



---

---

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**“CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA POSICIONAR A  
LA COMPAÑÍA “DANZA CAPITAL” DEL CENTRO  
CULTURAL OLLIN YOLIZTLI COMO UNA  
COMPAÑÍA GENERADORA DE OFERTA  
CULTURAL INNOVADORA DE LA CIUDAD DE  
MÉXICO PARA EL 2016.”**

**T E S I N A**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación**

**P R E S E N T A :**

**OMAR CAMACHO AGUILAR**

**DIRECTOR DE TESINA:  
MTRO. EDER ANTONIO SALAMANCA  
FUENTES**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos:**

Quiero agradecer principalmente a mi asesor, Eder Salamanca, quien fue la persona que me acompañó a lo largo de este camino. Gracias por sus conocimientos, su apoyo, y su paciencia. Sus clases en la facultad que me enamoraron de la publicidad. También, a todos mis maestros de la facultad, pues de cada uno hay un poco en este trabajo.

Mi familia es mi pilar principal para que pudiera estudiar, quiero agradecer el apoyo de mis padres, Mauricio y Socorro, quienes me dieron la oportunidad de estudiar, por su labor que vienen haciendo conmigo desde que era pequeño. También quiero agradecer a mi hermana, Liliana.

Mis amigos de la facultad son para toda la vida, y de alguna manera también me formaron como persona y como profesional, gracias. También a la UNAM, a esta gran casa de estudios que nos da la oportunidad de superarnos, de mejorar nuestra sociedad a través del estudio.

Un agradecimiento muy especial a mi gente de danza, a mis maestros Jorge, Arturo, Itzel quienes fueron los primeros en enseñarme este arte, ahora no imagino mi vida sin practicarlo. También a mis compañeros de clase quienes alegran mis días. No he conocido gente más entregada, apasionada y feliz que la que se dedica a la danza.

Quiero agradecer al Centro Cultural Ollin Yoliztli, especialmente a Francisco Becerra, pues gracias a él tuve la oportunidad de trabajar en este maravilloso lugar que me acercó aún más a la danza y a todo el inmenso mundo de la cultura, gratos recuerdos en “La Ollin”. Gracias a Danza Capital, sus bailarines y su directora Cecilia Lugo, por su labor dancística.

Me siento muy agradecido con Betzabé Covarrubias, una gran amiga y poeta, quien me apoyó con cuestiones formales en la edición de este trabajo. A todas las personas que directa e indirectamente estuvieron a mi lado a lo largo de este trabajo. ¡Gracias!

# Índice

Capítulo 1: La danza un pétalo de la cultura .....	9
La evolución de la cultura .....	13
Danza: Un mundo en movimiento .....	16
México nació danzando... ..	25
Danza Contemporánea: La estructura del desorden .....	36
Capítulo 2: Cía Danza Capital, la maravilla por descubrir .....	43
¿Quién es? .....	43
¿Cómo es? .....	44
Análisis de marca .....	44
Marketing Mix: Las 4 P's .....	47
Capítulo 3: Encontrar el Amor .....	54
Campaña: Encontrar el amor .....	54
Antecedentes Publicitarios .....	56
Estrategia creativa .....	61
Propuesta .....	65
Conclusiones .....	76
Anexos.....	81
Bibliografía .....	83

# Introducción

La danza es una de las bellas artes más antiguas, sus primeros indicios están en las pinturas rupestres y hasta nuestros días, es de gran importancia para el ser humano. Forma parte de la cultura, profesionalmente se puede encontrar en centros culturales o en instituciones especializadas en este campo, los bailarines profesionales forman y deforman su cuerpo para alcanzar lo más sensible de esta disciplina, dedican su vida a ello.

Según el INEGI (Instituto Nacional de Geografía y Estadística) el Consumo Cultural es la “Participación de los usuarios o beneficiarios en las actividades que proporcionan los bienes y servicios culturales, como leer, escuchar radio, visitar espacios culturales o asistir a alguna festividad”<sup>1</sup> igualmente al teatro, a una presentación de danza, al cine, a un concierto, al museo etc

Hay dos encuestas en México que dan cifras exactas sobre el consumo cultural en nuestro país, una fue realizada por CONACULTA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes) en el 2010 llamada “Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales” la otra es la “Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México” (ENCCUM) la cual fue realizada en conjunto por el INEGI y CONACULTA en el año 2012.

Lamentablemente, ambas encuestas demuestran que el consumo cultural en nuestro país es bajo. Por ejemplo, según la ENCCUM en el “2012, el 62% de la población considerada asistió en el último año al menos en una ocasión a algún sitio o evento cultural”<sup>2</sup> y sólo una de cada diez personas ha participado en cursos o talleres culturales.

---

<sup>1</sup> Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012. Marco conceptual 2014*, [en línea] pp.8 disponible en: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/encc/2012/MC/ENCCUM2012MC.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/encc/2012/MC/ENCCUM2012MC.pdf) (07-03-16) 2:51pm

<sup>2</sup> *Ibidem* pp. 12

La encuesta realizada por CONACULTA en el 2010 está más completa y dividida por actividad cultural y entidad federativa, de acuerdo con ella, en la Ciudad de México el 43.5%<sup>3</sup> de los encuestados no ha asistido a un espectáculo de danza. Cabe resaltar que, a pesar de que este dato no es ideal, es el más aceptable del país, es decir que en esta Ciudad la población acude más con mayor frecuencia a este tipo de actividades, esto abre un parteaguas, puede ser la gente de la CDMX está más interesada por la cultura o que ésta está muy centralizada.

Las razones por las que la gente no acude a espectáculos culturales pueden ser muchas: por la economía, la educación, falta de tiempo, de hábitos, de interés o también por falta de información y conocimiento sobre la oferta cultural que existe.

En esta ciudad hay innumerables centros culturales, compañías de danza, teatro u otras disciplinas artísticas formadas por estudiantes y profesionales de estas carreras que se enfrentan día a día con un mundo desinteresado en estas actividades. Sólo los centros culturales muy reconocidos o compañías grandes pueden aspirar a tener suficiente público en sus presentaciones y tener el reconocimiento deseado.

Las compañías culturales pequeñas tienen pocas posibilidades de tener suficiente público para poder subsistir, tal vez uno de sus problemas es porque no tienen un manejo adecuado de su imagen como compañía o no han realizado acciones y estrategias para posicionarse en el público, es como si no existieran.

Otro factor que afecta al posicionamiento y la falta del público en espectáculos culturales son los problemas económicos que tienen para producir sus obras, regularmente son fondeados por instituciones gubernamentales y becas como el FONCA (Fondo Nacional para la Cultura y las Artes) pero no son suficientes para la producción de todo el

---

<sup>3</sup> CONACULTA, *Encuesta Nacional de Hábitos, prácticas y consumo culturales 2010, (Distrito Federal)* pp. 15 Disponible en: [http://www.conaculta.gob.mx/encuesta\\_nacional/](http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/) (07-03-16) 3:21

evento, que va desde los salarios de los artistas, la producción, escenografía, renta de lugares, ensayos etc. La mayor parte de ese dinero se invierte en lo más esencial y dejan de lado a la publicidad, sin saber que es algo importante para el proyecto.

El tema principal de este trabajo es expresar y analizar la importancia de la publicidad para una empresa cultural. Se hará una propuesta de campaña para el posicionamiento de Danza Capital, la cual es una compañía de danza contemporánea perteneciente al Centro Cultural Ollin Yoliztli (CCOY)<sup>4</sup> que surgió para el beneficio de los alumnos egresados de la escuela de danza contemporánea de este lugar.

La poca e inadecuada difusión de los eventos que realiza Danza Capital es uno más de los factores que afectan su imagen y su economía, pues no tienen el alcance adecuado, por lo que es necesario hacer estrategias eficaces que se adecuen a su presupuesto y sus objetivos para una difusión adecuada y así puedan posicionarse en el público objetivo.

Danza Capital puede generar más ingresos, mejorando la gestión de sus presentaciones, haciendo publicidad adecuada y cobrando lo justo por su trabajo, para esto necesita hacer estrategias de comunicación, *marketing* y publicidad que impulsen los activos de la compañía.

Hacer una campaña de posicionamiento para la compañía Danza Capital tiene varias funciones: beneficio a los jóvenes bailarines, a la danza en la Ciudad de México, acercamiento de la población de la ciudad a la danza y enriquecimiento de la cultura.

---

<sup>4</sup> El Centro Cultural Ollin Yoliztli (CCOY) está ubicado al sur de la Ciudad de México, mejor conocido como “La Sala Ollin” es sede de la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México y de 5 escuelas de Música y Danza: Escuela de Iniciación a la Música y la Danza, Escuela de Música “Vida y Movimiento”, Escuela de Danza Contemporánea, Escuela de Mariachi Ollin Yoliztli en Garibaldi, Escuela del Rock a la Palabra y Escuela de Danza Contemporánea de la Ciudad de México. Pertenece a la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México.

Esta compañía tiene una trayectoria de más de cinco años y hasta el momento no ha tenido ninguna estrategia de lanzamiento, posicionamiento o una campaña para publicitar sus actividades, razones por las que no ha sido lo suficientemente reconocida. Danza Capital necesita una campaña publicitaria de posicionamiento para que pueda ser reconocida en la Ciudad de México, así su imagen corporativa será enriquecida y por lo tanto va a tener más seguidores, personas interesadas en su trabajo y que la siga en sus actividades.

Además, haciendo comparaciones, entre Danza Capital y otras compañías de danza reconocidas bien posicionadas, se puede apreciar que hay público, y que sí importa el posicionamiento de la compañía. Por ejemplo, la “Compañía Nacional de Danza” que se dedica a la danza clásica, siempre tiene suficiente público en sus presentaciones, llena los auditorios y lugares donde se presenta:

“La demanda es mucha, los boletos para la primera semana de la temporada ya están vendidos y el año pasado tuvimos una asistencia total de 42 mil 700 personas; nosotros estamos felices ser parte de esta tradición”<sup>5</sup> así lo afirmó Tihui Gutiérrez, maestra integrante de la Compañía Nacional de Danza, en febrero del 2015 en una conferencia de prensa que ofreció por el inicio de la Temporada 39 de “El lago de los cisnes”<sup>4</sup>.

No se puede comparar a la Compañía Nacional de Danza con la joven compañía Danza Capital, pues la nacional cuenta con mucho apoyo gubernamental, tiene más de 50 años de trayectoria y un gran nivel profesional, pero refleja claramente que hay público para la danza.

---

<sup>5</sup> Sin autor, “*El lago de los cisnes*” anuncia su temporada 39 en Chapultepec, Excélsior, [en línea] disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2015/02/11/1007804> fecha de consulta: (10-04-16 7:53pm)

También por medio de esta campaña, se puede lograr que el público se interese más por la oferta cultural, de lograrse, saldrían beneficiadas las compañías y centros culturales, no sólo Danza Capital, sino todo el gremio artístico en general; además habría un beneficio social, ya que el arte, al ser una representación humana, es un camino para la paz.

