencialmente, por el investigador, en información útil a considerar en la investigación.

## Desventajas

- La inversión en recursos materiales y tiempo, para obtener las opciones, por el tamaño de la muestra y su posible dispersión geográfica es superior.
- Se dificulta para el investigador, dado el carácter auto administrado del método, constatar la honestidad informativa de los encuestados, al ofrecer sus opiniones.
- No permite asegurar que cada individuo de la muestra, responda todas las preguntas.(Ávila et al., 2020)

Por tanto, se consideró relevante utilizar la técnica de encuesta ya que, nuestro principal objetivo es conocer la opinión de un público masivo, a lo cual la técnica de encuesta cubre con nuestros rubros para la recolección y análisis de datos.

### **2.3 Objetivos metodológicos**

- Establecer el grado de conocimientos que se tiene sobre la danza
- Conocer si los participantes conocen la diferencia entre baile y danza
- Determinar si los participantes recuerdan algún tipo de difusión sobre la danza
- Determinar si los participantes consumen contenidos sobre la danza
- Conocer cómo las redes sociales influyen en la percepción que tienen sobre la danza
- Conocer los tipos de contenidos preferidos por los encuestados.

### **Participantes**

Se encuestarán a 50 jóvenes de la Ciudad de México de entre 15 y 50 años de edad que usen redes sociales, tengan gusto por el baile y por la recreación de todo tipo de coreografías dancísticas.

## 2.4 Instrumento metodológico

El objetivo de esta encuesta es obtener información sobre el conocimiento que se tiene sobre la danza. Es importante mencionar que, este proyecto se elabora para el trabajo recepcional para la titulación en la licenciatura de Comunicación y Cultura.

La información que nos proporcione será manejando con confidencialidad y exclusivamente para este proyecto de investigación.

Gracias por su apoyo.

Hernández Cruz Cindy Winny

Hilario Estrada Zacilja Oyuky

Estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Estoy de acuerdo en contestar este cuestionario y acepto los términos de confidencialidad

- Acepto

### **Datos Socioeconómicos**

Edad \_\_\_\_\_

Con género te identificas más

- a. Femenino
- b. Masculino
- c. Prefiero no contestar

Ocupación

- a. Estudiante
- b. trabajador
- c. desempleado
- d. otro

### **Conocimiento sobre Danza**

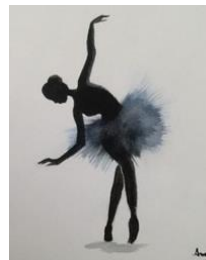
1. ¿Qué es la danza?

- a. Es un arte que se basa en la expresión corporal, generalmente acompañada de música.
- b. Es un movimiento que implica al cuerpo entero, manos, piernas, brazos, pies, siguiendo el ritmo de una música.
- c. no se

2. ¿En cuál de la siguiente imagen consideras que está representada la danza?



a.



b.

3. ¿Sabías que existen diferentes categorías de danza?

- a. Sí
- b. no

4. De las siguientes danzas, selecciona las que has escuchado o has presenciado alguna presentación.

- a. Danza Clásica (Ballet)
- b. Danza Contemporánea
- c. Danza Folklórica
- d. Danza Española
- e. Danza Butoh
- f. Danza Polinesia
- g. Danza Árabe
- h. Danza Aérea

## Baile

5. ¿Qué es el baile?
- a. Es un arte que se basa en la expresión corporal, generalmente acompañada de música.
  - b. Es un movimiento que implica al cuerpo entero, manos, piernas, brazos, pies, siguiendo el ritmo de una música.
  - c. no se
6. ¿En cuál de la siguiente imagen consideras que está representado el baile?



a.



b.

## Danza vs baile

7. ¿Conoces la diferencia entre baile, danza y reto de baile?
- a. Sí
  - b. NO
8. ¿Cuál crees que es la diferencia entre baile y danza?
- a. La danza es una serie de movimientos corporales donde se siguen esquemas específicos. En el baile usan movimientos con el cuerpo entero, siguiendo el ritmo de una determinada música.
  - b. La danza es más estructurada como la coreografía. El baile es libre puedes hacer los movimientos que quieras.
  - c. El baile y la danza son lo mismo

## Redes Sociales y la Danza

9. ¿Por cuál de estas aplicaciones consideras que tienes acercamiento hacia la danza o baile?
- a. Facebook
  - b. Instagram
  - c. TikTok
  - d. YouTube
10. ¿Qué aplicación consumes con más frecuencia?
- a. Facebook
  - b. Instagram
  - c. TikTok
  - d. YouTube
  - e. otra
11. ¿Tienes cuenta de TikTok?
- a. Sí
  - b. no
12. Al ver el siguiente video de TikTok ¿cómo lo clasificas?

[https://www.youtube.com/watch?v=eTcjYmzRY\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=eTcjYmzRY_w)

- a. Baile
  - b. Danza
  - c. Reto de baile
13. TikTok es una app que permite subir una diversidad de videos a través del cual, los creadores de contenido suben contenido recreando movimientos al ritmo de la música esto lo clasificarías como:
- a. baile
  - b. danza
  - c. reto de baile

### **Contenido de Preferencia**

14. ¿Te gustan los contenidos sobre danza o baile?

- a. Sí
  - b. no
15. ¿Qué tipo de contenido te gusta más?
- a. Danza
  - b. Baile
  - c. Ninguna de las anteriores
16. ¿Te gustan los concursos de baile?
- a. Sí
  - b. No
17. Si tu respuesta fue sí, ¿Cuál de estos concursos recuerdas?
- a. Bailando por un sueño
  - b. Mira quién baila
  - c. Así se baila
  - d. Código Fama
18. ¿Te interesa conocer la diferencia entre baile y danza?
- e. Totalmente de acuerdo
  - f. De acuerdo
  - g. Indeciso
  - h. En desacuerdo
  - i. Totalmente en desacuerdo

### **Difusión de Danza**

19. En la localidad donde vives, ¿Hay difusión de talleres dancísticos? Si tu respuesta fue no, continua con la pregunta 21.
- a. Sí
  - b. No
  - c.
20. ¿De qué tipo de difusión se trata?
- a. Carteles

- b. Volantes
- c. Páginas de Facebook de lugares donde se dan clases

21. En tu localidad existen lugares donde se impartan clases de algún tipo de danza. Si tu respuesta es no, aquí termina la encuesta.

- a. Sí
- b. No

22. Las clases que se imparten ¿De qué tipo de danza son?

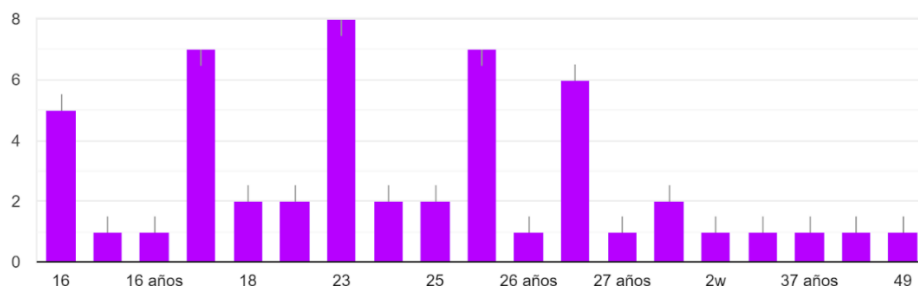
- c. Danza Clásica (Ballet)
- d. Danza Contemporánea
- e. Danza Aérea
- f. Danza Árabe

23. Los lugares donde se imparten las clases de danza son.

- a. Casas de cultura
- b. Academias o escuelas de danza de paga

## 2.5 Gráficas

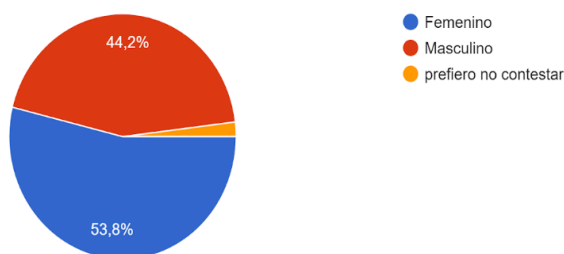
**Grafica 1 Edad**



**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, el rango de edad de nuestros encuestados varia, desde los 16 años (9,6%), 17 años (13,5%), 18 años (3,8%), 19 años (3,8%), 23 años (15,4%), 24 años (3,8%), 25 años (3,8%), 26 años (13,5), 27 años (11,5%), 28 años (3,8%), 29 años (1,9%), 31 años (1,9%), 37 años (1,9%) , 45 años (1,9%) y 49 años (1,9%)

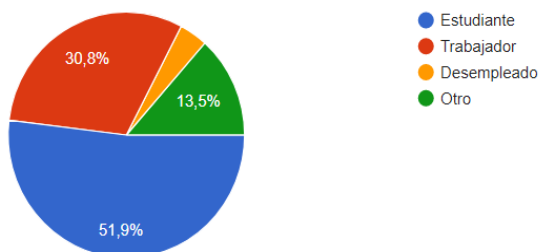
**Gráfica 2 Género**



**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede observar en la gráfica anterior el 53,8% de los encuestados se identifican con el género femenino, el 44,2% pertenece al género masculino y el 1,9% prefirió no contestar.

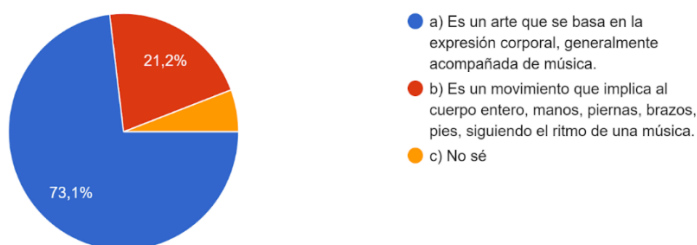
### Gráfica 3 Ocupación



**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede observar en la gráfica anterior el 51,9% de los encuestados son estudiantes, el 30,8% trabaja, el 3,8% está desempleada y del 13,5% se desconoce su ocupación

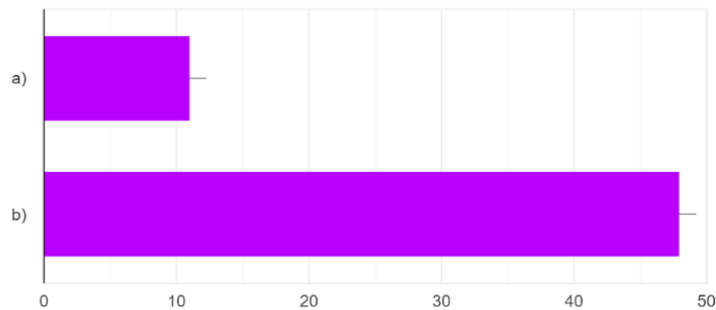
### Gráfica 4 ¿Qué es la danza?



**Fuente: Elaboración propia**

Como se observa en la gráfica anterior correspondiente a la pregunta ¿Qué es la danza? El 73,1% de los encuestados señalo que, es un arte que se basa en la expresión corporal, generalmente acompañada de música. Mientras que el 21,2% expreso que, es un movimiento que implica al cuerpo entero, manos, piernas, brazos, pies, siguiendo el ritmo de una música. Finalmente, el 5,8% no sabe qué es la danza.

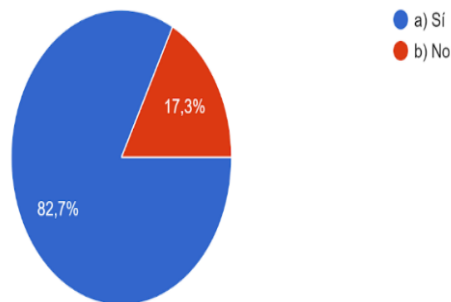
**Gráfica 5** *¿En cuál de la siguiente imagen consideras que está representada la danza?*



**Fuente:** Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica anterior, el 92,3% de los encuestados selecciono la imagen “b” como la representación de la danza, mientras que 21,2% señalo que la imagen “a” representa la danza.