Posicionar a Danza Capital para que tenga mayor reconocimiento no sólo en el público, sino dentro del mundo de la danza, para que los integrantes, la directora y todos los involucrados en la compañía tengan más trayectoria, mayor prestigio y crecimiento por su trabajo. Aunado a esto, otra razón es porque los bailarines en nuestro país no tienen el reconocimiento deseado, sufren lo mismo que en la mayoría de las carreras: La falta de trabajo. Gran parte de los bailarines sobrevive dando clases o por becas del gobierno, ya que su trabajo como bailarines profesionales en compañías de danza o como independientes no les deja lo suficiente para vivir.

"Vivir como bailarín (en México) es difícil, uno le tiene que entrar a dar clases o hacerse gestor cultural, pero de que se puede, se puede, asegura Tepal, fundador y coreógrafo del grupo independiente Chocolate con leche. (...) Hay otras compañeras que trabajan como modelos para pintores, comerciales y esas cosas"<sup>6</sup>

Con una exitosa campaña de posicionamiento la compañía Danza Capital podrá tener más trabajo y mayor oportunidad de crecimiento, no sólo por la Secretaría de Cultura o la Ollin, sino fuera de dichos recintos. Además, invitando al público a que se interese más por la danza se beneficiaría al mundo de la cultura.

---

<sup>6</sup> Verónica Díaz Favela, *La danza contemporánea busca atraer al público en México*, CNNMéxico [en línea] disponible en: <http://mexico.cnn.com/entretenimiento/2012/04/29/la-danza-contemporanea-busca-atraer-al-publico-en-mexico> fecha de consulta: 10-05-16 8:07 pm

Este trabajo está dividido en tres capítulos, en el primero se explorará qué es la cultura, pues la danza forma parte de ella, después, enfocaré a este arte: sus géneros, sus formas, sus principales exponentes a nivel mundial y después a nivel nacional, la historia de la danza en México, su evolución, y se terminará especificando la danza contemporánea, pues es el género que practica la compañía Danza Capital.

El segundo capítulo se enfocará únicamente al objeto de estudio: Danza Capital, quién es, qué hace, cuál es su posicionamiento actual, quiénes son sus integrantes, su directora, cómo surgió, dónde se presenta.

Para terminar, el último capítulo se abordará la propuesta de campaña de posicionamiento en sí. Se darán algunas definiciones de los conceptos importantes de una campaña y la propuesta, que incluye: antecedentes publicitarios, las propuestas de objetivo de comunicación y publicitario, concepto creativo, estrategias de medios y creativa, racional creativo y de medios.

# Capítulo 1: La danza, un pétalo de la cultura

## Cultura

La cultura es un concepto amplio y complejo tan como el ser humano. Esta palabra viene del latín “Cultus” que significa “Cultivo”. Es el cultivo de la inteligencia humana. Puede tener diversas vertientes y tener numerosos significados. Se pueden advertir diferentes perspectivas: la sociológica, filosófica, artísticas, culturas organizacionales, deportivas, viales, etc.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) define a la Cultura como:

“La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.”<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> UNESCO, *Cultura, líneas generales*, [en línea] tomado de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

Prácticamente todo lo que hacemos y somos es cultura. Es la forma y el significado que damos a la vida cotidiana con los rasgos y costumbres históricas. No siempre es de la misma manera, ya que la cultura evoluciona con el hombre. Sirve como medida y como archivo.

La cultura es el conjunto de hechos, acciones, costumbres, actitudes, símbolos, lenguaje, preferencias, normas, objetos, maneras de ser, hablar, pensar, vivir, de todo lo que el humano hace, siente y piensa. Es lo que caracteriza a una región, comunidad o sociedad específica. Con ella se desarrollan esferas importantes en la ciencia, religión, deportes, ideologías, arte, entre otras. A la ciencia se le ve alejada de la cultura, ambos conceptos van de la mano. Tanto el desarrollo tecnológico como el científico son parte importante de la sociedad, modifican hábitos, formas de ser, de vivir, de actuar.

La cultura se manifiesta diferente a partir del invento del internet y dispositivos que lo utilizan. Precedentemente se expedían cartas, telegramas, faxes. La investigación y el acceso a la información eran totalmente diferentes, se tenía contacto directo con las letras. Actualmente utilizamos múltiples maneras de comunicarnos: por mensajes, llamadas, aplicaciones etc.

No se debe dejar de mencionar a las redes sociales, mismas que han cambiado la forma de relacionarse con las personas. Cada día el desarrollo tecnológico avanza y sin duda, la cultura cambiará a la par.

Con respecto a la ciencia, los avances en la medicina, por ejemplo, han transformado los hábitos y costumbres de la gente. El desarrollo de esta esfera ha mejorado la calidad de vida y aumentó su expectativa. Las personas tienen la posibilidad de vivir dignamente y por un tiempo más prolongado.

Por otro lado, el avance en la astronomía, la geografía, la física, cambian la percepción del universo, se conoce más sobre planetas, estrellas, y aunque falta mucho por descubrir, esto cambia la cosmovisión humana.

La religión es otra parte de la cultura, creer en algo parece nato del ser humano. Se manifiesta desde las civilizaciones antiguas (griegos, sumerios, aztecas, mayas, entre otros), hasta las actuales. Las creencias moldean las vidas. Actualmente el catolicismo, islamismo, judaísmo rigen vidas, dictan formas de ser, pensar, actuar, incluso, han provocado desorden como las guerras.

El lenguaje es una de las características fundamentales del ser humano, es ineludible a la cultura. Por medio de éste es posible la comunicación, nos permite evolucionar como especie y facilita la transmisión del conocimiento. Además, gracias a él nombramos todo nuestro mundo y le damos significación. El lenguaje se ha hecho arte en la poesía y la literatura.

El entorno tiene un significado específico para cada individuo y depende de su cultura, por ejemplo, el color morado en Tailandia significa luto, mientras que en Egipto significa realeza. En países occidentales, usar este color es estar a favor de la comunidad LGBTTTI (Lésbico, Gay, Bisexual, Travesti, Transexual, Transgénero, Intersexual).

Se puede organizar a la humanidad por culturas y en diferentes niveles: geográficamente, donde las sociedades comparten rasgos étnicos, económicos y sociales; por zonas: país, estado, ciudad, colonia, barrio etc; Por nivel socioeconómico, educacional, religioso, etc.

Las artes son parte fundamental de la cultura, expresan sentimientos, necesitan de gran ingenio y de dones especiales, se puede definir como:

“El arte en conjunto con el mito, la religión y el lenguaje, es un producto “natural” de la cultura, un producto que surge ineludible, inexorable como si se tratara de un impulso inherente a la naturaleza del hombre, de la especie, un impulso profundo e irreplicable como los instintos o tan ávido de acción como la capacidad de hacer funcionar los sentidos del cuerpo humano”<sup>8</sup>

El arte hace obras, éstas son una manifestación pura de la cultura, en ellas se guarda información y las características de una sociedad específica, o de la humanidad en general. Cargan viveza, búsqueda y guardan conocimiento. No todas las obras de arte son eternas, algunas son efímeras, como el teatro, la danza, la música. Por fortuna, hoy en día existe la tecnología, que nos permiten registrar estas expresiones y a pesar de que no es lo mismo, pero permite su conservación.

La preservación del arte es importante, mantiene viva a la cultura. En la danza, por ejemplo, las obras clásicas como: “El lago de los cisnes” “La bella durmiente” “Coppelia” “El cascanueces” se conservarán mientras se sigan montando. No sólo se debe mantener físicamente, sino también el interés por parte de la población hacia esta.

A través de la cultura se ve, se vive y se significa la vida. Es como un filtro que permite notar al mundo. Las costumbres, mitos, religiones, historias, normas, cánones; son factores que influyen en la manera de interactuar con nuestro entorno. La cultura es la construcción del mundo y de las formas de existencia humana que significamos e interpretamos. Se carga de significación lo que está alrededor, colectiva o individualmente. Se ha puesto nombre hasta a la más mínima partícula que se ha descubierto y a la estrella más lejana que se ha visto. Los nombres tienen significado y raíces etimológicas que hacen más profunda la significación de este mundo.

---

<sup>8</sup> Dallal Alberto, *La danza en México*, México, 1989, UNAM, 1a edición. pp. 38

Así cada individuo juega diferentes roles en la sociedad. Algunos hacen obras de arte, danzan, pintan, componen, cantan o simplemente llevan su vida cotidiana, la cual se hace a través de la cultura y al mismo tiempo de da forma.

## **La evolución de la cultura.**

La vida siempre está en constante cambio, afortunadamente nada es estático, el hombre evoluciona y cambia su manera de ver el mundo que lo rodea y la forma en que interactúa, y la cultura va a la par. Esta evolución va de la mano con el concepto de “multiculturalismo”, el cual se denota en tiempos modernos, especialmente en grandes urbes donde hay mucho flujo de migrantes de otras ciudades o países que llegan a residir.

La cultura en las grandes ciudades, aporta subculturas como las de los migrantes, los extractos sociales, económicos, y fenómenos particulares de metrópolis: “culturas o tribus urbanas”. Éstas van de la mano con la globalización, por mencionar algunos ejemplos considerables como: emos, dark, skates, hippies, hardcores, punks, raperos, indies y más actuales como hipsters. Éstas con estilos diferentes en gustos (música, danza, religión, vestuario, ideología, etc).

La hibridación “ha modificado el modo de hablar sobre identidad, cultura, diferencia, multiculturalidad.”. La hibridación de la cultura se refiere a “los procesos socioculturales en los que las estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Canclini Néstor, Culturas Híbridas, Grijalbo, México, 1989. pp. 3

Un ejemplo, es lo que caracteriza a la cultura mexicana, ésta posee rasgos tanto indígenas como españoles. En las danzas folklóricas mexicanas lucen los vestuarios: faldas, blusas, pantalones, sombreros, zapatos etc. son elementos que no existían antes de la colonización, pero tampoco iguales a los europeos, contienen elementos nuevos que germinaron de una nueva cultura.

Este proceso de hibridación no necesariamente es la fusión de culturas, sino el cambio que se da por factores como la migración, el turismo y los intercambios económicos y comunicacionales. No sólo se trata de una homogeneización, pues actúa la creatividad de los individuos de la sociedad, ya sea de manera individual o colectiva. Modifican las formas de hacer arte, de llevar la vida cotidiana y del desarrollo tecnológico y científico.

Hoy en día tenemos un factor muy importante que acelera el proceso de hibridación: el desarrollo tecnológico. Éste hace posible la intercomunicación global y la adopción de prácticas no originarias de determinada sociedad. Es una búsqueda de lo moderno que se manifiesta como una nueva cultura.

La hibridación permite la evolución de las culturas. Por ejemplo, la danza contemporánea surgió como contrapeso de la danza clásica, rompió con sus cánones. Con el paso del tiempo logró posicionarse y ser aceptada.

Una manera de conservar la cultura es por medio de los llamados espectáculos culturales. De esto se desprende el concepto “Consumo Cultural”, que según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) es la “Participación de los usuarios o beneficiarios en las actividades que proporcionan los bienes y servicios culturales, como leer, escuchar radio, visitar espacios culturales o asistir a alguna festividad”<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012. Marco conceptual 2014*, [en línea] pp.8 disponible en: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/encc/2012/MC/ENCCUM2012MC.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/encc/2012/MC/ENCCUM2012MC.pdf) (07-03-16) 2:51pm

Ir al cine, al teatro, a una presentación de danza, exposición, museo o concierto, es consumo cultural. La demanda de estos espectáculos depende de diferentes factores como economía, educación e interés de la población.

Canclini menciona que “La demanda por bienes y servicios culturales es muy diferente entre países y entre industrias, por un lado, estos productos son considerados como bienes de lujo por lo tanto la demanda es procíclica, es decir, aumenta en los períodos de expansión económica y decrece en periodos de recesión”<sup>11</sup>

La educación y la calidad de los espectáculos también son factores importantes para tomar en cuenta, pues “con respecto a los bienes y servicios culturales, se ha identificado que la baja en la calidad y en la educación, especialmente en la mayoría de los países latinoamericanos, ha limitado el volumen de la demanda”<sup>12</sup>

Como se ha mencionado, es importante preservar la cultura, su inclusión en la sociedad, pues es registro de nuestra historia y desarrollo como civilización. La cultura va más allá de las artes. No es una realidad consumada, siempre está en constante cambio. Es yuxtapuesta a la evolución.

---

<sup>11</sup> Canclini Néstor, *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, 2008, 2a edición, Ed. Siglo XXI pp. 59

<sup>12</sup> *Ibíd.* pp. 59

# Danza: un mundo en movimiento

La danza es una de las bellas artes, quizá la más antigua, yace en las pinturas rupestres, las cuales son imágenes donde se aprecian secuencias de movimientos que parecen tener ritmo. Desde entonces, a lo largo de la historia, la danza ha estado presente, nos ha acompañado y de manera predestinada, seguirá presente.

Es un arte totalmente diferente a la pintura, a la arquitectura, al cine, a la fotografía, a la música; aunque se vale de ellos para su realización, especialmente de la música. Se simula al teatro por tratarse de un evento efímero y único al presentarse en escena. Ha evolucionado junto al hombre, se ha modificado y actualizando de acuerdo a la cultura y época donde se encuentra inserta. De esta manera, surgen géneros y nuevas técnicas.

Todos tenemos la capacidad de movernos, desde una pequeña bacteria, por ejemplo, hasta una ballena; el agua o el aire tienen movimiento. Algunos animales como el pavo real, los delfines e insectos danzan para fines de cortejo y reproducción.

Los seres humanos tenemos esta grandiosa capacidad, y además, contamos con algo que el resto de la naturaleza no, raciocinio, por lo que el movimiento adquiere un significado mayor pues nos movemos de manera consciente. Poseemos cánones, reglas socialmente impuestas, pero no nos quedamos ahí, llevamos el movimiento a algo más que una herramienta para sobrevivir, lo hemos hecho arte.

Cuando el movimiento se carga de una significación abstracta, con una serie de pasos previamente diseñados, a menos que se trate de una improvisación, que llevan un ritmo y melodía, es danza.

“Lo propio de la danza es el movimiento como tal, con sus características de flujo, energía, espacio y tiempo. El asunto mismo en la danza no es el tema, el mensaje, el valor expresivo, la relación con la música, con el vestuario o el relato, ni siquiera el dominio del espacio escénico o de una técnica corporal específica. Se trata del movimiento, de sus valores específicos, de su modo de ocurrir”<sup>13</sup>

Sin duda, el movimiento es lo más importante en la danza, es difícil armonizarlo, a través de años de práctica se puede lograr el *tendu* perfecto, la contracción adecuada, las extensiones más estéticas y la rotación ideal. El instrumento del movimiento es el cuerpo, estos dos elementos son yuxtapuestos; en conjunto pueden lograr expresividad y significación. Hacer danza es entregarse por completo en “cuerpo y en alma”. Literal, el alma se expresa a través del cuerpo cuando los movimientos se cargan de significación.

“La esencia de la danza es el movimiento: un movimiento que crea una plástica bajo el sustento del ritmo y la armonía, cuyo instrumento es el cuerpo. Con este instrumento, su ser mismo, el ser humano realiza con la danza una expresión de vitalidad afín al universo (simbólico, cultural) en el que está inserto. La danza es siempre una metáfora de vida, de la búsqueda creativa, de la renovación, del espíritu del juego”<sup>14</sup>

El cuerpo es el instrumento más importante para el bailarín y el coreógrafo, quienes lo conocen para controlarlo, colocarlo, cuidarlo, hacer movimientos sin lastimarse, poseer control kinestésico. El cuerpo nos acompañará en nuestra vida, importante en los hábitos cotidianos.

---

<sup>13</sup> CARLOS PÉREZ SOTO, Sobre la definición de la danza como forma artística, [en línea] disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1632/163219835003.pdf> (04/04/16) 17:17

<sup>14</sup> Crespo Nora, “La danza, mirada en movimiento, 2003, México, Resistencia, 1era edición pp. 22

Las personas realizan danza, llevan al cuerpo más allá de la vida cotidiana, conocen de él, de sus músculos, huesos, articulaciones para poder realizar movimientos. Llevarlo más allá de lo normal, así este arte lleva el cuerpo al límite, lo extiende, fortalece, lo transforma. Un ejecutante de danza debe tener elasticidad, fuerza, agilidad y conciencia corporal; Influyen muchos factores como la edad, sexo, altura, peso, masa corporal, complexión, simetría, características naturales y especiales de cada individuo, todos ellos son importantes para la propicia ejecución de la danza.

Se dice que “la danza es el lenguaje del alma” por lo que el bailarín debe saber expresar. Es necesario que adquiera conocimientos teatrales, por ejemplo, las técnicas de Stanislavski y Grotowski, quienes son teóricos de teatro y hacen especial énfasis en la creación de personajes, a un bailarín le proporciona herramientas que utilizará en el escenario para comunicar al público, interpretar.

“Interpretar es construir una nueva estructura (mental, espacial, temporal, objetiva o subjetiva, funcional) a partir de un mínimo de elementos o de la totalidad de ellos, pertenecientes a otra estructura, una estructura inicial, original”<sup>15</sup>. Cuando el bailarín sabe expresar e interpretar el concepto de la coreografía, pasa algo increíble: transmite sentimientos, llega a lo más sensible, a la catarsis, esa conexión de los intérpretes y el público que puede sacar lágrimas, risas, emociones y energías. Hace brotar sentimientos y a veces llega al inconsciente. Cuando eso sucede, se habla de una presentación exitosa.

Influyen numerosos factores para ello, como el concepto e ingenio del coreógrafo. “La puesta en escena, el espectáculo, coloca a la danza en una dimensión teatral. Lo teatral alude necesariamente a la actividad de representación, en donde los cuerpos se funden en una escena que es producto de la imaginación poética del ser humano”<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Ibídem pp. 20

<sup>16</sup>Crespo Nora, “La danza, mirada en movimiento, 2003, México, Resistencia, 1era edición pp.30

Para saber interpretar y conocer el cuerpo, los bailarines tienen una formación. Las escuelas profesionales de danza llevan un tiempo de estudio largo, que va desde los cuatro, hasta los ocho años. Ahí los alumnos aprenden algo imprescindible: **la técnica**.

“Las técnicas formativas bien estructuradas y probadamente codificadas, permiten al bailarín “liberar al cuerpo” para lograr precisión y expresividad, así como un virtuosismo de índole dramática (teatral) y sensual. Sobre todo un amplio abanico de diseños corporales que favorecen la comunicación temática con enunciados dramáticos, humorísticos los hedonistas que nos remiten al placer de vivir”<sup>17</sup>

Así como la ortografía es esencial para el escritor, las notas para el músico, las fórmulas para el químico; las técnicas formativas son importantes para la danza. A través de este elemento, los bailarines adquieren y logran todo lo que anteriormente se mencionó: conocer, controlar y expresar a través del cuerpo. En ballet se les llama “escuelas”, como la rusa, cubana, inglesa, danesa; entre otras. Mientras que en la contemporánea, se puede hablar del *Graham*, *limón* y las nuevas técnicas somáticas, las cuales ejercitan mente y sentimientos a través del cuerpo.

Otro punto importante en la danza es el trabajo y la disciplina, cuando se ve una coreografía en un teatro, sólo se percibe la punta del iceberg del enorme trabajo que eso conlleva. La magia en el escenario suele durar cerca de 5 a 10 minutos, o una hora cuando es una obra completa; pero el trabajo que hay detrás es extenso, meses de ensayo para montar una sola coreografía, horas de sudor y dedicación para alcanzar movimientos perfectos. Todo se hace en equipo, bailarines, maestros, técnicos, vestuaristas, administrativos, escenógrafos e iluminadores.

---

<sup>17</sup> Duran Lin, La danza contemporánea en México, INBA, México, pp.16

La danza es un “Arte Efímero”, cada presentación es única. Existen obras dancísticas universales que forman parte del patrimonio cultural como “El cascanueces”, “La bella durmiente”, “Coppelia”, entre otros; aun así, nunca es la misma. En la danza no existe un código escrito para guardar las coreografías, no hay algo equivalente a las partituras en la música. Cada puesta en escena es única, llevan la esencia del director y la interpretación de los bailarines.

Aunque se trate del mismo espacio, bailarines, director, obra, temporada ó hasta el mismo público, cada puesta en escena es exclusiva, ocurre y se extingue. Se llega al arte, a la catarsis, o quizá, se queda como un evento más que no causó mayor revuelo. “El evento dancístico incorpora tal número de elementos, actitudes y situaciones, que aparece ante el espectador como como un fenómeno excepcional e irrepetible”<sup>18</sup>

Las experiencias dancísticas en el espectador son importantes, desde ellos, se puede completar el cometido: el arte. En el público ocurren varios planos de respuesta ante un espectáculo de danza, y tiene que ver con su capacidad de interpretación, mismo que le permite ver la obra como “objeto”, como conjunto de imágenes o una experiencia.

Influyen varios factores: sus actitudes, emociones, sensibilidad ante el espectáculo, grado de objetividad y subjetividad, tipo de cultura, grado de estudios, experiencias previas, conocimientos sobre danza y la razón por la que están ahí; tal vez para ver a un amigo o familiar, porque lo lleva alguien, porque lo mandaron de la escuela o por gusto, que sería lo ideal. Todos estos factores son importantes para que el asistente disfrute y entienda la obra.