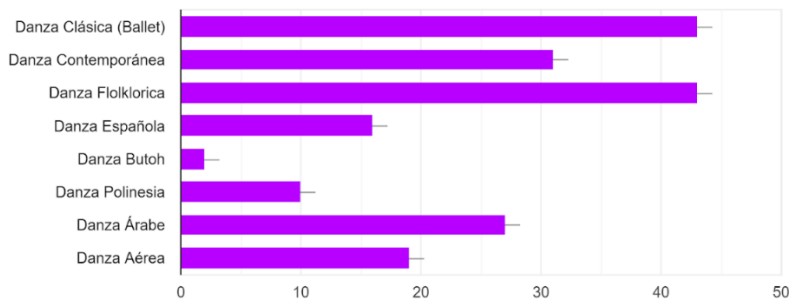
**Gráfica 6** *¿Sabías que existen diferentes categorías de danza?*



**Fuente:** Elaboración propia

Como se observar en la gráfica anterior el 82,7% de los encuestados menciona que, sí, sabe que existen diferentes categorías de danza, en contraste al 17,3% que lo desconoce.

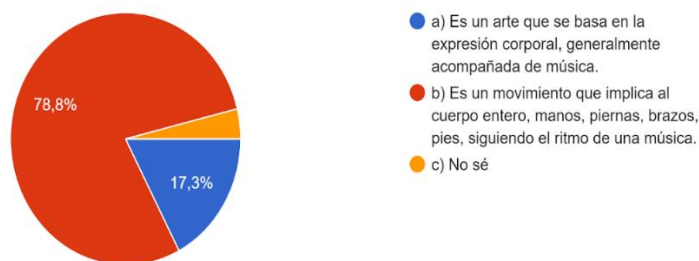
**Gráfica 7 De las siguientes danzas, selecciona las que has escuchado o has presenciado alguna)**



**Fuente: Elaboración propia**

Como se observa en la gráfica anterior, los encuestados seleccionaron las diferentes danzas que han escuchado o presenciado, a través del cual, el 43,7% selecciona la danza clásica (Ballet), el 31,6% danza contemporánea, el 43,7% la danza folklórica, el 16,8% la danza española, el 3,8% la danza butoh, 10,2% la danza polinesia, el 27,9% la danza árabe y el 19,2% la danza aérea.

**Gráfica 8 ¿Que es el baile?**

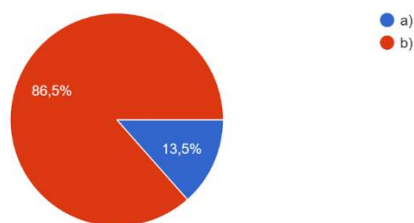


**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, el 78,8% de los encuestados señalaron que, el baile es un movimiento que implica al cuerpo entero, manos, piernas, brazos, pies, siguiendo el ritmo de una música. Mientras que el 17,3%

expreso que, es un arte que se basa en la expresión corporal, generalmente acompañada de música y el 3,8% no sabe que es el baile.

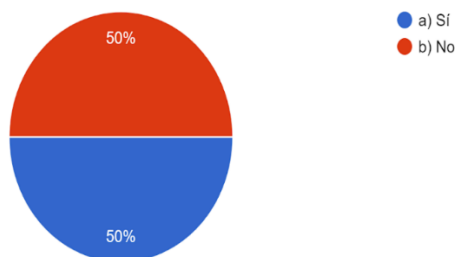
**Gráfica 9** *¿En cuál de la siguiente imagen consideras que está representado el baile?*



**Fuente:** Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica anterior, el 86,5% de los encuestados selecciono la imagen "b" como la representación del baile, mientras que 13,5% señalo que la imagen "a" representa el baile.

**Gráfica 10** *¿Conoces la diferencia entre baile, danza y reto de baile?*



**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, el 50% de los encuestados conoce las diferencias entre baile, danza y reto de baile, en contraste al otro 50% que no las conoce.

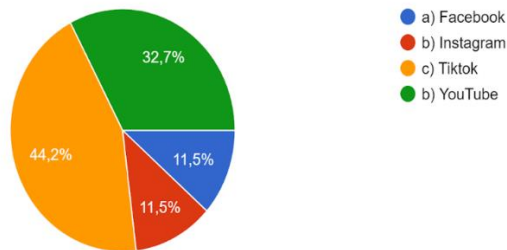
**Gráfica 11 ¿Cuál crees que es la diferencia entre baile y danza?**



**Fuente: Elaboración propia**

De acuerdo con la gráfica anterior, el 55,8% de los encuestados señalaron que la diferencia que existe entre la danza y el baile es: la danza es una serie de movimientos corporales donde se siguen esquemas específicos. En el baile usan movimientos con el cuerpo entero, siguiendo el ritmo de una determinada música. Por otro lado, el 38,5% expuso que, la danza es más estructurada como la coreografía. El baile es libre puedes hacer los movimientos que quieras. Y finalmente el 5,8% manifestó que la danza y el baile es lo mismo.

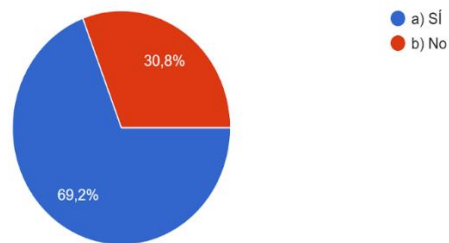
**Gráfica 12 ¿Por cuál de estas aplicaciones consideras que tienes acercamiento hacia la danza o baile?**



**Fuente: Elaboración propia**

Con base en la gráfica anterior, se puede apreciar que el 44,2% de los encuestados tienen acercamiento hacia la danza a través de la red social TikTok, mientras que el 32,7% lo hace a través de YouTube, un 11,5% lo hace por medio de Instagram y finalmente a través de Facebook lo hace un 11,5%.

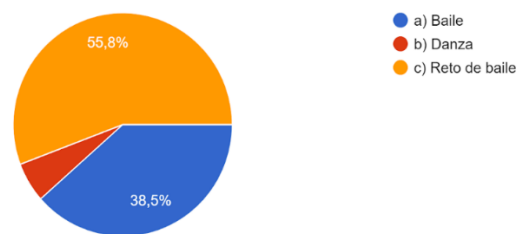
**Gráfica 13 ¿Tienes cuenta de TikTok?**



**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, el 69,2% de los encuestados tiene una cuenta en la plataforma Tik Tok, a diferencia del 30,8% que no usa Tik Tok.

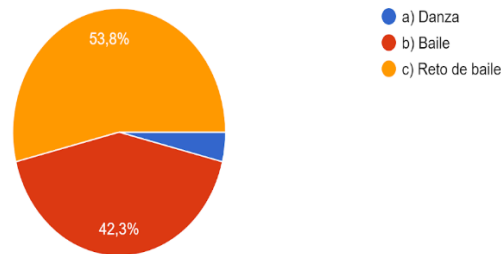
**Gráfica 14 Al ver el siguiente video de TikTok ¿cómo lo clasificas?**



**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, los encuestados después de observar el video presentado, el 38,5% lo identificó como baile, a diferencia del 55,8% que lo señaló como reto de baile. Y el 5,8% lo clasificó como danza.

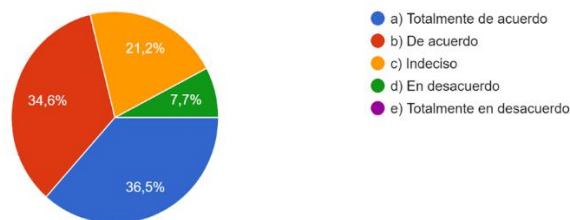
**Gráfica 15. TikTok es una app que permite subir una diversidad de videos a través del cual, los creadores de contenido suben contenido recreando movimientos al ritmo de la música esto lo clasificarías como:**



**Fuente: Elaboración propia**

Con base a la gráfica anterior, mediante el cual parte de mencionar que, a través de TikTok se suben contenidos recreando movimientos al ritmo de la música los encuestado a estas publicaciones la clasificaron; el 42,3% como baile, el 53,8 como reto de baile y el 3,8% como danza.

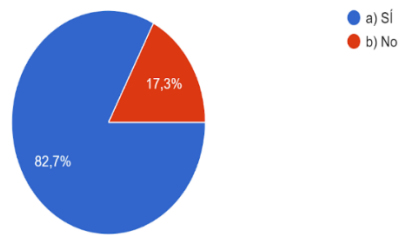
**Gráfica 16 . ¿Te interesa conocer las diferencias entre baile, danza y reto de baile?**



**Fuente: Elaboración propia**

Los resultados de la encuesta mostraron que del 100% de nuestros encuestados el 36.5% está totalmente de acuerdo en conocer las diferencias entre baile, danza y reto de baile, muestras que el 34.6% está de acuerdo, nuestro 21.2% se mantienen indecisos y el 7.7% respondió que está en desacuerdo lo que puede interpretar que de un 100% el 7.7% no tiene interés por temas dancísticos ni de baile.

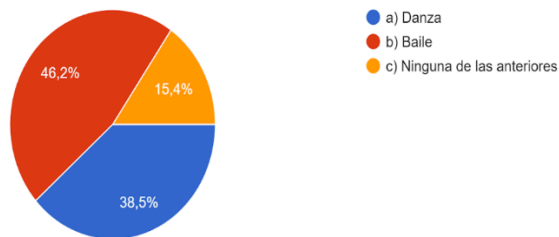
**Gráfica 17 . ¿Te gustan los contenidos sobre danza o baile?**



**Fuente: Elaboración propia**

Según la información mostrada en la gráfica anterior al 82.7% le gustan los contenidos de danza o de baile en contraste con al 17.3% no le gustan dichos contenidos.

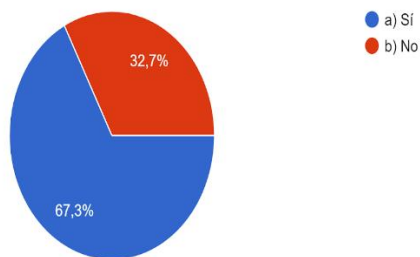
**Gráfica 18 ¿Qué tipo de contenido te gusta más?**



**Fuente: Elaboración propia**

En la gráfica podemos observar que el 46.2% de los encuestados respondieron que el contenido que más les gusta es el de baile, mientras que al 38.5% le gustan más los de danza, mientras que al resto el cual corresponde al 15.4% no le gusta ni uno de esos dos contenidos.

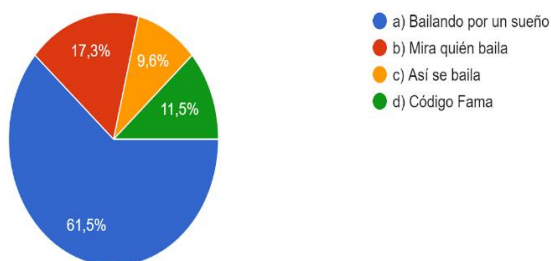
**Gráfica 19 ¿Te gusta ver los concursos de baile?**



**Fuente: Elaboración propia**

De acuerdo con la información revelada en la gráfica anterior podemos observar que al 67.3% de los encuestados les gusta ver concursos de baile dejando un 32.7% que corresponde a aquellos a quienes no les gustan dichos concursos.

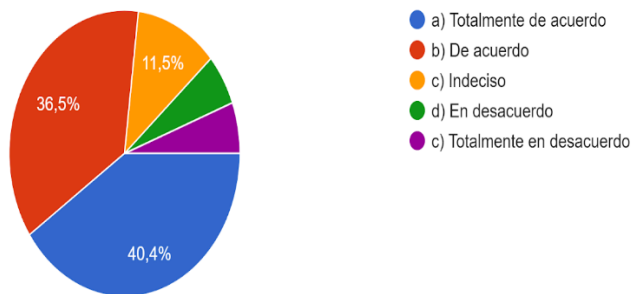
**Gráfica 20 Si tu respuesta fue sí, ¿Cuál de estos concursos recuerdas?**



**Fuente: Elaboración propia**

Conforme a la información obtenida en la encuesta realizada, podemos observar en la gráfica que el 11.5% de los encuestados recuerda el programa de televisión *Código fama* como uno de concursos de baile, sin embargo, ese programa de competencia de canto. Mientras el 61.5% recuerda el programa *Bailando por un sueño*, el 17.3% refiere recordar el programa *Mira quien baila*, el 9.6% el programa *Así se baila*.