Se ha hablado mucho de los componentes importantes de la danza, de sus características, del bailarín, el coreógrafo y hasta del público; pero no propiamente del concepto de danza. Antes de llegar a una definición concluyente, es importante mencionar las concepciones de los grandes exponentes de la danza universal:

---

<sup>18</sup> Ibídem pp.27

“Para Isadora Duncan “La Danza no es sólo transmisión de una técnica sino también de un impulso vital profundo”. Mientras que para Martha Graham “La danza es el lenguaje escondido del alma” para Doris Humphrey: “Hay momentos en los que la simple dignidad de un movimiento puede cumplir la función de un gran volumen de palabras” son definiciones tan metafóricas como la misma danza”<sup>19</sup>

Para la bailarina, crítica de danza y autora de varios libros, Nora Crespo, la danza es: “una expresión simbólica de la experiencia del cuerpo, una manifestación enraizada en la pre comprensión del mundo de la acción, pre comprensión en la que coinciden la interioridad y la exterioridad, la subjetividad y la objetividad”<sup>20</sup>

Por otro lado, Alberto Dallal, periodista, crítico e investigador, concibe a la danza como “demasiado humana, porque no sólo asume un valor simbólico y estético sino porque se vincula directamente a la existencia primordial -biológica y social- del ser humano.”<sup>21</sup>

Las definiciones de danza suelen ser metafóricas, la danza es un arte con esa característica. Otra definición podría sugerir que la danza es una serie de movimientos coordinados que llevan un ritmo, realizados por un humano o un grupo de ellos, regularmente están acompañados por música, y siguen ciertos cánones; es decir, se construye un lenguaje por medio de símbolos hechos de movimientos del cuerpo.

Este arte se encuentra cerca de la población, las fiestas y reuniones van de la mano con la música y el baile, aunque no se tenga la intención de hacer arte. Ir a un baile ha sido un rito social que sirve como cortejo y proyección ante la sociedad. La danza forja y surge de la cultura.

---

<sup>19</sup> About en español, “Citas célebres de bailarines famosos” [En línea] disponible en <http://baile.about.com/od/Bailarines-famosos/a/Citas-Celebres-De-Bailarines-Famosos.htm> (04/04/15) 18:16

<sup>20</sup> Crespo Nora, *“La danza, mirada en movimiento, 2003, México, Resistencia, 1era edición. pp. 27*

<sup>21</sup>Dallal Alberto, *La danza en México*, México, 1989, UNAM, 1a edición. pp.41

“La danza es una expresión artística, debido a que en ella se observa creación y expresión, además de la transmisión del mundo subjetivo que se objetiva en un producto. Constituye un lenguaje en donde el mensaje se transmite por medio de símbolos elaborados con el movimiento del cuerpo humano.”<sup>22</sup>

Cuando una danza se produce en alguna comunidad, región, pueblo, nación y manifiesta ciertos rasgos únicos con sus obras y elementos, se le llama género. Alberto Dallal propone cinco divisiones de la danza:

- 1.- Danzas autóctonas
- 2.- Danzas populares
  - a. Danzas populares folklóricas o regionales
  - b. Danzas populares urbanas
- 3.- Danza clásica (ballet)
- 4.- Danza Moderna
- 5.- Danza Contemporánea

Las dos primeras (autéctonas y populares) se refieren a las danzas que nacen en regiones específicas del mundo, todas con características específicas. Se puede incluir el folklor. En México el Jarabe tapatío, las huastecas, yaqui, mixteca, danzas prehispánicas y muchas otras. Cada una de ellas, con música e instrumentos concretos. Su lenguaje dancístico utiliza vestuarios que identifican la región a la que pertenecen.

---

<sup>22</sup> Sevilla, A. Danza, Cultura y Clases Sociales, Serie Investigación y documentación de las Artes, 2ª Época, INBA., 1990. pp. 59. [en línea] Disponible en:

<http://plasticas.dgenp.unam.mx/inicio/introduccion/clasificacion> 05/04/17 14:24

Otros ejemplos que entran en esta categoría son: la danza española, la árabe, el *butoh*, afro, tahitiano, irlandesa, etc. Es interminable la lista, es tan amplia como cada tradición y pueblo en el mundo.

Con respecto a las danzas urbanas, éstas refieren a las actuales, son más universales que las anteriores, pues pertenecen a una época globalizada donde los medios de comunicación hacen del mundo una “Aldea Global”. Aquí se puede categorizar al *hip-hop*, *break dance*, *electro dance*, y otras como la salsa, mambo, merengue, *swin*, rumba, chachachá.

Los últimos tres tipos: danza clásica, moderna y contemporánea, son los géneros más universales, se han venido desarrollando a lo largo de la historia y están pensadas como “danza teatral” o de concierto, la cual se considera arte. Tienen una estructura definida, una técnica. Se practica en salones especiales y se baila en teatros con coreografías que pueden llevar muchos meses de trabajo. De éstas surgen obras universales que se convierten en patrimonio cultural de la humanidad, tratan de retratar lo más sensible del humano y seguir cultivando su intelecto.

El ballet es, tal vez, el género con mayor popularidad dentro de la danza teatral, se caracteriza por su elegancia, estética, forma, y a pesar de su aparente delicadeza y fluidez, es estricto y requiere de mucha fuerza y concentración. Surgió a finales del siglo XV en la corte italiana, como la danza que se practicaba en los festines y banquetes. Después llegó a Francia donde adquirió otras características; Luis XIV se interesó por este género.

Desde entonces, el ballet se extendió por Europa utilizando vestuarios y escenarios más producidos. Con el paso de los años adquirió características como el uso de puntas, brazos, *allegros* (saltos). Surgieron las obras clásicas como *Coppelia*, *Giselle*, *El Lago de los Cisnes*, entre otros. Algunos países se interesaron más que otros, y crearon sus propias técnicas (escuelas). Uno de los ejemplos más claros es Rusia. Su técnica es de las más populares, con mayor presencia. A principios del siglo XX crearon sus ballets más

famosos: *Petruska*, *Sheherazade*, entre otros.

La danza clásica se extendió por el mundo, especialmente por el occidente, llegó a América poco después de la conquista. Cuba fue el país americano que más resaltó en esta disciplina. Creó su propia técnica con un tono latino, es decir, aprovechó las ventajas del cuerpo propio de la región, ya que es diferente al europeo. Actualmente se practica de manera profesional, es un género de tipo teatral y necesita de distintivos exclusivos.

Por otro lado, la danza moderna y la contemporánea tienen mucha similitud, pues la segunda es la evolución de la primera. Surgió como contrapeso de la danza clásica con el objetivo de tener plenitud de movimiento. Fue a principios de siglo XX con la reconocida bailarina estadounidense Isadora Duncan, quien se convirtió en una figura muy importante en la danza universal. Ella es considerada por muchos como la madre de la danza moderna.

Al paso de los años, la danza moderna fue adquiriendo otras características, surgieron otras técnicas con importantes exponentes como Martha Graham, José Limón, Doris Humphrey. Fue a mediados del siglo XX, cuando la evolución de la danza moderna dio paso a lo que hoy conocemos como danza contemporánea, que forma parte del nuevo movimiento artístico.

## México nació danzando

Se podría considerar que México es un país de danzantes, pues históricamente se conocen las danzas prehispánicas y hasta la fecha se siguen creando nuevos grupos dedicados a este arte. En este país se practican muchos los géneros dancísticos, desde el ballet, hawaiano, contemporáneo, jazz y qué decir de las danzas folklóricas y prehispánicas, propias de esta región.

La danza es estrechamente significativa en la cultura mexicana. Cada región, cada estado, tiene sus bailes tradicionales. Durante la primera década del siglo XX se hicieron esfuerzos por recuperar las danzas indígenas, regionales, y que ahora forman parte de la identidad mexicana.

La danza en México es tan antigua como su cultura, pero formalmente, la danza comenzó cuando se fundó la Escuela Nacional de Danza como dependencia del Departamento de Bellas Artes, de la Secretaría de Educación Pública, en el año 1932. A la cabeza estaba Carlos Orozco Romero y Carlos Mérida. Se enseñaba ballet clásico, danzas mexicanas y la nueva tendencia de danza moderna.

Años después, en 1937, pasó a manos de las hermanas Nellie y Gloria Campobello. En la “Escuela Nacional de las Campobello se buscaba el surgimiento de un ballet mexicano que, fundamentado en la danza clásica, remontaba a las costumbres, las leyendas, las formas dancísticas ancestrales, les otorgaba un impulso moderno y más teatral”<sup>23</sup>

En 1992 esta escuela cambió su nombre a “Escuela Nacional de Danza Nellie y Gloria Campobello” en honor a estas grandes figuras de la danza en México. Actualmente forma a profesionales de la danza con inclinación a la docencia y es la institución dancística más antigua de México. Ofrece danza contemporánea, folklórica y española.

---

<sup>23</sup>Dallal Alberto, *La danza en México en el siglo XX*, México, Conaculta, pp 59

Nellie y Gloria Campobello, originarias de Durango, fueron dos bailarinas, maestras y coreógrafas, pilares en la danza mexicana, mujeres fuertes, decididas y apasionada. Su primera aparición “fue el 14 de julio de 1927, en el entonces Teatro al Aire Libre de la Secretaría de Educación Pública.”<sup>24</sup> llamaron la atención para la creación de los futuros proyectos dancísticos del país. Su vida en la danza comenzó en los parques de los pueblos, en las calles y en estudios. Su danza se caracterizó por la incorporación de temas mexicanos a las técnicas y a los lenguajes dancísticos.

“En 1943, Nellie fundó, junto con su hermana Gloria, Martín Luis Guzmán y José Clemente Orozco, el Ballet de la Ciudad de México”<sup>25</sup> donde se produjeron grandes obras como: “Ballet de masas” “Alameda 1900” “Fuensanta” “Umbral”, entre otras. La mayoría se estrenaron en el Palacio de Bellas Artes.

Cuando la danza se formaliza en México, En Estados Unidos y en Europa estaba en auge la nueva tendencia: danza moderna, por lo que también fue incorporada a los proyectos dancísticos, principalmente con tres bailarinas estadounidenses: Dora Duby, Anna Sokolow y Waldeen.

Al fundarse la Escuela Nacional de Danza “además de la enseñanza de la modalidad clásica, se incluyó, por medio de Dora Duby, la enseñanza de la danza moderna, por lo tanto Dora Duby es una de las precursoras en México de las nuevas formas de danza, de espectáculo, de arte que se denominará, genéricamente, danza moderna.”<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Ibídem pp.60

<sup>25</sup> Sin autor, CONACULTA [en línea] disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/noticias/efemerides/9147-nellie-campobello-%C2%93una-mujer-entregada-a-su-arte%C2%94-que-dejo-un-valioso-legado-a-mexico.html> (17/04/16) 16:15

<sup>26</sup>Dallal Alberto, *La danza en México en el siglo XX*, México, Conaculta, pp.58

Anna Sokolow, bailarina y coreógrafa norteamericana, nacida en Connecticut, quien fue integrante de la compañía de Martha Graham, llegó a México en 1939 invitada por Carlos Mérida, director del departamento de Bellas Artes, para ofrecer conciertos con su compañía. Regresó al año siguiente y formó junto con alumnos de la Escuela Nacional de Danza el “Grupo Mexicano de Danzas Clásicas y Modernas” que dio grandes sorpresas con sus presentaciones en el Teatro Zorzuela, y posteriormente en el Palacio de Bellas Artes.

Meses después del éxito del Grupo Mexicano de Danzas Clásicas y Modernas, Sokolow, en colaboración con intelectuales españoles refugiados en México y artistas mexicanos, formó un grupo llamado “La paloma azul” una de sus obras más relevantes fue “El renacuajo paseador”, musicalizada por el reconocido compositor mexicano Silvestre Revueltas. Después de algunos años de trabajo “La paloma Azul” se diluyó por causas económicas y Sokolow regresó a Nueva York, pero dejó sus enseñanzas y aprendizajes, los cuales fueron de gran importancia sobre todo porque fue alumna de Martha Graham.