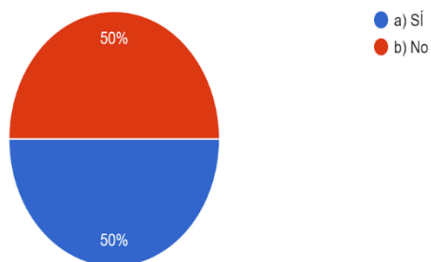
**Gráfica 21 ¿Te interesa conocer la diferencia entre baile y danza?**



**Fuente: Elaboración propia**

Se preguntó a los participantes si les gustaría conocer la diferencia que existe entre la danza y el baile, a lo cual el 40.4% respondió que esta de totalmente de acuerdo con eso, el 36.5% indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.5% indicó estar indeciso el 5.8% está en desacuerdo y el otro 5.8% está totalmente en desacuerdo.

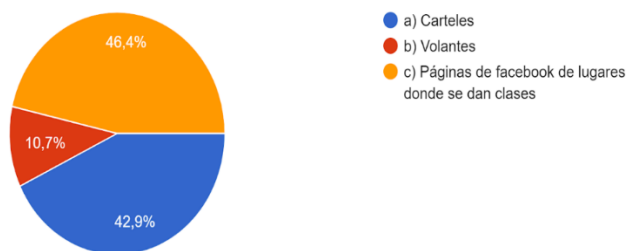
**Gráfica 22** *En la localidad donde vives, ¿Hay difusión de talleres dancísticos? Si tu respuesta fue no, continua con la pregunta*



**Fuente: Elaboración propia**

En la encuesta se cuestionó a los participantes respecto a si en su localidad existía difusión de la danza, en cuyo caso el 50% de los encuestados respondieron que sí y el otro 50% respondió que no.

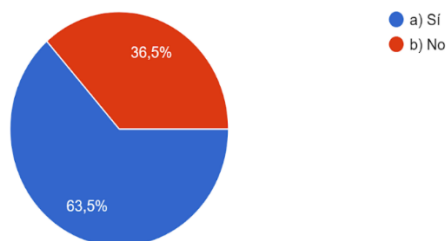
**Gráfica 23 ¿De qué tipo de difusión se trata?**



**Fuente: Elaboración propia**

Sobre el tipo de difusión, podemos observar que los encuestados refirieron que se da por páginas de Facebook de los lugares donde se imparten clases, esto según un 46.4, por otra parte, un 42.9 respondió que esta difusión se da a través de carteles, mientras que el 10.7% indicó que se da a través de volantes.

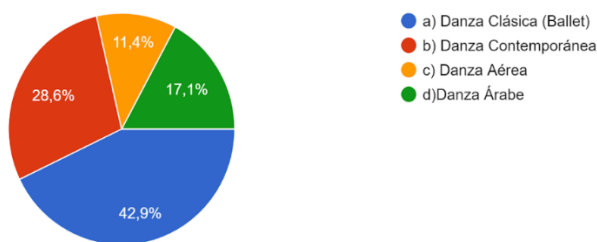
**Gráfica 24 En tu localidad existen lugares donde se impartan clases de algún tipo de danza. Si tu respuesta es no, aquí termina la encuesta.**



**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede observar en la gráfica anterior el 63.5% de los participantes indicó que en su localidad existen lugares donde se imparten clases de danza, mientras que el 36.5% indicó que en su localidad no los hay.

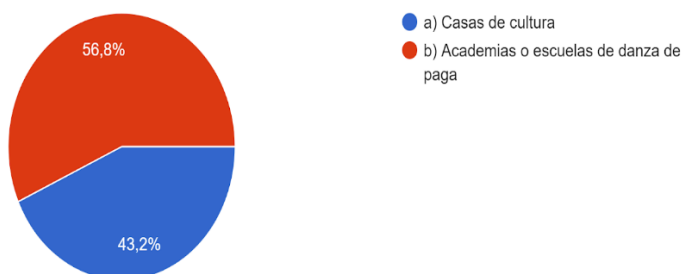
**Gráfica 25 Las clases que se imparten ¿De qué tipo de danza son?**



**Fuente: Elaboración propia**

Se le pregunto a los encuestados sobre el tipo de danza que se imparten en esos lugares y como muestra la gráfica anterior, el 42.9% indico que las clases son de danza clásica, el 28.6% danza contemporánea, el 17.1% indico que la danza árabe y nuestro 11.4% de los encuestados respondió que danza aérea.

**Gráfica 26 Los lugares donde se imparten las clases de danza son.**



**Fuente: Elaboración propia**

Con base en la información revelada en la gráfica anterior los lugares donde se imparten las clases de danza, según el 58.8% de los encuestados son academias o escuelas de paga, mientras que el 43.2% indicó que son casas de cultura.

## **2.6 Análisis de la información y cruce de datos**

En este apartado hacemos una descripción detallada de los resultados obtenidos en las encuestas.

Partiendo de la pregunta ¿Qué es la danza? podemos observar que el 73,1% conoce el significado de la danza verbalmente, en contraste del 92,3% que la identifica de forma visual, concluyendo que los encuestados visualmente idéntica a la danza y en este sentido se recomienda intervenir a través de imágenes o videos que permitan la apropiación sobre la danza.

Del 82,7% de los encuestados que respondió que, sí saber que existen diferentes categorías de danza, donde las más conocidas son la danza clásica, la danza contemporánea y la danza árabe, partiendo de esto, se recomienda que las danzas menos conocidas como: la polinesia, española, butoh, la folclórica, entre otros, se le otorgue difusión que permita la adquisición de conocimientos sobre los diferentes tipos de danza existentes.

De la pregunta ¿Qué es el baile? podemos observar que el 78,8% conoce el significado del baile verbalmente, en contraste al 86,5% que la identifica de forma visual, concluyendo que los encuestados visualmente idéntica mejor al baile y en este sentido se recomienda intervenir a través de imágenes o videos que permitan la apropiación sobre la diferencia que hay entre baile y danza.

En la gráfica 10 se observa que el 50% de los encuestados no conoce las diferencias entre baile, danza y reto de baile y el otro 50% si lo conoce a lo cual, en la gráfica 11 se aprecia que el 55,8% logra clasificar verbalmente a la danza, el baile y el reto de baile de forma correcta; de tal manera se concluye que los encuestados visualmente pueden identifican a la danza y al baile, pero el conocimiento sobre el significado de cada uno es deficiente, en este sentido se recomienda hacer énfasis en las diferencias que existe entre cada una.

Por otro lado, teniendo como base de la gráfica 12 a la gráfica 15 podemos observar que el mayor acercamiento que tienen los encuestado hacia la danza y el baile es a través de la red social TikTok (44.2%) Esto permite observar la clasificación que le dan a los videos que están en la plataforma, como podemos apreciar en la gráfica 15 donde el 55,8% de los encuestados estos videos los clasifican como reto de baile, en este sentido se concluye que al ver los videos

pueden diferenciar el baile, la danza y el reto de baile y se recomienda seguir haciendo énfasis en las diferencias para lograr una correcta apropiación sobre la danza.

Partiendo de la gráfica 17 se muestra que el 82.7% le gustan los contenidos de danza o de baile, resaltado que el 46.2% prefiere contenidos sobre baile esto lo podemos apreciar en la gráfica 19 donde el 67.3% afirma que, le gustan los concursos de baile, donde *Bailando por un sueño* (61,5%) es uno de los concursos con el que tienen mayor acercamiento en este sentido se concluye que se tiene mayor acercamiento hacia el baile dado que este tiende a utilizar movimientos al ritmo de la música por tanto se recomienda realizar contenidos entretenidos, entendibles y concisos que permitan despertar el interés por la danza en la población.

Tomando en cuenta a la gráfica 22: En la localidad donde vives, ¿hay difusión de talleres dancísticos? El 50% señaló que no, mientras que el otro 50% afirmó que sí, mediante páginas de Facebook (46.4%) y carteles (42.9%). Como se muestra en la gráfica 23, teniendo en cuenta esto se concluye que la difusión de estos talleres es escasa, por tanto, se recomienda que el uso de redes sociales se siga implementando para la difusión y propaganda de estos talleres al igual que el uso de carteles esto con la finalidad de que las personas interactúen en espacios virtuales y comiencen a tener un acercamiento a la danza.

De acuerdo con, la gráfica 24 el 63.5% de los encuestados afirmó que en su localidad imparten talleres de danza, como podemos apreciar en la gráfica 25 la danza clásica es una de las más impartidas a través de casas de cultura (56,8%), como podemos observar en la gráfica 26 teniendo en cuenta esto podemos concluir que, la danza clásica es una de las que cuentan con mayor difusión en las localidades por tanto se recomienda implementar estrategias de difusión para educar a más población en torno a la danza para que tengan un conocimiento amplio sobre ella. De igual forma, implementar contenidos en redes sociales sobre

las distintas danzas existentes con el objetivo de modificar la perspectiva que tiene la población sobre la danza.

## **2.7 Conclusiones**

De acuerdo con los resultados de la encuesta podemos determinar que, se tiene conocimiento sobre la danza y baile, logrando identificar las imágenes que corresponden a cada una, pero encontrando un déficit en la asociación de los significados que tienen sobre la danza y baile, concluyendo que la mayor parte de la población tiene interés en el baile que en la danza, podemos inferir que esto se debe a que el contenido que se consume en su mayoría tiene que ver con concursos de baile.

Por otro lado, se identificó que el uso de redes sociales influye en la percepción que se tiene sobre danza y el baile, cabe mencionar que TikTok es una de las redes sociales por el cual cuentan con un mayor acercamiento hacia estas pero que, a través de estos contenidos pueden llegar a confundir la danza, el baile y los retos de baile. Por tanto, el interés por conocer la danza es mínimo debido a la poca valoración y apreciación que tiene.

Finalmente, la difusión de la danza tanto en redes sociales como en las localidades es escasa, provocando la poca valoración y estereotipos que rodean a la danza, de tal manera que el ballet es una disciplina que cuenta con mayor difusión y es asociada hacia la danza dejando de lado las distintas danzas existentes.

## 2.8 Tabla 2 FODA

<b>FORTALEZAS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Las imágenes y videos son punto clave para la difusión de la danza</li><li>2. Hoy en día el internet y las redes son parte de nuestra vida cotidiana, lo que beneficia la difusión de la danza por esa vía.</li><li>3. Dominio de redes sociales.</li><li>4. Contamos con las aptitudes y habilidades para desarrollar el discurso audiovisual a partir de nuestra formación en Comunicación y Cultura.</li></ol>	<b>DEBILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. No contamos con formación profesional en danza.</li><li>2. No contamos con experiencia en la planeación de talleres educativos.</li></ol>
<b>OPRTUNIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Está de moda enseñar a través de redes sociales</li><li>2. Es tendencia aprender cosas nuevas</li><li>3. Los videos cortos, concisos e innovadores son tendencias.</li><li>4. Hasta el momento las diferentes campañas que se han llevado a cabo se han abandonado a pesar de los buenos resultados.</li><li>5. El mayor acercamiento hacia la danza es a través de TikTok, la cual es una de las redes sociales en tendencia.</li></ol>	<b>AMENAZAS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Es escaso el interés sobre la danza</li><li>2. La información sobre las diferencias entre danza y baile es escasa.</li><li>3. Poco interés en conocer las diferencias entre baile y danza</li><li>4. No hay estudios enfocados a la difusión de la danza.</li></ol>

Fuente: Elaboración propia

### **3 Capítulo III. Estrategias**

#### **3.1 Introducción a las estrategias**

Este apartado está enfocado en el planteamiento de estrategias comunicativas para la difusión y el acercamiento hacia la danza, a través de las redes sociales, teniendo como objetivo desarrollar conocimiento en la población mexicana en torno a la danza, generando así un entendimiento amplio de ella, así como motivar su participación y valoración.

#### **Objetivos General**

- Incentivar la apreciación y la formación en las artes practicas en especial la danza

#### **Objetivos Particulares**

- Educar a la población en torno a la danza para que tengan un conocimiento amplio sobre ella.
- Motivar a la población a practicar danza para que conozcan los beneficios de practicarla.
- Difundir las diferentes categorías de danza que existen

#### **3.2 Metas**

##### **Corto plazo**

- Despertar el interés por la danza en la población
- Conseguir que las personas comiencen a tener un acercamiento a la danza
- Conozcan los distintos tipos de danza

##### **Mediano plazo**

- Lograr que la población pueda identificar las diferencias entre danza y baile.
- Conseguir que las personas tengan conciencia de todo el proceso artístico que hay detrás de una pieza dancística.
- Lograr que las personas identifiquen los distintos tipos de danza

## **Largo plazo**

- Aumentar el interés de la población por la danza
- Trabajar en los estereotipos que rodean a la danza.
- Conseguir que exista una valoración y apreciación por la danza

## **Actores**

- Internautas, personas que interactúen en espacios virtuales como, blogs, páginas de internet, YouTube y redes sociales.

## **Beneficiarios**

- Bailarines profesionales
- Academias de danza
- Casas de cultura

### **3.3 Perfil socioeconómico y psicográfico de beneficiarios**

En México, a partir de los años setenta empezó a desarrollarse la danza moderna y contemporánea, tomando mayor auge en los años ochenta. Con el surgimiento de estos espacios y escuelas han surgido diversas instituciones para profesionalizar la danza. De acuerdo con el portal La Jornada, el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) acepta solo al 5% de los aspirantes. “de 780 aspirantes para estudiar danza profesional, con edades entre nueve y 14 años, sólo 45 serán aceptados por la Escuela Nacional de Danza Clásica y contemporánea del Instituto de Bellas Artes”. Los aspirantes deben realizar un examen de habilidades y psicológico con el objetivo de verificar si cuentan con la capacidad de soportar las largas horas de trabajo físico, intelectual y emocional. (*La Jornada*, s. f.)

Por otro lado, de acuerdo con el INEGI el 56.8% de la población urbana de 18 y más años asistió a algún evento cultural, el 56.4% son mujeres y el 59.3% hombres. De lo cual, la danza tuvo una menor asiduidad: 40.6%, es decir los eventos relacionados con la danza cuentan con menor asistencia.

De las cuatro actividades de menor asistencia, la de menor interés (11.3%) es la danza. Desde hace muchos años, los estudios de consumo cultural mostraron que

esta era una de las ofertas más exigentes para el público de México en cuanto a capital cultural. Los datos de este estudio nos dicen que acuden a ella más mujeres que hombres y las edades predominantes son de 15 a 19 años, aunque también lo son las de más de 50 años. Supone escolaridad media y alta e ingresos bajos y medios en consonancia con la juventud de los que la seleccionan. También es más notable el público externo a la Ciudad de México. (Encuesta Nacional Sobre Hábitos Y Consumo Cultural, 2021, 20)

Por tanto, se muestra que las mujeres jóvenes de edad media y de bajos ingresos optan por el consumo de actividades culturales como es la danza. En contraste, 85.1% de los encuestados solo el “81.6 que no invirtió tiempo en esta actividad y 23.5 que lo hizo menos de una hora. Se trató de varones de entre 20 y 29 años con escolaridad de secundaria, estudiantes que no tienen ingresos residentes de la Ciudad de México” (Encuesta Nacional Sobre Hábitos Y Consumo Cultural, 2021, 26)

**Tabla 3 Actividades de alta y baja dedicación de tiempo a la semana**

<b>Actividad de alta y baja dedicación de tiempo a la semana</b>			
<b>Porcentaje de los entrevistados</b>	<b>Grupo de "Bajo tiempo de dedicación" (No invierto, tiempo, Menos de una hora a la semana)</b>	<b>Grupo de "Alto tiempo dedicado" (5 a 9.59 horas y más de 10 horas a la semana)</b>	<b>Porcentaje de los entrevistados</b>
<b>87%.4%</b>	<b>Ve teatro en línea</b>	<b>Consultar redes sociales</b>	<b>33.4%</b>
<b>88.4%</b>	<b>Ve museos en línea</b>	<b>Ve películas o series</b>	<b>24.1%</b>
<b>85.1%</b>	<b>Ve presentaciones de danza/baileen línea</b>	<b>Tomar cursos o talleres en línea</b>	<b>19.8%</b>

Fuente: Encuesta nacional sobre hábitos y consumo cultural (2021)

### 3.4 Descripción de las estrategias

**Tabla 4 Descripción de las estrategias**

Estrategias	Tácticas
<b>Mediática</b>	<p>Táctica 1. Campaña posicionamiento de danza</p> <p>Fase 1. Videos introductorios a la danza en Instagram, TikTok, YouTube, página web, página de Facebook</p> <p>Fase 2. Videos explicativos de la historia de danza en Instagram, TikTok, YouTube, página web, página de Facebook</p> <p>Fase 3. Videos sobre las diferencias entre danza y baile en Instagram, TikTok, YouTube, página web, página de Facebook</p> <p>Fase 4. Videos de la historia de la danza y sus diferentes tipos en Instagram, TikTok, YouTube, página web, página de Facebook</p>
<b>Educativa</b>	<p>Táctica 2. Danzando en línea</p> <p>Taller online a través de plataformas digitales como zoom o Google meet.</p>
<b>Artística</b>	<p>Táctica 3</p> <p>Transmisión de películas que aborden temas dancísticos a través de Facebook</p> <p>Táctica 4</p> <p>Transmisión de piezas dancísticas a través de Facebook y TikTok</p>

**Fuente:** Elaboración propia

**Mediática:** Esta estrategia se basa en definir las actividades más pertinentes para difundir el tema que se quiere abordar, para posicionarlo y que la población comience a tener un acercamiento y conocimiento sobre este, considerando como ventaja que la difusión se puede llevar a cabo a través de medios masivos como radio, tv y actualmente en plataformas digitales.

**Educativa:** Es una estrategia que busca concientizar a las personas sobre la danza para lograr una transformación a través de la comprensión del tema y así generar empatía en las personas. Y que, a través de actividades educativas, las personas pueden profundizar y debatir sobre los temas que se aborden y reflexionen sobre estos para generar una opinión.

**Artística:** Por medio de esta estrategia se pretende sensibilizar a las personas a través de la interacción con expertos en el tema, por medio de contenidos que humanicen y permitan adentrarse a la danza.

### 3.5 Marco Lógico

**Tabla 5 Marco Lógico**

<b>Resumen narrativo</b>	<b>Indicador de evaluación</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>supuestos</b>
<b>Táctica 1</b> Campaña de posicionamiento de la danza	Impacto	Reporte del número de vistas, likes y comentarios	Falta de interés
<b>Táctica 2.</b> Talleres online a través de plataformas digitales como Zoom o Google Meet.	Comprobar sobre los conocimientos de los tipos de danza	Cuestionario online	Falta de interés Fallas en el internet

<p><b>Táctica 3</b></p> <p>Transmisión de películas que aborden temas dancísticos a través de Facebook</p> <p>Transmisión de piezas dancísticas a través de Facebook y TikTok</p>	<p>Impacto (número de veces compartidas)</p>	<p>Reporte del número de vistas, likes y comentarios</p>	<p>Falta de interés</p> <p>Fallas en el internet</p>
<p><b>Táctica 4</b></p> <p>Vinculación con la secretaria de cultura</p>	<p>Impacto</p>	<p>-</p>	<p>-</p>

**Fuente: Elaboración propia**

### 3.6 Viabilidad del proyecto

Partiendo de que, la danza está rodeada de estereotipos que influyen en la percepción que se tiene sobre ella, dando como resultado que no exista aculturación de la danza propiciando que se piense que esta disciplina es para cierto sector de la población con características específicas como son el género, peso, complexión estatura, entre otros.

Consideramos que, generar una campaña de difusión beneficiaría a las academias, a las casas de cultura propiciando que, sean más buscadas despertado su interés y a su vez beneficiaría a los bailarines profesionales ya que, su audiencia aumentaría y su trabajo sería más valorado, de igual manera a todas aquellas personas interesadas en la danza que están mal informadas propiciando que cambien la percepción que se tiene y así adentrarse en la danza.

### **3.7 Desarrollo de Tácticas**

#### **3.7.1 Táctica 1: Campaña para el posicionamiento de danza**

Esta táctica tiene como finalidad describir de forma concisa el paso a paso del desarrollo sobre una campaña de sensibilización, posicionamiento, y difusión de la danza a través de redes sociales.

##### **1.- Problema de comunicación:**

Como punto de partida identificamos que el problema central de la situación se debe a la falta de comunicación eficaz al momento de dar difusión a los talleres de danza, por otro lado, también identificamos que al hablar de danza no se establecen de forma clara y concreta las diferencias entre la danza como una bella arte y el baile.

##### **2.- Tipo de campaña:** Lanzamiento

##### **3.-Target:**

Nuestro target se centra en jóvenes adultos de entre los 15 años y 30 que les guste bailar o tengan algún interés en actividades que involucren el movimiento corporal.

##### **4.- Enunciador:**



UAQ- Universidad Autónoma De Querétaro

Se selecciono la Universidad Autónoma de Querétaro, puesto que al tener una carrera en la Licenciatura de Arte Danzario mediante el cual tiene como objetivo formar profesionales con conocimientos básicos del arte y la cultura en general, así como emplear conocimientos en la práctica docente y la creación coreográfica, permite que tanto se haga difusión de la carrera, sus conocimientos, habilidades, perfil de egreso, etc., llevándonos a tener un conocimiento amplio sobre la danza.



UABC-Universidad Autónoma de Baja California

También se optó por la Universidad Autónoma de Baja California, debido a que, también cuenta con la licenciatura en Danza, y aquí sus egresados tendrán la capacidad de dirigir procesos de enseñanza-aprendizaje, gestionar proyectos culturales, así como la producción de discurso escénicos, por lo que se convierte en una fuente viable, dado a su amplio conocimiento, teniendo una perspectiva diferente sobre la danza, al ser una universidad al norte del país.



Escuela nacional de Danza Nellie y Gloria Campobello (INBA)

Por último, se optó por la Escuela nacional de Danza Nellie y Gloria Campobello (INBA), porque esta institución al contar con la Licenciatura en Educación dancística con orientaciones en Danza contemporánea, Danza Española, Danza Folclórica, ya no solo se enfoca en aspecto concreto de la Danza sino que ofrece una estructura flexible e innovadora, permitiendo adentrarse en los distintos tipos de danza existentes, y al abarcar estos rubros nos permite obtener un mayor comprensión de los tipo de danza que hay.

#### 5.- Tiempo de duración de la campaña: 12 Meses

<b>Estrategia</b>	<b>Mediática</b>
<b>Táctica</b>	Campaña de difusión
<b>Duración</b>	12 meses
<b>Propósitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseguir que las personas comiencen a tener un acercamiento a la danza</li> <li>• Despertar el interés por la danza en la población</li> <li>• Conozcan los distintos tipos de danza</li> </ul>
<b>Estrategia creativa</b>	
<b>Eslogan</b>	Vive, Danza, ¡Sueña!
<b>Call to action</b>	Que se tenga interés por la danza

Fuente: Elaboración propia

6.- **Tono:** Los mensajes que se difundan a la población meta serán realizados en segunda persona del singular.