La bailarina Von Falkenstein, Waldeen, nacida en Texas, visitó México por primera vez en 1934 para ofrecer una temporada en el Teatro Hidalgo de la Ciudad de México con la compañía *MichioIto*. Después, en 1939, fue llamada por el gobierno mexicano para organizar una escuela de danza moderna y un año después dirigiría el “Ballet de Bellas Artes” hasta 1947. De este grupo salieron bailarines de la talla de Amalia Hernández. Waldeen incorporaba los temas revolucionarios en sus coreografías, tal vez su obra más sobresaliente fue “La Coronela” con música de Silvestre Revueltas, esta obra “abre brecha en las modalidades mexicanistas, incorporando a la técnica de la danza moderna los temas propios de la cultura del país”<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup>Dallal Alberto, La danza en México en el siglo XX, México, CONACULTA PP.68

Waldeen interesó a un grupo de bailarines mexicanos por la danza moderna, entre ellos a Guillermina Bravo y Ana Mérida. En sus montajes participaron destacados bailarines, músicos, pintores, escenógrafos, por lo que el trabajo era de gran calidad. “Los temas que manejó tenían que ver con la “revolución, la lucha de los campesinos, la recreación de las imágenes y los temas propios de la realidad política y social de México.”<sup>28</sup>

Waldeen se fue del país en 1946, pero regresó en varias ocasiones e incluso murió en Cuernavaca en 1993. Su legado siguió principalmente con sus alumnas Guillermina Bravo y Ana Mérida quienes fundaron “El Ballet de Waldeen” y un tiempo después fueron nombradas directoras de la recién creada Academia de la Danza Mexicana.

“En 1940 el Ballet de Bellas Artes, grupo de Waldeen, y la Paloma Azul, grupo de Anna Sokolow, descubren para el público mexicano la danza moderna. Sus notables efectos perduran frescos e irreprochables hasta 1960 (...) conformarán al Movimiento Mexicano de Danza Moderna”<sup>29</sup>

Es importante mencionar que en 1919 México tuvo la visita de Anna Pávlova, una de las más grandes bailarinas de Danza Clásica de esa época, incluso en tiempos modernos se sigue considerando como una de las mejores. Nació en San Petersburgo, Rusia. Visitó el país en el contexto de post-revolución; cuando todo el arte se inclinaba hacia este acontecimiento. La bailarina rusa vino a conocer la cultura mexicana e incluso bailó el jarabe tapatío muy a su manera, en puntas. Además “el fenómeno ocurría porque la tradición de la danza clásica, en México, a partir de la época colonial, indicaba situaciones escénicas menos "rígidas" o completas de las que la Pávlova, gran luminaria universal de la danza clásica, ofrecía al público del país”<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup>Op. Cit.

<sup>29</sup>Dallal Alberto, *Antecedentes de la Danza Contemporánea en México*, CONACULTA pp.20

<sup>30</sup> Dallal Alberto, *Anna Pávlova en México*, UNAM, [En línea] disponible en:

[http://www.analesiiie.unam.mx/pdf/60\\_163-178.pdf](http://www.analesiiie.unam.mx/pdf/60_163-178.pdf) 18/08/17 17:12

Con respecto a la educación. La Academia de la Danza Mexicana fue fundada a principios del año 1947, dirigida por Guillermina Bravo y Ana Mérida. “Funcionó como compañía de danza y taller coreográfico, y posteriormente se convirtió en un espacio de creación y producción artística que fue fundamental durante la llamada “Época de Oro” de la Danza Moderna Mexicana”<sup>31</sup>. Actualmente esta escuela es una institución educativa que forma a profesionales de la danza clásica, contemporánea y folklórica. Está ubicada en Coyoacán muy cerca del Centro Nacional de las Artes.

Miguel Covarrubias fue nombrado Jefe del Departamento de Danza de Bellas Artes en 1950. Benefició ampliamente este arte en el país, aumentó el presupuesto de la escuela, lo que permitió mejorar las instituciones y la realización de montajes. Invitó a nuestro país a reconocidas figuras de la danza: Doris Humphrey, Xavier Francis y José Limón, grandes exponentes de la danza moderna, quienes innovaron las formas de enseñanza y la preparación de bailarines. Miguel Covarrubias fue un personaje importante en la danza mexicana, su nombre lo lleva una de las salas del Centro Cultural Universitario de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México) la cual está dedicada a este arte.

No se puede hablar de la danza en México sin mencionar a Guillermina Bravo, nacida en Veracruz. Estudió danza clásica y moderna en la Escuela Nacional de Danza con Nellie Campobello, complementó su formación con la maestra Waldeen, formó parte del Ballet de Bellas Artes, estudió música en el Conservatorio Nacional. Como se ha mencionado, fue directora de la Academia de la Danza Mexicana que dejó en 1948 para formar junto con varios de sus compañeros, el Ballet Nacional de México, el cual ha sido uno de los grupos independientes de danza moderna más importantes del país.

---

<sup>31</sup> Sin Autor, Escuelas, INBA, [En línea] disponible en:  
<http://www.sgeia.bellasartes.gob.mx/index.php/menueducacionartistica/menuescuelas/adm>

En 1969 El Ballet Nacional de México de Guillermina Bravo puso en marcha el Seminario de Danza Contemporánea y Experimentación Coreográfica, colocándose como una de las principales escuelas de danza contemporánea en este país. La técnica que enseñaba era el Graham (Se abordará más adelante). Este grupo logró mantenerse en la línea de constante trabajo, a la par que otros grupos y compañías desaparecían. Realizó giras por Europa, la ex Unión Soviética y China. Este ballet tuvo infinidad de presentaciones y obras, entre las que se puede mencionar “Epicentro” “Preludios y Fugas” “Recuerdo a Zapata”. Esta compañía terminó sus actividades en el 2006, pero su legado y trayectoria la colocan como uno de los grupos de danza más sólidos en México y que vio nacer a grandes bailarines y coreógrafos.

En 1969 Guillermina Bravo “coadyuvó a instaurar los primeros cursos intensivos de danza contemporánea para estudiantes de la UNAM; más tarde fundó el Seminario de Danza Contemporánea y Experimentación Coreográfica (UNAM-Ballet Nacional). Contribuyó a la organización de la Facultad de Danza en la Universidad Veracruzana (1975) y fundó con el Ballet Nacional el Centro Nacional de Danza Contemporánea en Querétaro (1990-1991)”<sup>32</sup>

El trabajo de Guillermina Bravo estuvo repleto de talento, pues trabajó con destacados literatos, músicos, escenógrafos, compositores, maestros, entre los que se puede mencionar a Emilio Carballido, Mario Lavista y Carlos Monsiváis. Las premiaciones y reconocimiento a Guillermina Bravo, tanto nacional como internacionalmente, así como su trabajo, talento y trayectoria; la convierten en la bailarina, coreógrafa y maestra más importante de México y de las más destacadas del continente americano.

---

<sup>32</sup> Sin Autor, *Guillermina Bravo (1920-2013)*, Academia de Artes, [En línea] disponible en: <http://www.academiadeartes.org.mx/#!guillermina-bravo/c12kk> 12/02/17 20:30

“Sus obras fueron sucesivamente registradas y calificadas por reconocidos críticos de Europa y Estados Unidos. En 1979, el gobierno de México otorgó el Premio Nacional de Arte. También ha recibido los siguientes premios: Medalla de Oro y Trofeo del Festival Mundial del Folklore (Guadalajara, 1972); Medalla y Diploma Una vida en la danza (México, 1985); Premio INBA-Sinaloa (Culiacán, 1989); Premio del Gobierno del Estado de Veracruz (1989); Homenaje Nacional por parte del Instituto Nacional de Bellas Artes, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y la Universidad Nacional Autónoma de México de un año de duración en conmemoración de sus 75 años de vida; Doctorado Honoris Causa de la Universidad Veracruzana (1996); Homenaje de la Universidad Autónoma Metropolitana (2000).”<sup>33</sup>

Otro importante exponente de la danza en México es José Limón, bailarín, coreógrafo y maestro mexicano-estadounidense nacido en Sinaloa. Su estilo dancístico se convirtió en una técnica, la “Técnica Limón” siendo su legado más valioso que junto con la técnica Graham y el Realise, son las más recurridas para el entrenamiento de la danza contemporánea en México.

José Limón se dedicó a la danza dentro de una sociedad llena de prejuicios, en su juventud no era muy bien visto que un hombre se dedicara a la danza, se decía que atentaba contra la virilidad, es por lo que generalmente los grandes exponentes de la danza son mujeres. Es de valor inminente, reconocer a Limón, ya que trascendió este arte en esa época. Actualmente hay más hombres practicando y dejando un legado a la danza

---

<sup>33</sup>Dallal Alberto, Gullermina Bravo, Instituto de Investigaciones estéticas de la UNAM [En línea] Disponible en: <http://www.revistaimagenes.esteticas.unam.mx/node/49>

En 1915, José Limón, siendo niño, se trasladó a Estados Unidos e inició sus estudios de danza en 1929 en la escuela de Doris Humphrey y Charles Weidman. Al poco tiempo ingresó a la compañía de sus maestros. Después fundó la suya, siendo de las primeras dedicadas a este género en Estados Unidos y la primera en hacer gira el extranjero.

La danza de Limón se caracterizó por ser masculina, “el objetivo que perseguía Limón de redimir la danza masculina y regresarle su grandeza original estaba basado en su idea de aprender a bailar de manera digna para un hombre y con una infinita variedad y lo logró”, explica la investigadora Margarita Tortajada Quiroz en su ensayo José Limón y las masculinidades hegemónicas: La Pavana del Moro.”<sup>34</sup>

La danza en México se cuenta por medio de quienes hacen este arte, no se puede olvidar a Gloria Contreras, la madre de la danza en la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México). Su nombre completo es María del Carmen Gloria Contreras Röniger, fue una coreógrafa, bailarina mexicana, nacida en la Ciudad de México. Creó alrededor de 193 coreografías propias, 19 libros, dibujos, ensayos; instauró su propia metodología dancística.

Uno de los legados más importantes de Contreras es la “Contrología”. Entrenamiento para la preparación del bailarín, ejercicios que trabajan la postura y elasticidad del cuerpo, Gloria Contreras la creó. Su base es la técnica de “Pilates”. “consiste en una serie de ejercicios que se realizan en una u otra posición con el cuerpo reclinado o sentado; proporciona elasticidad, gracia y destreza naturales, características de los ejercicios practicados que con método, transmiten la forma de caminar, jugar, trabajar, descansar, etcétera.”<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Sin Autor, SEP-CONACULTA [En línea] Disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/noticias/efemerides/31653-jose-limon-aporto-para-la-danza-la-libertad-sobre-las-formas:-jaime-camarena.html> 24/02/17 12:35

<sup>35</sup> Sin Autor, [En línea] Disponible en: <http://www.tcnam.org/bienvenida.cfm?contenedor=3&opcion=4>

Gloria Contreras fundó el Taller Coreográfico de la UNAM (TCU) en 1970, del que fue directora hasta su muerte, su sede es la Sala Miguel Covarrubias del Centro Cultural Universitario. Ha presentado cerca de más de cien temporadas. Además tiene un Seminario en el que se imparten clases de danza clásica, contemporánea, coreografía y acondicionamiento.