7.- **Manera:** Alegre

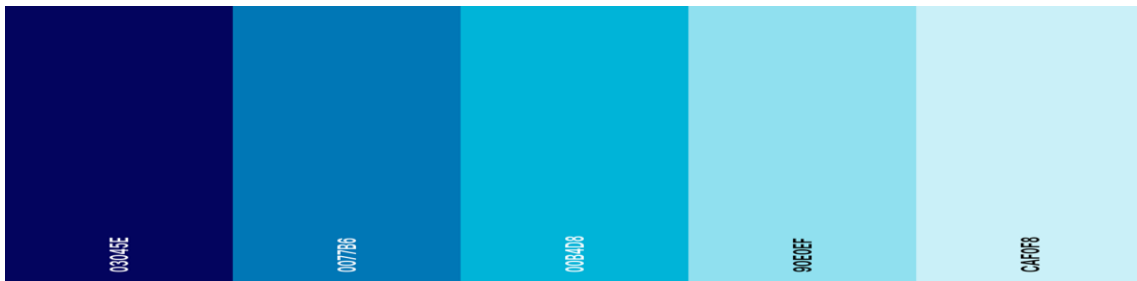
8.- **Percepción del proyecto:**

La danza es una disciplina de las bellas artes y que sirve como medio de expresión.

9.- **Kit visual de la campaña:**

**Colores:**

Los colores que se eligieron pertenecen a la gama de azules, cabe mencionar que son tonalidades de colores fríos, el cual proyecta una sensación de tranquilidad, calma, profesionalidad, por tanto, una evidente identificación con la seguridad, la seriedad y la confianza.



10.- **Personaje:** Se busca romper con los estereotipos por lo que las características de los personajes serán diversas, es decir no se requieren características específicas.

**Ambiente** Los espacios serán combinados, es decir lugares como salones de danza y externos, es decir al aire libre.

11.- **Emociones, Sentimientos y Valores:** Alegría, Respeto

12.- **Promesa Básica:**

- Experiencia estética

## Estrategia de Medios

### 1.- Selección de Medios

- Medio primario: Youtube y TikTok
- Medio secundario: Instagram y Facebook

### 2.- Racional de Medios

Medio	Característica	Pertinencia
<b>YouTube</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es una plataforma dirigida jóvenes y adultos</li> <li>No hay límite en la duración de los videos</li> <li>Por medio de etiquetas se pueden localizar videos.</li> <li>Se pueden subir hasta 10 videos a la vez</li> <li>Permite a los usuarios visibilizar cualquier tipo de video</li> </ul>	<p>Es una herramienta que permitirá la difusión de videos con información relacionada a la danza de forma gratuita.</p> <p>Actualmente esta plataforma es una de las más usadas por todos los internautas lo que ofrece mayor difusión y reproducciones de los videos creados.</p>

Medio	Característica	Pertinencia
<b>TikTok</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>App que permite crear editar y subir videos con duración de 1 a 3 minutos.</li> <li>Permite crear un perfil personal o profesional,</li> </ul>	<p>TikTok es una red social que ha logrado alcanzar gran popularidad y al ser una app que está centrada en la difusión de videos musicales, esta posee herramientas para la edición de</p>

<p>posibilitando personalizar tu cuenta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Como usuario a TikTok tienes acceso a diversos contenidos afines a tus gustos.</li> <li>✚ Esta plataforma te permite interactuar por medio de comentarios, del chat, encuestas, votaciones, etc.</li> <li>✚ Funciona por medio de seguidores y seguidos.</li> <li>✚ Es una red social gratuita.</li> </ul>	<p>videos que les permite crea contenido.</p> <p>De acuerdo con lo mencionado, esta plataforma es ideal para interactuar con otras personas o lanzar campañas publicitarias, debido a su gran cantidad de usuarios.</p>
--	---

Medio	Característica	Pertinencia
<p><b>Instagram</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Utilización de hashtags lo que permite a lo que permite que un perfil sea encontrado por medio de palabras relacionadas es esta.</li> <li>✚ Permite medir y visualizar las estadísticas de visitas y reacciones.</li> <li>✚ Permite subir videos largos y cortos.</li> <li>✚ Subida de imágenes</li> </ul>	<p>Por medio de esta aplicación se podrá interactuar con los seguidores por medio de las historias, en donde se realizarán dinámicas para conocer cuáles son las dudas o interese que tienen sobre la danza y así abarcar más temas.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Interacción por medio de dinámicas realizadas en las historias.</li> </ul>	
--	---	--

Medio	Característica	Pertinencia
<b>Facebook (página de Facebook)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Creación de contenido personalizado por medio de pestañas personalizadas y aplicaciones.</li> <li>✚ Se pueden realizar dinámicas y concursos.</li> <li>✚ Diferentes niveles de administradores de la pagina</li> <li>✚ Se pueden realizar campañas de publicidad segmentadas a nuestro público objetivo.</li> <li>✚ Transmisiones en vivo.</li> </ul>	<p>Esta plataforma te permite incrementar tu visibilidad y es una red social con una amplia interfaz publicitaria. El algoritmo que tiene Facebook permite que la segmentación sea más sencilla ya que, esta cuenta con gran cantidad de información de los usuarios.</p>

**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.- Plan de Medios

	M 1				M2				M 3				M 4				M 5				M 6			
Medio	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
YouTube																								
TikTok																								
Instagram																								
Facebook																								

	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12

Medio	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
YouTube																								
TikTok																								
Instagram																								
Facebook																								

**Especificación** Para la plataforma de YouTube se trabajará de forma escalonada de tal manera que en la S1 se publicará un video en la S2 se hará uso de Reels en YouTube

**Fuente: Elaboración propia**

#### Cronograma semanal

	SEMANA 1						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Facebook	video		reel		reel		reel
Instagram	imagen	reel	imagen	imagen	reel	imagen	
YouTube	video		reel		reel		reel
TikTok	video	video	video	video	video	video	video

**Fuente: Elaboración propia**

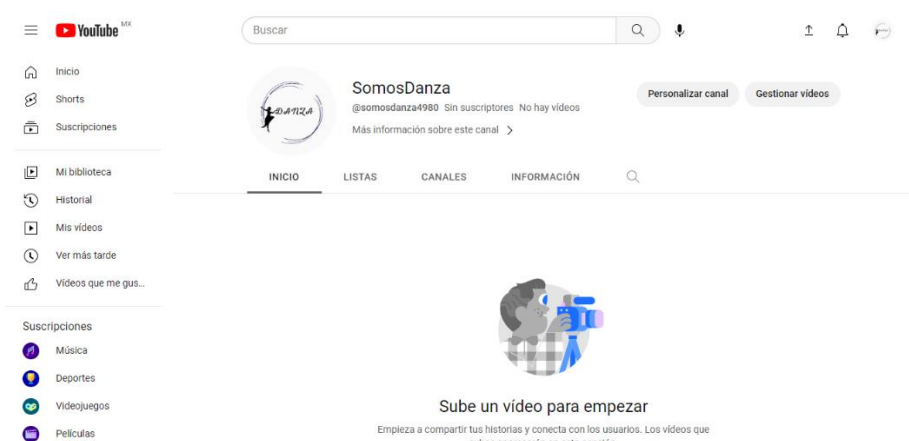
## 5.- Tabla 6 Pautas de Medios

Tipo de Contenido	Fechas
Diferencias entre danza y baile	Enero, marzo, Abril
Características de la danza	Junio, septiembre, Octubre
Tipos de Danza	Octubre, noviembre, Diciembre

Fuente: Elaboración propia

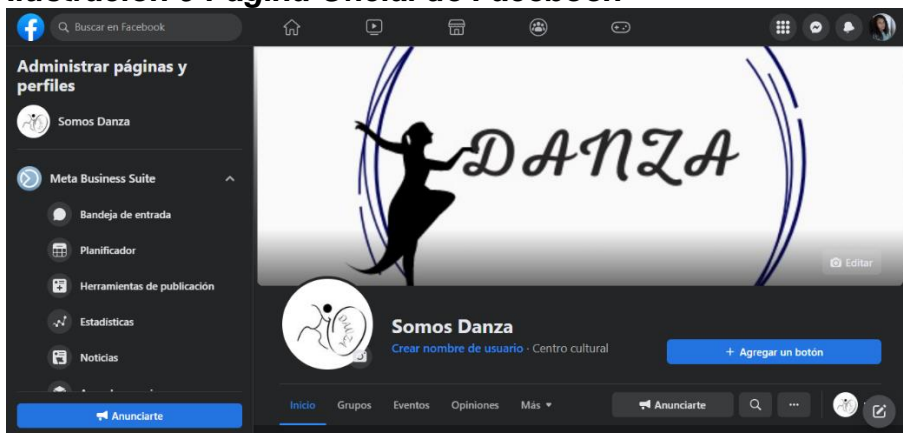
## 6.- Plataforma Creativa

### Ilustración 8 Canal de YouTube



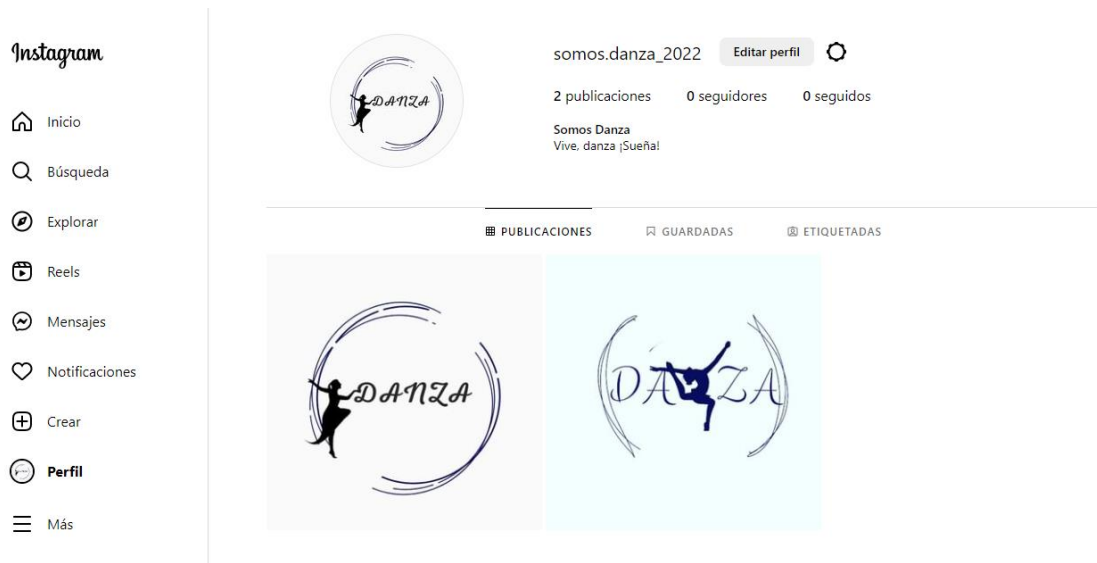
Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 9 Página Oficial de Facebook



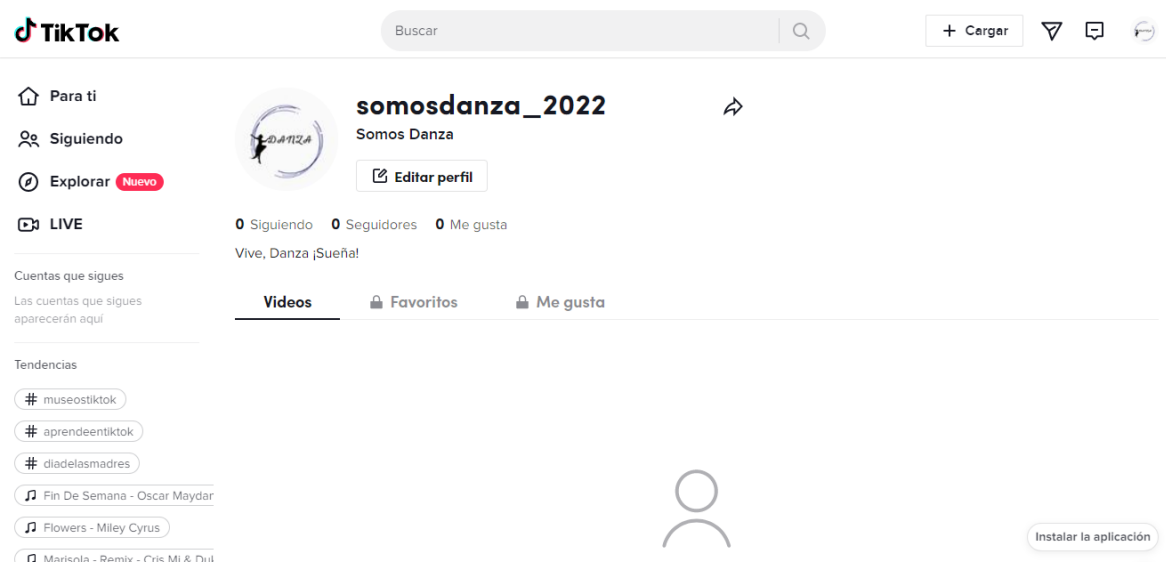
Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 10 Página Oficial de Instagram



Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 11 Página oficial de TikTok



Fuente: Elaboración propia

# Storyboard

## Video introductorios

### Ilustración 12 Video 1





En el Renacimiento, colocaron a la Danza en un lugar privilegiado de la sociedad cortesana y aristocrática. En Francia comenzó a desarrollarse el ballet en la corte




*Uner, Danza y / Suroel*



Si te gusto el video no olvides darle like y compartir



Síguenos






*Uner, Danza y / Suroel*

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 13 video 2




**5** **OMG**

ELEMENTOS DE LA DANZA

*Uner, Danza y / Suroel*



**1** **CUERPO**

El bailarín se vale de su cuerpo para expresarse a través de sus movimientos que realiza con su cuerpo



**2** **ESPACIO**

Es el lugar en el que el baile se lleva a cabo, el bailarín interactúa con el medio que lo rodea

*Uner, Danza y / Suroel*



**3**

**TIEMPO**

Es el elemento que determina y guía los movimientos en la danza




**4** **ACCIÓN**

Son todos los movimientos que el bailarín realiza y que forma parte de su baile




*Uner, Danza y /Serial*



**5** **ENERGÍA**

Es el elemento que determina la forma en la que ocurre el movimiento, teniendo en cuenta características como el uso de la fuerza, la tensión o el peso



**100**

*Uner, Danza y /Serial*



Si te gusto el video no olvides darle like y compartir



Síguenos






*Uner, Danza y /Serial*

Fuente: Elaboración propia

## Videos explicativos

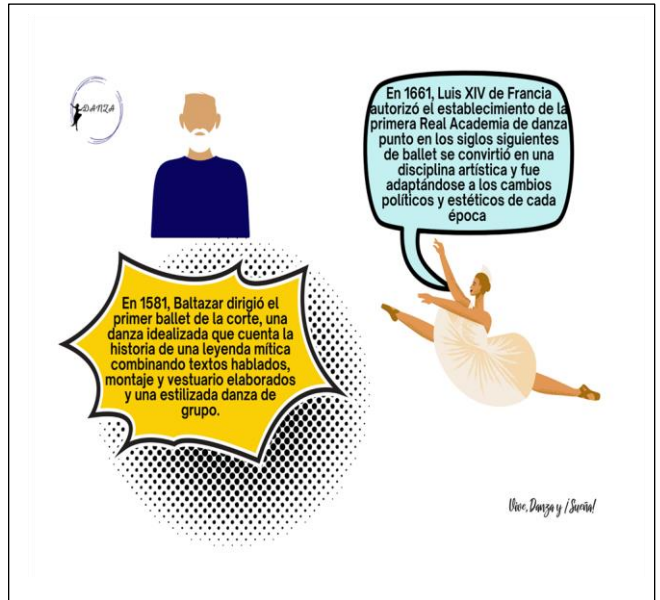
### Ilustración 14 Video 1

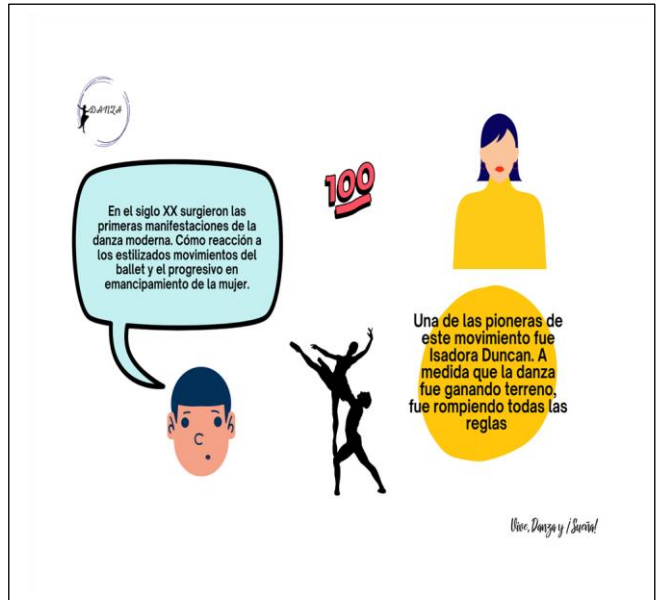
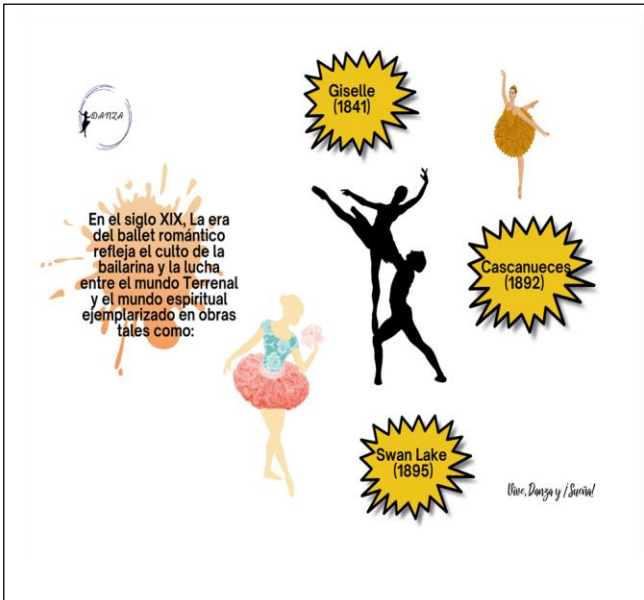




Fuente: Elaboración propia

**Ilustración 15 Video 2**





Fuente: Elaboración propia

## Videos danza vs baile

### Ilustración 16 Video 1



Fuente: Elaboración propia

**Ilustración 17 Video 2**

¿La Danza y el baile son lo mismo?

*Vive, Danza y / Social*

El baile nos sigue una rutina específica

El baile puede empezar a hacer estudiado y practicado a cualquier edad

Existen algunas excepciones como algunos bailes populares que tienen coreografías

*Vive, Danza y / Social*

Quienes practican danza siguen un estilo de vida saludable, no se permiten cambios en su musculatura o en su peso

La danza es necesaria no solo capacitar el cuerpo y conocer la rutina, sino que debe estudiarse música para entender el ritmo

*Vive, Danza y / Social*

Dato curioso

En la antigüedad y de acuerdo con Napoleón como el baile estaba dirigido al pueblo y la danza era un arte que solo practicaba la realeza

*Vive, Danza y / Social*



Fuente: Elaboración propia

Video tipos de danza

Ilustración 18 Video 1





**DANZA CONTEMPORANEA**



La danza contemporánea no se rige por reglas ni técnicas. Más bien es una danza que se rige por una filosofía que enfatiza la expresión más auténtica en el movimiento.

*Vive, Danza y / Social*



**DANZA ARABE**

Era una danza sagrada porque surge en Egipto en el interior de los templos egipcios, de carácter ritual.

**DANZA FOLKLORICA**

Se practica en grupos y que forma parte de patrimonio cultural



*Vive, Danza y / Social*



Si te gusto el video no olvides darle like y compartir



Síguenos



*Vive, Danza y / Social*

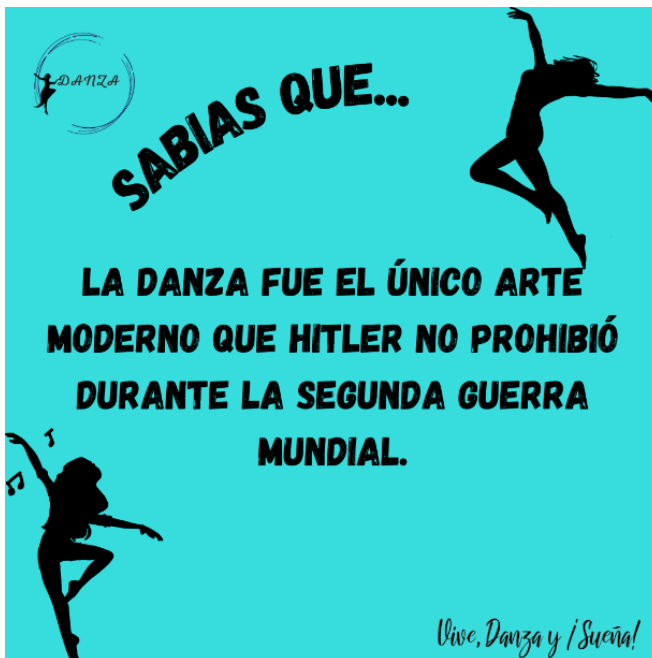
Fuente: Elaboración propia

**Ilustración 19 Imagen Introdutoria**



Fuente: Elaboración propia

**Ilustración 20 Imagen Introdutoria**



Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 21 Imagen Explicativa



Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 22 Imagen Explicativa



Fuente: Elaboración propia

### **3.7.2 Táctica 2: Taller Danzando en línea**

**Duración:** 5 Meses

**Propósito:** El objetivo y propósito principal de este taller está enfocado en que a lo largo de cinco meses todos los participantes puedan adquirir conocimientos teóricos sobre la danza, a través de los cuales se instaure en cada miembro del taller el gusto por practicar algún tipo de danza así como romper con los estereotipos que se han creado en torno a dicha disciplina, se espera también que al tomar este taller los participantes puedan ver de forma más clara el trabajo, dedicación y esfuerzo que conlleva el practicar danza así como las creaciones y piezas dancísticas de cada bailarín profesional.

**Lugar de desarrollo:** El taller se llevará a cabo por medio de la plataforma Google meet.

**Actores Sociales:** El taller está dirigido para jóvenes y adultos de entre los 15 y 30 años que estén interesados en conocer la danza.

**Personas Inscritas:** El taller está diseñado para un máximo de 30 personas.

#### **Temáticas:**

- Historia de la danza
- Características de la danza
- Tipos de danza
- Herramientas que se utilizan para la danza
- Movimiento corporal

**Recursos Humanos:** Tallerista

#### **Perfil del tallerista:**

- Mujer/Hombre de entre los 25 y 30 años
- Con estudios profesionales en danza
- Con experiencia impartiendo talleres

**Medio de difusión:** El taller será difundido a través de las redes sociales que se crearon para la campaña de posicionamiento de la danza, por medio de carteles e imágenes.

**Tabla 7 Planeación didáctica**

Academia:	Cultura	Nivel Principiante
Área de formación:	Artística	Carga Horaria: 40:00 Horas
Asignatura:	Taller Teórico de Danza	Nombre del taller: Danzando en línea
Nombre (s) Profesores (s)	Pendiente	
Propósitos:	<p>Este taller se enfoca en los siguientes objetivos particulares, partiendo de la idea de que estos permitirán que quienes tomen el taller logren obtener un conocimiento más sólido sobre la danza.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocerá la historia de la danza, sus inicios y principios</li> <li>• Identificará los diferentes tipos de danza, sus características y diferencias <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprenderá la diferencia entre baile y danza</li> </ul> </li> <li>• Conocerá el proceso creativo que lleva a la elaboración de una pieza dancística.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8 Planeación didáctica**

Primer Mes			
No. Sesión	Temas	Duración X Horas	Materiales
1	Introducción al taller y bienvenida	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.