Raúl Flores Canelo es otra gran figura de la danza en México, fue un bailarín, coreógrafo y escenógrafo mexicano. Nació en Coahuila en 1919. Comenzó sus estudios artísticos en Artes plásticas en Estados Unidos y en la Academia de San Carlos en la Ciudad de México. Años después, ingresó a la academia de la Danza Mexicana en donde contó con grandes maestros como Guillermina Bravo, José Limón, Ana Mérida entre otros.

Tal vez el legado más importante de Flores Canelo y que aún está vigente es la compañía Ballet Independiente, que fundó en 1966. En ésta participó como coreógrafo y bailarín, sus coreografías fueron muy vanguardistas, tenían gran creatividad y diseño gracias a su formación como artista plástico. Hoy en día su nombre lo lleva una de las salas del CNA, además, “CONACULTA otorga el premio Raúl Flores Canelo a maestros que se hayan distinguido por su aportación a la enseñanza dancística en México”.<sup>36</sup>

La institución más importante en la enseñanza de este arte es la Escuela Nacional de Danza Clásica y Contemporánea (ENDCC) del Centro Nacional de las Artes (CNA), junto a la ENAT (Escuela Nacional de Arte Teatral) y a la Escuela Superior de Música. Sus orígenes se remontan a 1977 cuando se fundó la Escuela Profesional de Danza Clásica, que se convirtió en Escuela Nacional de Danza Clásica.

---

<sup>36</sup>Sin Autor, CONACULTA [En línea] Disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/noticias/efemerides/18617-raul-flores-canelo-un-inquieto-admirador-de-lo-mexicano.html> 12/03/16

La Escuela Nacional de Danza Clásica se integró al desaparecido Sistema Nacional para la Enseñanza Profesional de la Danza (SNEPD) “el cual surgió bajo la idea de generar un modelo estructural y metodológico a seguir en las escuelas oficiales de danza de la República Mexicana y profesionalizar la danza como una actividad especializada.”<sup>37</sup>

El SNEPD estuvo integrado por tres escuelas: la Escuela Nacional de Danza Clásica, la Escuela Nacional de Danza Contemporánea y la Escuela Nacional de Danza Folklórica. Fue en 1994 con la Reforma Educativa y discusiones abiertas a todo el gremio de la danza que las Escuelas de Danza Clásica y de Danza Contemporánea reestructuraran sus planes, lo que llevó a unirlas y hacerlas una misma; hoy la conocemos como Escuela de Danza Clásica y Contemporánea (ENDCC). Aunque fue hasta el 2006 cuando se le dio el nivel de licenciatura a la formación en esta institución.

También hay que mencionar a la Escuela Superior de Música y Danza de Monterrey, su fundación fue en 1976 a cargo del expresidente López Portillo. Es una de las instituciones más importantes en la enseñanza del arte en México, forma a cerca de 700 alumnos con una plantilla de 120 maestros. Su reconocimiento es a nivel internacional

La Compañía Nacional de Danza es tal vez la más reconocida en nuestro país. Sus orígenes se encuentran en el Ballet Clásico de México que se fundó en 1963 por Celestino Gorostiza “al fusionar dos grupos independientes: Ballet Concierto, dirigido por Felipe Segura y el Ballet de Cámara, dirigido por Nellie Happee y Tulio de la Rosa”<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Sin Autor, INBA [En línea] Disponible en: <http://www.endcc.bellasartes.gob.mx/nuestra-esc/historia.html> 12/03/17

<sup>38</sup> Sin Autor, INBA [En línea] Disponible en: <http://www.companianacionaldedanza.bellasartes.gob.mx/2014-01-20-19-04-02/historia.html> 12/03/17

Fue hasta 1947 cuando el Ballet Clásico de México se pudo conformar como compañía. Cambió su nombre al actual, Compañía Nacional de Danza, que se instituyó por decreto presidencial el 2 de septiembre de 1977. Fue la base para la creación del SNEPD y por ende de las actuales escuelas de danza.

La compañía Nacional de Danza conserva la tradición de las obras clásicas y neoclásicas universales. También se enriquece con obras contemporáneas mexicanas e internacionales. Además, crea proyectos para estimular la creatividad y sensibilidad de niños y jóvenes a este arte. Actualmente cuenta con 38 bailarines, un *regisseur* y está bajo la dirección de Mario Galizzi.

A partir de la década de los 60's creció la cantidad de compañías de danza en México entre las que se puede mencionar a Ballet Independiente, Compañía Isabel Romero, Danza Drama, Danza Libre Universitaria, Contempodanza, El cuerpo Mutable, Mandinga, Núcleo Danza, Producciones Manga, Púrpura, entre muchas otras.

También creció la cantidad de escuelas que se dedican a la enseñanza de la danza en México, privadas y públicas, todas ellas forman a los futuros bailarines, maestros y coreógrafos que seguirán formando la historia de la danza en México. Los artistas que actualmente están revolucionando este arte en nuestro país son: Raúl Parrao, Laura Rocha, Marco Antonio de Silva, Francisco Illescas y por supuesto Cecilia Lugo.

## Danza Contemporánea: La estructura del desorden

La danza contemporánea surge como contrapeso de la danza clásica (*ballet*). Tiene más posibilidad de movimiento y mayor grado de abstracción, además suele no tener jerarquía en los bailarines.

“La danza contemporánea es una manifestación escénica que abarca a las otras artes y tiene una particular amplitud y flexibilidad; puede dar frutos inolvidables o insatisfactorios; es más, puede fracasar rotundamente. No existen recetas, pero sí limitaciones o principios:

- 1) Concebir una base estructural de interacciones dinámicas;
- 2) “Decir” únicamente con el lenguaje coreográfico y a partir de la dramaturgia de la danza;
- 3) Reflejar la cultura en que se está inserto;
- 4) Profundizar en los contenidos y las formas para ser verídico, para lograr comunicar nuestra verdad.”<sup>39</sup>

La danza moderna y la contemporánea suelen confundirse, pues tienen la misma raíz. La gran diferencia entre ellas es la convención en su temporalidad. “Hasta los años 50 danza moderna; a partir de la década de los 60 danza contemporánea”<sup>40</sup> que tienen que ver con los movimientos artísticos de esa época.

---

<sup>39</sup> Duran Lin, La danza contemporánea en México, INBA, México, pp.16

<sup>40</sup> *Ibidem* pp. 14

Los **antecedentes** de la danza contemporánea nacen con la moderna, con Isadora Duncan, considerada la madre de este género dancístico. Esta bailarina y coreógrafa nacida en San Francisco, California, estudió los movimientos naturales del cuerpo y consideraba que la danza debía ser más orgánica. La fluidez y la libertad eran característica de su danza, además investigó las emociones y su origen en el cuerpo “, concluyó que el manantial de su expresión surgía del plexo solar”<sup>41</sup>

Casi simultáneamente a Isadora Duncan, surgieron otros coreógrafos y bailarines con nuevas propuestas y nuevas técnicas, personalidades como Labab, Wigman, Humphrey y Graham, abrieron las puertas a este tipo de danza.

La danza moderna forma parte del “Arte Moderno”. Movimiento artístico que tuvo su momento de esplendor durante la primera mitad del siglo XX (1900 a 1950), y abarcó la mayor parte de las esferas artísticas: pintura, escultura, arquitectura y danza, algunos ejemplos de esta manifestación cultural se encuentran en el museo de Arte moderno de la Ciudad de México.

Después del llamado “Arte Moderno”, surgió el “Arte contemporáneo”, que se desarrolla a partir de la segunda mitad del siglo XX, y con mayor fuerza en la década de los 90. Hasta nuestros días, esta manifestación sigue dando muchas sorpresas. Se pueden encontrar ejemplos de este movimiento artístico en el Museo de Arte Contemporáneo de la UNAM (MUAC). Ahora, nos acercamos a otra etapa del arte: el “Posmodernismo” que se caracteriza por su gran conceptualización y abstracción, que se estudiará en su momento.

El trabajo de la danza contemporánea, se basan en la contracción-expansión, caída-recuperación, tensión-relajación, sucesión-oposición. El nacimiento de estos movimientos se da en el torso, siendo el abdomen es el que lleva gran parte del trabajo.

---

<sup>41</sup> *Ibidem* pp. 13

Una de las características principales de este tipo de danza, como lo es del resto del arte contemporáneo, es la abstracción de los conceptos. El **concepto** en la danza forma un “lenguaje coreográfico”, el cual “es el transmisor de ideas y acciones, dramáticas o formales que se convertirán en significados”<sup>42</sup>. El concepto en las coreografías de la danza contemporánea es muy importante. De él dependen los movimientos y los sentimientos a expresar por los intérpretes.

Es por ello que se dice que la danza contemporánea es conceptual. Requiere de una gran dote de creatividad, inteligencia, investigación y conocimientos sobre la cultura y sociedad porque rompe con los esquemas clásicos. El concepto puede incluir temas y hechos contemporáneos de relevancia histórica. Por ejemplo: La compañía de danza contemporánea “Barro Rojo” de la Ciudad de México tiene una coreografía que retoma el tema de Los 43 estudiantes de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa, que presuntamente fueron desaparecidos por el ejército mexicano en el año 2014.

La danza contemporánea es abstracta porque transforma al concepto en movimientos, pero no de manera literal como sucede en el ballet, por ejemplo en el Cascanueces la historia se desarrolla en una noche fría de navidad, son claros los papales de los bailarines. El contemporáneo ilustra las emociones, sentimientos, actitudes por medio del cuerpo.

Raúl Parrao, coreógrafo, bailarín y director del CEPRODAC (Centro de Producción de Danza Contemporánea del INBA), en entrevista abierta con Alberto Dallal, mencionó que para llegar al concepto de una coreografía es necesario hacer una investigación. Primero se debe tener una idea, algo de dónde partir, que puede ser desde un texto como un cuento, una novela o poema, hasta un simple objeto como una peluca o un vaso de agua. A partir de esta primera idea trabajará el ingenio y creatividad del coreógrafo junto con la investigación. Después se enfocará en los pasos, las frases, el conteo de movimientos.

---

<sup>42</sup> Crespo Nora, *La danza, mirada en movimiento*, 2003, México, resistencia, 1era edición pp. 31

“Otra característica fundamental en la danza contemporánea es la de construir y no solo “componer”, no únicamente buscar el equilibrio simétrico o asimétrico de los bailarines en el espacio, sino construir una totalidad significativa a través de la duración de la obra. Construcción en el tiempo y en el espacio”<sup>43</sup> Construcción de la coreografía.