2	Diagnóstico y conocimientos previos sobre la danza	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
3	Introducción a la historia de la danza	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
4	Historia de la danza	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
5	Los orígenes de la danza	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
6	La danza desde el contexto histórico e introducción al proceso creativo	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 9 Planeación didáctica**

Segundo Mes			
No. Sesión	Temas	Duración X Horas	Materiales
1	Primeras Civilizaciones, danza primitiva y espacios abiertos	1:30	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
2	Egipto, danza acrobática y el entorno físico	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
3	La danza y la antigua Roma	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
4	Danza dionisiaca	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
5	La danza en la Edad Media (aplicación de un ejercicio sobre el proceso creativo)	2:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.

6	Danzas religiosas y templos (cierre del segundo mes y presentación de pieza dancística creada por los participantes)	3:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
---	--	------	---

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 10 Planeación didáctica**

<b>Tercer Mes</b>			
No. Sesión	Temas	Duración X Horas	Materiales
1	La danza y el romanticismo	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
2	Ballet Romántico y técnicas escénicas	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
3	Danza teatral y testimonial de un profesional sobre la creación de una pieza dancística en el teatro	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
4	Danza teatral y salones de palacio. (aplicación de un ejercicio sobre el proceso creativo)	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
5	La danza en el barroco	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
6	Ballet y teatro (cierre del tercer mes y presentación de pieza)	3:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.

	dancística creada por los participantes)		
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 11 Planeación didáctica**

<b>Cuarto Mes</b>			
No. Sesión	Temas	Duración X Horas	Materiales
1	Estructura de la danza	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
2	Elementos de la danza	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
3	Elementos de la danza	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
4	Surgimiento de la danza contemporánea	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
5	Diferencia entre danza clásica y danza contemporánea	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
6	Danza moderna y proceso creativo	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 12 Planeación didáctica**

<b>Quinto Mes</b>			
No. Sesión	Temas	Duración X Horas	Materiales

1	La danza y su reconocimiento como arte.	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
2	El baile	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
3	Diferencias entre danza y baile	1:00	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.
4	Principales danzas mexicanas Reflexiones y despedida (cierre del taller y presentación de pieza dancística creada por los participantes)	3:30	Computadora, conexión a internet, cuaderno y pluma.

Fuente: Elaboración propia

### ***Ilustración 23 Formato de inscripción: Vía formulario de Google***

**Formato de inscripción**

Taller teórico "Danzando en línea"

Este formulario registra automáticamente los correos de los usuarios de Universidad Autónoma de la Ciudad de México. [Cambiar configuración](#)

**Fecha de inscripción \***  
Mes, día, año

**Nombre completo \***  
Texto de respuesta corta

**Edad \***  
Texto de respuesta corta

**E-mail \***  
Texto de respuesta corta

**Escolaridad \***  
Texto de respuesta corta

**Ocupación \***  
Texto de respuesta corta

Fuente: Elaboración propia

## Cartel de invitación al taller:

- **Tipo de letra**

Clear Sans Bold: es una fuente para pantalla impresión y web. Es una Tipografía sin serif (sin remates en los trazos)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**!@#\$%^&\*()\_+ -=[]{};:'"\|/.,**  
**АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ**  
**абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя**

- **Logo**



- **Slogan**

*Vive, Danza y ¡Sueña!*

- **Bocetos**



Fuente: Elaboración propia



¿Te interesa conocer de la DANZA?

ven a participar en el taller

**DANZANDO EN LINEA**

**Programa:**

- o Historia de la danza
- o Características de la danza
- o Tipos de danza
- o Herramientas que se utilizan para la danza
- o Movimiento corporal



**inscríbete:**

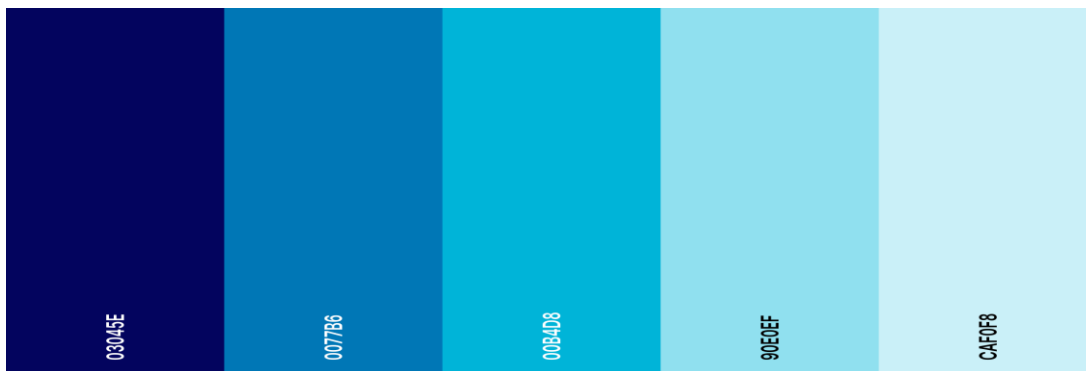
<https://docs.google.com/forms/u/0/?tgif=d>



*Vive, Danza y ¡Sueña!*

**Fuente: Elaboración propia**

o **Colores**



**Descripción:** Durante 7 meses cada semana se realizarán transmisiones a través de Facebook, Instagram y TikTok de películas con temática dancística, así como transmisiones de piezas dancísticas, todo con el objetivo de que todo aquel espectador pueda acercarse un poco más a contenido artístico.

**Medio de difusión:** Todo el contenido será difundido a través de las redes sociales que se crearon para la campaña de posicionamiento de la danza, por medio de carteles e imágenes.

**Tabla 13 Planeación Artística: Prototipo de programación por mes**

	Mes 1						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Facebook	Película		Película		Película		Película
Instagram		Pieza Dancística		Pieza Dancística		Pieza Dancística	
TikTok	Pieza Dancística	Película	Pieza Dancística	Película	Pieza Dancística	Película	Pieza Dancística

**Fuente:** Elaboración propia

Cartel de difusión:

*Ilustración 24 imagen para Facebook películas*



Fuente: Elaboración propia

*Ilustración 25 imagen para Instagram- invitación para Facebook*



Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 27 imagen para Instagram de transmisiones



Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 28 imagen para Facebook- películas en TikTok



Fuente: Elaboración propia

**Ilustración 28 imagen para Instagram- películas en TikTok**



Fuente: Elaboración Propia

**Ilustración 29 Storyboard- invitación para TikTok**



Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 30 Storyboard-invitación para TikTok



Fuente: Elaboración propia

Logo:



Eslogan:

Vive, Danza y ¡Sueña!

#### 3.7.4 Táctica 4: Vinculación con la Secretaría de Cultura

La secretaria de cultura es una institución que se encarga en primera instancia de que el patrimonio cultural de la Nación sea preservado de forma integral en sus diversas manifestaciones artísticas y culturales, de igual forma se encarga de estimular los programas que son orientados a la creación, desarrollo y difusión de estos.

Es por lo anterior que consideramos sería de mucha ayuda que realizar una táctica vinculada con una institución especializada en temas culturales, de preservación y difusión, ya que la difusión podría ser mayor, de igual manera se busca que esta táctica se lleve a cabo de forma presencial para ya que aunque en la mayoría de los casos las actividades en línea son eficientes, determinamos que el contacto con más personas así como el hecho de que las personas experimenten de primera mano una actividad dancística cambiaría la perspectiva que se tiene sobre esta disciplina.

### 3.8 Presupuesto

En este apartado, se desglosa la descripción de los costos con relación a los recursos económicos:

#### Táctica 1. Campaña para el posicionamiento de danza

**Tabla 14 Resumen de inversión**

<b>Recursos humanos</b>	<b>Costos</b>	<b>Recursos Materiales</b>	<b>Costos</b>
<b>Diseñador web</b>	\$2,500	Computadora e internet	\$11,000 \$349 al mes durante 12 meses= \$4.188
<b>SEOS o Community mánager</b>	\$3,500 por 12 meses =\$42,000	<b>Inshot, Canva, TikTok.</b>	Gratis
	<b>Total: 44,000</b>		<b>Total: \$15,188</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15 Resumen de inversión**

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Costos</b>	<b>Recursos Materiales</b>	<b>Costos</b>
<b>Profesional en danza</b>	Profesor gana \$26.15 por hora al mes \$209.20 (durante 5 meses)	Computadora e internet	\$11,000 \$349 al mes durante 5 meses= \$1,745
<b>SEOS o Community manager</b>	\$3,500 por 5 meses = \$17.500	Computadora e internet	\$11,000 \$349 al mes durante 5 meses= \$1,745
	<b>Total: \$18,546</b>		<b>Total: \$25,490</b>

**Táctica 3. Artística**

**Tabla 16 Resumen de inversión**

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Costos</b>	<b>Recursos Materiales</b>	<b>Costos</b>
<b>SEO o Community Manager</b>	\$3,500 por 7 meses = \$24,500	Computadora e internet	\$11,000 \$349 al mes durante 7 meses= \$2.443
	<b>Total: \$24,500</b>		<b>Total: 2,443</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 17 Resumen de inversión**

<b>Táctica</b>	<b>Cotos</b>
----------------	--------------

Táctica 1. Campaña para el posicionamiento de danza	\$59,188
Táctica 2. Taller Danzando en línea	\$47,240
Táctica 3. Artística	\$26,943
Táctica 4. Estrategia de vinculación con, responsable del plan. Secretaria de Cultura.	\$ 0
Subtotal:	\$133,3371
IVA:	
Total:	\$133,3371

Fuente: Elaboración propia

### 3.9 Cronograma

táctica	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
T1 Mediática												
T2 Educativa												
T3 Artística												
T.4 Vinculación												

	Frecuencia baja
	Frecuencia alta

Fuente elaboración propia

## **4 Capítulo IV. Propuesta de Evaluación del Plan estratégico y táctico**

### **4.1 Justificación de la metodología:**

El enfoque metodológico que se empleará para la investigación será de corte cuantitativo ya que, la metodología cuantitativa es una estrategia de investigación que se centra en la recopilación y análisis de datos, se enfoca en medir variables usando un sistema numérico, analizando estas medidas por medio de modelos estadísticos, se basa en cantidades debido a que busca establecer semejanzas y diferencias sobre la problemática que se está investigando, dado lo anterior podemos entender que:

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor. (Neill, 2018, p. 69)

Dado que en la investigación cuantitativa se analiza la realidad de forma objetiva, consideramos que utilizar este enfoque nos permitirá obtener información clara y sin sesgos sobre la problemática que se aborda.

### **4.2 Justificación de la Técnica**

Para esta investigación se optó por utilizar como técnica de investigación; la encuesta, “la encuesta se considera, en primera instancia, como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos para obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (Falcón, p.3, 2019).

Por tanto, se consideró relevante utilizar la técnica de encuesta, también cabe mencionar que se hará uso de la escala de Likert, ya que, nuestro principal objetivo

es conocer su nivel de acuerdo o desacuerdo de la danza, permitiéndonos medir reacciones, actitudes y comportamientos de aquellos que estuvieron expuestos al proceso de apropiación de la danza, a través de nuestras diferentes tácticas. Esta encuesta tiene como objetivo observar el nivel de acuerdo o desacuerdo sobre el proceso de apropiación de la danza.

**Contenidos en redes sociales:**

1. ¿Consideras que las imágenes publicadas, ayudaron a captar la atención?
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
  
2. ¿Consideras que los videos logran captar la atención?
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
  
3. ¿Cuán probable es que compartas los diferentes contenidos en tus redes sociales?
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
  
4. ¿Consideras que publicar imagines y videos ayudaron a difundir la danza?
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

- d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
5. Después de estar expuesto a esta serie de publicaciones, ¿consideras que adquiriste conocimiento sobre la danza?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo

**Utilidad de talleres:**

6. ¿El material que ofreció el curso cubre todos los temas sobre danza?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
7. ¿Las actividades realizadas fueron congruentes en cuanto al tipo de curso?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
8. ¿Consideras que la organización del curso fue la adecuada?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
9. ¿Consideras que lo aprendido puede ser útil para tu desarrollo personal?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo

- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
10. ¿Cuán probable es que recomiendes este curso a un amigo o compañero de trabajo?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
11. Después de finalizar el curso, ¿consideras que desarrollaste conocimiento sobre la danza?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo

**Utilidad didáctica de películas y transmisiones:**

12. Ayuda a comprender conceptos de los contenidos
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
13. Ayuda a relacionar conceptos de la danza
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
14. Genera interés sobre la danza

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

**Vinculación con la secretaria de cultura:**

15. ¿Consideras que los contenidos publicados en conjunto con la secretaria de cultura, logran captar la atención de las dos comunidades y externos?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
16. ¿te gusto esta colaboración?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
17. ¿Cuán probable es que compartas los contenidos en tus redes sociales?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d) De acuerdo
  - e) Totalmente de acuerdo
18. Si se realizara un evento en conjunto con la secretaria de cultura sobre la danza, ¿Qué probabilidad hay que asitas?
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

19. ¿consideras pertinente que tengamos colaboraciones con otras instituciones?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

### 4.3 Conclusiones

La investigación realizada en este plan comunicativo se centró principalmente en las características y requerimientos necesarios para practicar cualquier tipo de danza, así como su historia y la diversidad dancística que existe, dado que, mediante el proceso de indagación se pudo observar que el nivel de interés es mínimo, provocando desinformación sobre lo que es la danza y se encontró la tendencia a confundir esta práctica con el baile.

Con base a lo anterior, y por medio de la recopilación y análisis de planes y campañas existentes enfocados a la difusión de la danza es que se halló que son escasas las que se realizan a nivel virtual, y tienden a no llegar a todo el público, provocando que el acceso sea limitado, por tanto, la falta de difusión pone barreras para crear los incentivos de reconocimiento ocasionando una distorsión de la información. Donde principalmente se cree que la danza es para cierto nivel social, para un perfil determinado, de tal manera que, se reduce el interés y las oportunidades para practicarla.

Con todos esos datos recabados y tomando punto de partida la situación que se vivía al momento de diseñar el plan comunicativo (confinamiento por covid-19) es que optamos por desarrollar técnicas a nivel online. Cabe mencionar que actualmente estamos sumergidos en las TIC'S, en redes sociales, internet, por tanto, el uso de esta plataforma para difundir estos contenidos nos permitirá llegar a un público más amplio

Es necesario mencionar que para la construcción del proyecto fue relevante la realización de un análisis FODA, el cual nos permitió contemplar las amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas que nos contraríamos al llevar a cabo la ejecución de nuestras estrategias, como resultado de dicho análisis se percibió que, las imágenes y videos son puntos clave para la difusión de la danza, así mismo nos permitió visualizar nuestra principal amenaza que es el escaso interés que se tiene por conocer el tema.

Por tanto, en función de que, con el paso de tiempo varios factores (como por ejemplo las redes sociales) han influido en que no exista una aculturación de la danza, suscitando que, el interés sea mínimo, se pensó en distintas tácticas para un mejor alcance y mejores resultados, que a través de estas nos permitan sembrar, conservar y consolidar lo que es la danza y así lograr disolver los estereotipos que rodean esta práctica.

En este escenario tal y como queda planeado, y de acuerdo con la investigación que la sustenta, se proponen diferentes tácticas (mediática, educativa y artística) que nos posibilitan despertar el interés por la danza, lograr que la población tenga un acercamiento hacia ella y que así conozcan los distintos tipos de danza que existen.

Como resultado, se plantea comenzar con una campaña de sensibilización, posicionamiento, y difusión de la danza a través de redes sociales. En el cual se resalta que, para imágenes y videos, mediante el cual, se hará uso de una gama de azules, (colores fríos), el cual proyecta seriedad y confianza. Y se verán reflejados a través de las distintas redes sociales (Facebook, TikTok, Instagram, YouTube).

Posteriormente se reforzará lo antes mencionado a través de un taller (Taller Danzando en línea) donde se espera que al tomar este taller los participantes puedan ver de forma más clara el trabajo, dedicación y esfuerzo que conlleva el practicar danza, así como las creaciones y piezas dancísticas de cada bailarín profesional.

Después se pensó en la transmisión de películas y piezas dancísticas a través de redes sociales, para empaparse más sobre el tema, por último, se planificó la vinculación con la Secretaría de Cultura, ya que, consideramos que sería de mucha ayuda la alianza con una institución especializada en temas culturales, de preservación y difusión.

Finalmente el desglose en la descripción de los costos para las distintas estrategias se encuentran en un rango accesible, en tanto que se pensó, en herramientas y apps gratuitas para un crecimiento orgánico en redes sociales, pero

que la ayuda de especialistas (SEO'S o Community mánager) en el sector son relevantes, dado al poco interés que la población tiene de la danza, por ende, un Community manager logrará atraer más audiencia a través de diferentes estrategias digitales y al estar actualizado a tendencias que respondan a las necesidades e intereses, logrará una mayor presencia.

Por lo que el proyecto planteado, una vez realizado un proceso de indagación y la realización de estrategias y tácticas, es un proyecto viable tal y como se ha planteado.

## 5 Referencias

- Arbillaga Lara, Elisondo Romina y Melgar Fernanda. (diciembre 2018). Espacios que proyectan hacia nuevos horizontes. La danza como puente entre la creatividad y lo cotidiano. *Estudios sobre Arte Actual*, Número 6, 21-32
- Ávila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: didáctica y educación* ISSN 2224-2643, 11(3), 62-79.
- Ávila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didasc@lia: didáctica y educación* ISSN 2224-2643, 11(3), 62-79.
- Botía, J. M. (2008). Tesis de Licenciatura. *Historia de la Danza y Ballet Contemporáneo*. Universidad Jaume 1, Casteñón de la Plana.
- Bailarines. Cn.* [@bailarinescndmex]. (2020, 4 de agosto). Empezamos con la segunda etapa de actividades: Mañana miércoles 5 de agosto a las 16:00hrs Clase de Gyrokinesis con Vianka Escalante. [lg]. Instagram.  
[https://www.instagram.com/p/CDeeLGUHmT/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CDeeLGUHmT/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Campaña de difusión del arte y la cultura Prepa 7 Grupo: 614—Inicio | Facebook.* (s. f.). Recuperado 7 de noviembre de 2021, de <https://www.facebook.com/Campa%C3%B1a-de-difusi%C3%B3n-del-arte-y-la-cultura-Prepa-7-Grupo-614-602939399841550/>
- Campaña de difusión del arte y la cultura Prepa 7 Grupo: 614.* (2015, 20 de marzo).[página de Facebook]. Facebook. Consultado el 02 de febrero 2022.  
<https://www.facebook.com/Campa%C3%B1a-de-difusi%C3%B3n-del-arte-y-la-cultura-Prepa-7-Grupo-614-602939399841550/>

- Cultura, S. de. (s. f.). Integrantes de la Compañía Nacional de Danza llevan a los hogares clases en vivo mediante internet. gob.mx. Recuperado 23 de octubre de 2021, de <http://www.gob.mx/cultura/prensa/integrantes-de-la-compania-nacional-de-danza-llevan-a-los-hogares-clases-en-vivo-mediante-internet?idiom=es>*
- Dallal, A. (2020). *Los elementos de la danza*. UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- Encuesta Nacional Sobre Hábitos Y Consumo Cultural. (2021). Coordinación De Difusión Cultural De La UNAM. Recuperado 10 de septiembre de 2022, de [https://unam.blob.core.windows.net/docs/EncuestaConsumoCultural/1\\_4963111740213559559.pdf](https://unam.blob.core.windows.net/docs/EncuestaConsumoCultural/1_4963111740213559559.pdf).*
- ENDUTIH\_2020.pdf. (s. f.). Recuperado 9 de octubre de 2021, de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH\\_2020.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf).*
- Falcón, V. L., Pertile, V. C., & Ponce, B. E. (2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales. In XXI Jornadas de Geografía de la UNLP (La Plata, 9 al 11 de octubre de 2019).
- Flórez, C. M. (2008). La Danza Contemporánea en el transmilenio: Tendencia y Técnica. *Revista Científica Guillermo de Ockhman*, 119-125. Recuperado el 2 de Octubre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105312257009.pdf>
- Gumucio Dagrón, A., & Gray-Felder, D. (2001). *Haciendo olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Rockefeller Foundation.
- Gumucio-Dagrón, Alfonso (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, XXX(58),26-39.[fecha de Consulta 30 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0120-4823. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020038002>

Gumucio-Dagron, A (2012). Comunicación y cambio social: raíces ideológicas y horizonte teóricos. En Sierra, F. (Ed), Comunicación y desarrollo: prácticas comunicativas y empoderamiento local (pp. 23-46). Gedisa.

González, P. A. (2020). Todo lo que debemos saber sobre TiKToK. IAB Colombia, 12.

González, S., Zayas, A. y Guil, R. (2015). Relaciones personales en la sociedad de las redes sociales virtuales . *Revista de Estudios Socioeducativos* , 34-49.

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 121-128.

Hernández-Sampieri, R. (2014). Capítulo 1 Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. En R. Hernández-Sampieri, Metodología de la Investigación (págs. 2-20). México : Mc Graw Hill.

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Pilar Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

Hilario-Estrada. Z. (2021) Diario de una bailarina [captura de pantalla]. Obtenido

De

[https://www.instagram.com/p/CZayUiGN3P2/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CZayUiGN3P2/?utm_source=ig_web_copy_link)

INEGI. (2019, julio). *PRESENTA INEGI RESULTADOS DEL MÓDULO DE EVENTOS CULTURALES SELECCIONADOS (MODECULT)* (No 350/19).

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/EstSociodemo/modecult2019\\_07.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/EstSociodemo/modecult2019_07.pdf)

*Instituto de Investigación y Difusión de la Danza Mexicana A.C. - Inicio | Facebook.*

(s. f.). Recuperado 7 de noviembre de 2021, de

<https://www.facebook.com/IIDDMACmx/>

Ivelic K. & Rados Lav. (2008). El Lenguaje de La danza. *Aistesis*, 27-33. Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1632/163219835002.pdf>

*La danza, vista desde las redes sociales*. (s. f.). Recuperado 7 de noviembre de 2021, de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/artes-escenicas/2016/08/1/la-danza-vista-desde-las-redes-sociales>

Lara-Navarra, P., Lopez-Borrull, A., Sánchez-Navarro, J., & Yànez, P. (2018). Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: Propuesta SocialEngagement. *El Profesional de la Información*, 27(4), 899. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.18>

La Jornada: Urge crear más escuelas y compañías de danza. (s. f.). Recuperado 21 de marzo de 2022, de <https://www.jornada.com.mx/2014/06/11/cultura/a03n1cul>

*Los mexicanos usan más de 10 redes sociales al día*. (2021, junio 30). Expansión. <https://expansion.mx/tecnologia/2021/06/30/los-mexicanos-usan-mas-de-10-redes-sociales-al-dia>

Mendoza, A. L. (2019). El ballet Clásico desde una mirada de género. *Alternativas en psicología*(Tercera Época ), 98-110.

Morales, S. E. (s.f.). Tesis de Licenciatura. *Protagonistas de la Danza Regional Folclórica Sonorense: Una visión testimonial*. Universidad de Sonora, Sonora

Neill, D. A. (2018). Capítulo 4. Investigación cuantitativa y cualitativa . En D. A. Neill, *Procesos y fundamentos de la investigación científica* (págs. 68-87). Ecuador : UTMACH.

Ortega, J. F. (2017). De la danza y el baile en tiempos de Cervantes. *Cuadernos de Investigación Musical*, (2), 5-17.

Pinedo, A. I. (2016). Una mirada a la interacción en las redes sociales. *Avances en Psicología*, 51-57.

Quiénes somos. (s. f.). *Interfaz*. Recuperado 7 de noviembre de 2021, de

<https://interfaz.cenart.gob.mx/quienes-somos/>

Sarasa, T. (s. f.). *Comunicación externa de la Compañía Nacional de Danza: Temporada 19/20*. 90.

Soto, C. P (2008). Sobre la definición de la danza como forma artística. *Aisthesis*, 34-48. Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1632/163219835003.pdf>