Así, la **coreografía** de la danza contemporánea es conceptual y abstracta, puede tener varias funciones: persuadir, conmover, comunicar, narrar, imitar, imaginar, ocuparse de la condición humana, recurrir a algo específico de la cultura, referirse a un evento actual, hacer ficción, todo depende del coreógrafo y su intención.

Como sugiere la investigadora Patricia Cardona, el término coreografía podría situarse por dramaturgia dinámica: “Una serie de sucesos temáticos o abstractos entrelazados, alrededor de los cuales se define y condiciona el manejo del espacio, el tiempo, de desplazamiento de los cuerpos, las cualidades de la energía, la luz, el vestuario y la música”<sup>44</sup>. Hacer una coreografía es crear una atmósfera poética.

Es trabajo del coreógrafo, transmitir el concepto a los bailarines y hacer que lo expresen correctamente. El trabajo de los bailarines es aprenderse la coreografía y trabajarla, entender, interiorizar y abstraer el concepto para transmitirlo. Para esto, los bailarines deben saber **interpretar**, para ello es normal recurrir a herramientas teatrales.

Interpretar es la poética del cuerpo. Es resultado de una enseñanza y cada individuo la carga de su propia significación, lo puede hacer en diferentes niveles y depende de los conocimientos, capacidad de abstracción, historia de vida, emociones y transmisión de sentimientos. Así, cada bailarín aporta algo diferente a la coreografía; siendo ésta una visión subjetiva del coreógrafo a través de la interpretación subjetiva del intérprete.

---

<sup>43</sup> Op. Cit.

<sup>44</sup> Ibídem pp. 31

La interpretación es algo corporal y mental, algo que se comunica sin utilizar la palabra. Se trata de conectar la mente y el cuerpo para expresar un sentimiento. Se puede llegar a ello por diferentes vías, un recuerdo, la música, crear una situación, concentración o meditación para dar vida a una danza.

Cecilia Lugo, en entrevista abierta con Alberto Dallal, mencionó que sus bailarines le hacen un regalo cuando interpretan adecuadamente el concepto de su coreografía, ya que para que para algo así se debe trabajar mucho. Es algo que no se logra en un estreno, sino hasta después de muchas presentaciones, tal vez luego de cien, los bailarines entienden y transmiten, hacen arte.

Algo fundamental en la danza son los **recursos** de los que se vale: escenografía, iluminación, utensilios, vestuario, maquillaje, música, sonidos, palabras, textos y silencios, “estos recursos, junto a las acciones corporales, conforman la unidad composicional y significativa de la obra coreográfica y, por tanto la totalidad del fenómeno de la vivencia estética experimentada por el espectador.”<sup>45</sup>

En la danza contemporánea, estos recursos tienen mucha apertura, por ejemplo el vestuario diverge mucho del ballet, donde el *tutu*, mallas, zapatillas, son lo común. En la contemporánea éste puede ser el desnudo completo, sábanas, cientos de abrigos encima, un simple *short* o *bodypaint*, hay vestuarios de papel, plástico, todo depende de la creatividad y el concepto del director.

Por otro lado, la escenografía e iluminación en este género, pueden llevar recursos multimedia propios de la contemporaneidad: videos, pintura, sonidos urbanos, diapositivas y más. Los utensilios no necesariamente deben ser artículos bellos, puede ser una pistola, un cuchillo o un pato de hule, las posibilidades son muchas.

---

<sup>45</sup> *Ibidem* pp. 30

Estos recursos son de suma importancia en la danza y completan el discurso dancístico, comunican tanto como el bailarín y suelen ser parte fundamental en el éxito o fracaso de la coreografía.

Otro factor importante en la danza, es el **entrenamiento**. Los bailarines forman y deforman su cuerpo, no pueden dejar de prepararse. Es un arte muy celoso, hay que ser constante: Hacer ejercicio, estirarse, sudar todos los días. Dejarlo de hacer por un tiempo podría significar la pérdida de una cualidad.

Cecilia Lugo hace la analogía de hacer danza con ser monja. Es como un monasterio, en donde sólo se puede bailar, en donde hay que entregarse al cien por ciento para sobresalir, no se puede hacer otra cosa.

Para entrenarse en la danza contemporánea existen diferentes **técnicas**. Una de éstas es la desarrollada por la bailarina y coreógrafa estadounidense Martha Graham, su base es la contracción-expansión. Todos los movimientos nacen del plexo solar teniendo como eje las caderas y los hombros.

El *Graham* es muy reconocido por las pequeñas y profundas contracciones, éstas nacen en la pelvis, de ellas se explota al *highrelease*, que es un movimiento liberador, que lleva al cuerpo hacia arriba, al máximo, es una liberación de energía. Cada movimiento debe estar acompañado con la respiración, la cual es inmensamente importante.

Algunos ejercicios que se hacen en el suelo son: lanzados, contracciones, estiramientos etc. Los movimientos evolucionan hasta llegar al centro, de pie, y después diagonales, desplazamientos, donde se utilizan saltos, triples, *prancing*, espirales etc.

El bailarín, maestro y coreógrafo José Limón, desarrolló su propia técnica, que junto con el Graham es de las más practicadas en México, su base es la caída-recuperación, sucesión-oposición, a diferencia de otras, no tiene movimientos fijos, sino tiene maneras de llegar a los movimientos. Al ser una técnica desarrollada por un hombre, resalta la masculinidad, es importante para el entrenamiento de los varones.

Por otro lado la técnica *Release* tiene como base lo orgánico del cuerpo. Cada movimiento nace de otro, todo es ligado y hasta improvisado; con este entrenamiento, se logra fluidez utilizando las posibilidades naturales del cuerpo. La mayor parte de este entrenamiento se realiza en el suelo.

Muchos coreógrafos y maestros de danza contemporánea, consideran importante el *ballet* como forma de entrenamiento. Es el antecesor de algunas técnicas como el *Graham*. La danza clásica requiere de gran fuerza y elasticidad, la colocación del cuerpo para las posturas es de suma importancia, al igual que las anteriores requiere de un trabajo mental y de concentración muy fuerte.

La improvisación no es una técnica como tal, es un entrenamiento mental, más que físico, es también recurrido para este género dancístico. Proporciona herramientas para la interpretación muy útiles en el escenario. La danza contemporánea al ser abstracta y conceptual, necesita de este recurso, pues algunos coreógrafos sólo proporcionan a los bailarines la idea, el concepto, una situación o sentencia, y de ellos dependen los movimientos, es decir la creación.

La danza contemporánea es variable, evoluciona a cada momento, no existe un concepto ideal y universal que pueda definirla. No es convencional, tiene temas, estilos, formas no clásicas. Representa la apreciación subjetiva de la realidad de una persona, o trata de significar una cultura, una época o un problema social.

“La danza contemporánea podrá cambiar de nombre con el tiempo como lo hizo la danza moderna durante la segunda mitad del siglo XX esta denominación es aceptada en todos los medios dancísticos del mundo. Aun así cambiará de nombre, la ética y la estética que caracterizan a esta corriente, seguirán manifestándose en la danza del futuro, porque es un arte que toca lo más íntimo del género humano.”<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> *Ibidem* pp.16

## **Capítulo 2: Cía. Danza Capital, la maravilla por descubrir**

### **¿Quién es?**

“Danza Capital”, bajo la dirección de la coreógrafa Cecilia Lugo, es una compañía de danza que nace en la Ciudad de México como una iniciativa de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México dentro de un programa que privilegia el desarrollo de la cultura en general y de la danza en particular dentro de los ámbitos sociales y culturales de nuestra ciudad capital.

Esta compañía de Danza Contemporánea representa un espacio de experimentación dancística que se abre como opción de profesionalización para una nueva generación de estudiantes que se han preparado en escuelas especializadas de danza y en particular, la Escuela de Danza Contemporánea del Centro Cultural OllinYoliztli.

El perfil del trabajo creativo integra jóvenes e innovadoras propuestas dancísticas de coreógrafos emergentes con obras maduras de probada solidez artística. Cecilia Lugo ha realizado una labor dentro de la danza nacional, que se ha caracterizado por el alto nivel técnico y creativo de sus producciones, así como por una propuesta escénica que se renueva constantemente, la cual impregna con un sello propio el trabajo de este equipo, creando una poética original y seductora. La sede de la Compañía es el Centro Cultural OllinYoliztli.”

Anteriormente llevaba el nombre de “Joven Danza Capital” y no estaba reconocida como una compañía, ni tenía muchas actividades, fue en el primer semestre del 2014 (mediados del 2013) cuando se hace una reestructuración a este grupo, se le da la categoría de compañía y se hizo la invitación a la Mtra. Cecilia Lugo para dirigirla. Su nombre cambió a “Danza Capital”.

**Percepción deseada:** Compañía de danza contemporánea con jóvenes bailarines y propuestas novedosas de alta calidad coreográfica. Aporta de manera significativa a la danza en México. Es una buena opción de entretenimiento para un fin de semana. El público está al pendiente de las próximas presentaciones para recomendarlas y asistir.

### **¿Cómo es?**

Danza Capital es joven extrovertida, libre, amorosa, aventurera, virtuosa. Creadora de excelentes coreografías. Lleva el nombre de su directora, Cecilia Lugo, quien es muy reconocida en el mundo de la danza en México.

## **Análisis de marca: FODA**

El análisis FODA es una herramienta que se utiliza para el análisis interno y externo de una empresa, marca u organismo, incluso de personas. Se utiliza para desarrollar planes y estrategias que tomen en cuenta las fortalezas y oportunidades de la empresa para disminuir y tomar en cuenta las debilidades y amenazas. Sus siglas significan:

**F = Fortalezas:** Se refiere a los factores que la empresa u organismo tienen a su favor, ya sean activos (terrenos, inmuebles), imagen favorable o reconocida, recursos humanos y todos los factores que estén bajo su control.

**O = Oportunidades:** “Son aquellas circunstancias del entorno que son potencialmente favorables para la organización y pueden ser cambios o tendencias que se detectan y que pueden ser utilizados ventajosamente para alcanzar o superar los objetivos”<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>  
pág. 44

D = Debilidades: Son elementos internos de la empresa que son deficientes, vulnerables o carencia de algo que pone en riesgo la integridad de la misma.

A = Amenazas: Son los factores externos que la empresa no tiene bajo control, tales como el contexto social, económico y político del país y que pueden dañar su imagen, ingresos, capital.

#### Fortalezas

- Compañía apoyada por organismos gubernamentales.
- Está integrada por jóvenes creadores.
- La directora artística, Cecilia Lugo, es una bailarina y coreógrafa muy reconocida en la danza contemporánea mexicana.
- Su logotipo y nombre son adecuados.
- Tiene un lugar adecuado, especial y fijo para ensayos, el cual no requiere de una renta
- Está conformada por bailarines profesionales.
- Cuenta con vestuarios, escenografías y un lugar fijo para ensayos.

#### Oportunidades

- Crecer como compañía fuera del Centro Cultural Ollin Yoliztli y la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México
- Buscar más espacios para presentaciones.
- Encontrar apoyo de más organizaciones o personas.
- Creación de nuevas coreografías.

## Debilidades

- No tiene definida su identidad corporativa.
- No ha tenido campañas de lanzamiento o posicionamiento.
- Su publicidad se limita a la que hace el Centro Cultural Ollin Yolizti y la Secretaría de Cultura.
- No cuenta con un presupuesto para publicidad.

## Amenazas

- Una academia de artes lleva el mismo nombre.
- Como se vio anteriormente, según la ENCCUM (Encuesta Nacional de Consumo Cultural en México) el consumo cultural en este país no es el adecuado.
- La población no conoce o se interesa por el arte contemporáneo en general.

El análisis FODA sirve para el posicionamiento de una empresa que de acuerdo con Al Ries y Jack Trout en su libro *La guerra del marketing* para lograr tal objetivo se debe “buscar los puntos débiles en las posiciones de sus competidores y después atacar esos puntos mercadológicamente”<sup>48</sup> Es decir, encontrar un área o nicho de mercado no explorado y posicionarse en él.

Pero el posicionamiento va más allá, los mismos autores mencionan la importancia de dominar la mente del consumidor, es ahí donde libra la verdadera batalla. “El posicionamiento comienza con un producto, esto es, una mercancía, un servicio, una compañía (...) sin embargo, el posicionamiento es lo que hace la mente del cliente prospecto, es decir, cómo posiciona el producto en la mente de éste. (...). Es la primera serie de pensamientos que abordan los problemas que apenas alcanzamos a escuchar en una sociedad sobrecomunicada como la nuestra.”<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Al Ries y Jack Trout, *La Guerra del Marketing*, México, 2006, ed McGraw-Hill International pp. 5

<sup>49</sup> Al ries y Trout, *Posicionamiento: la batalla por su mente*, México, 2005, ed McGraw-Hill, pp. 3

## Marketing Mix: Las 4 P's

Las 4 p's, mezcla de mercadotecnia o marketing mix, es una herramienta para tener una visión clara de los aspectos importantes de un negocio, es la combinación de las cuatro variables de la empresa:

- a) **Producto:** Es el elemento más importante para una empresa o negocio, también puede referirse a un servicio, es el lo que se ofrece al público.
- b) **Precio:** Es el importe monetario del producto.
- c) **Plaza:** Se refiere al lugar donde se oferta el producto o servicio, canales de distribución, cobertura, ubicación.
- d) **Promoción:** Tiene que ver con los esfuerzos de publicidad que hace la empresa para dar a conocer su producto o servicio.

La mezcla de mercadotecnia para Danza Capital es la siguiente:

### 1) **Productos / servicios ofrecidos**

Su producto es un programa de coreografías de alta calidad. Su programa actual se llama: "Tango, Danzones y Amores" incluye dos coreografías de su directora: Cecilia Lugo, una del Mtro. Mauricio Nava y otra de la Mtra Elisa Rodríguez.

Danza Capital satisface la necesidad de entretenimiento, que según la teoría de la "Pirámide de Maslow" está en el tercer escalón dentro de las necesidades humanas que tiene que ver con los aspectos sociales y de relaciones interpersonales. También satisface la necesidad de pertenencia y amor.



Tomado de: <https://www.psvciencia.com/la-piramide-de-maslow-al-microscopio/>

Esta teoría formulada por el psicólogo estadounidense Abraham Maslow es una jerarquía de las necesidades y motivaciones humanas. “Maslow fue un psicólogo (1908-1970) y, según él mismo lo declaró en *Toward a Psychology of Being* su información proviene de “12 años de trabajo sicoterapéutico e investigación y 20 años de estudio de la personalidad. Por tanto, su teoría se vio fuertemente influida por la observación privilegiada, por parte suya y de sus colegas terapeutas, de los impulsos, las dudas y los sufrimientos humanos.”<sup>50</sup>

Maslow expone que los seres humanos tenemos prioridades a la hora de satisfacer necesidades, en primer término, el humano debe satisfacer sus necesidades fisiológicas como la alimentación y la respiración y conforme suben los escalones de la pirámide baja la prioridad, en el último peldaño está la autorealización que se llega cuando el individuo ha llegado a su máximo potencial y ha satisfecho sus necesidades básicas, en este nivel se desarrolla la creatividad, optimismo, facilidad para solucionar problemas etc.

<sup>50</sup> Sin Autor, Capítulo 3. Maslow: Teoría de las necesidades básicas y de la esencia humana, disponible en: <http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%C3%ADtulo%203.%20Maslow.pdf> 24/08/17 20:32

El servicio que ofrece Danza Capital es objetivamente su programa:

PROGRAMA

**1.- "Por favor" (Estreno)**

**Coreografía:** Mauricio Nava

**Música:** Danzones mexicanos

**Intérpretes:** Alberto González, Aileen Kent, Acilrac Morales, Francisco Nava, Ulises Pérez, Patricia Rivera, Laura Robles, Carmen Ruíz, Erik Zaragoza.

**Diseño y realización de vestuario:** Joel Ruiz

**Diseño de Iluminación:** Jesica Elizondo

**Sinopsis:** ¿Quieres hacer, aunque no quieran que hagas? ¿Quieres decir, aunque no quieren que digas? ¿Quieres estar aunque no quieran que estés? Entonces eres INVASIVO.

**2.- "Cuando se acaba el humor, se acaba el amor". (Estreno)**

¡Venga a esta fiesta! ¡No se la pierda!

No sucede muy a menudo.

¡Venga, venga vestida de fiesta por dentro y por fuera! Que usted vale la pena.

¡Venga, tal cual es, por dentro y por fuera! Que usted vale vida.

Margarita Pisano

**Coreografía:** Elisa Rodríguez

**Música:** J. Campodónico, Pedro de Urdimalas y Manuel Esperón, Francisco Canaro, Tin

Tan, Philippe Aubrey, Meredith Monk.

**Intérpretes:** Alberto González, Acilrac Morales, Laura Murillo, Ulises Pérez, Patricia Rivera.

**Diseño y realización de vestuario:** Joel Ruiz

**Diseño de Iluminación:** Jesica Elizondo

**Sinopsis:**

Espacios sagrados que se desnudan, se señalan y se desarman, así es esta “buena vida” que nos con-vida.

Por eso, algunas no volvieron, pues el miedo pudo más que esa sospecha de libertad.

..."Hay historias que cuesta tanto contarlas, que se quedan en el silencio, atropellándote.

Hay historias que como esqueletos nos sostienen.

Hay historias que se te instalan entremedio y se ocultan en La Historia..."

Margarita Pisano

**3.- “Nicolás” (Estreno 1996) Adaptación de la obra original**

**Coreografía:** Cecilia Lugo

**Música:** Arturo Márquez

**Intérpretes:** Alberto González, Acilrac Morales, Ulises Pérez, Erik Zaragoza.

**Diseño y realización de vestuario:** Joel Ruiz

**Diseño de Iluminación:** Jesica Elizondo

**Sinopsis:** Metáfora que simboliza la lucha de poder de cuatro personajes que, entre

cálidas notas de un danzón, se enfrentan entre sí, como si en ésta acción defendieran su vida, su pasión, y su fe.

**4.-“Danzas de la Media Luna” (Estreno)**

**Coreografía:** Cecilia Lugo

**Música:** Georges Gurdjieff, Adam Hurst, Arturo Márquez y Eugenio Tussaint

**Diseño sonoro:** Joaquín López Chas

**Diseño y realización de vestuario:** Joel Ruiz

**Intérpretes:** Alberto González, Aileen Kent, Acilrac Morales, Francisco Nava, Ulises Pérez, Patricia Rivera, Laura Robles, Carmen Ruíz, Erik Zaragoza.

**Diseño y realización de vestuario:** Joel Ruiz

**Diseño de Iluminación:** Jesica Elizondo

**2) Precio**

Regularmente sus presentaciones no tienen precio, pues es un programa por iniciativa de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México para que la danza esté al alcance de todos los capitalinos, por lo que a los bailarines, coreógrafos y equipo de trabajo es pagado por dicha institución.

Las únicas ocasiones que se cobra la entrada con en los estrenos de programa que se realizan en el Teatro de la Ciudad “Esperanza Iris”, el precio regular es de: \$ 132.00, con sus respectivos descuentos para estudiantes, profesores y personas de la tercera edad.

### **3) Plaza**

Su sede es el Centro Cultural Ollin Yoliztli (Anillo Periférico Sur 5141, Tlalpan, Isidro Fabela, 14030 Ciudad de México, D.F). Su alcance es la Ciudad de México, es una compañía respaldada por la Secretaría de Cultura del Distrito Federal por lo que su principal público es el de dicha entidad.

Sus presentaciones se realizan en diferentes espacios de la Ciudad, por ejemplo, el programa “Tango Danzones y Amores” lo han llevado al Teatro de la Ciudad “Esperanza Iris”, Museo José Luis Cuevas, Palacio del Arzobispado, Museo de Culturas Populares de Coyoacán, Faro Oriente, Salón principal de Danza de la UNAM, Plaza Roja de la UAM Xochimilco, diferentes delegaciones y en el Centro Cultural Ollin Yoliztli.

### **4) Promoción**

Danza Capital que, aunque lleva varios años de trabajo, no ha tenido una campaña de lanzamiento, branding o posicionamiento, sólo ha hecho publicidad de sus presentaciones a través de plataformas digitales como: “Twitter” “Facebook” e “Instagram” en sus cuentas propias y en cuentas del Centro Cultural Ollin Yoliztli” y de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México

También se llegan a hacer estrategias de Relaciones Públicas por medio de boletines de prensa que saca de la Secretaría de Cultura y en programas de radio y televisión del gobierno del D.F como capital 21 y radio “Código DF”.

Su publicidad no tiene una estrategia definida, un concepto creativo o un racional de medios.

## **Público Objetivo:**

El público objetivo deseado para Danza Capital es: hombres y mujeres de 20 a 40 años del nivel socioeconómico C y C+; habitantes del Distrito Federal, especialmente de las delegaciones del sur y centro como: Tlalpan, Coyoacán, Xochimilco, Magdalena Contreras, Álvaro Obregón, Benito Juárez, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo.

Personas que tengan algún interés por el arte, no importa si es pintura, teatro o música, pues al interesarse por alguna de ellas sabrán disfrutar de una coreografía de danza contemporánea. Personas que gusten de visitar museos los fines de semana, ir a una obra de teatro por las tardes y disfrutar del cine entre semana, así tendrán una opción más: danza.

Hombres y mujeres sensibles a los espectáculos culturales, aquellos quienes se enamoren de los personajes de una novela o película. Que sepan apreciar un performance en la calle sin molestarse y que no se aburran en una obra de teatro. Personas que busquen expresiones artísticas nuevas, diferentes.

La personalidad de la compañía es jovial, por lo que su público debe inclinarse por la juventud, no necesariamente con respecto a la edad, sino a las actitudes, gente que le guste salir por las noches, divertirse, rodearse de ambientes alegres, libres.

Danza Capital ofrece danza contemporánea, que forma parte de este movimiento artístico contemporáneo, el cual se caracteriza por la abstracción de conceptos, a veces poco entendibles, en el cual pueden tener elementos transgresores de la norma, romper reglas sociales, ser extraños por ejemplo: la coreografía “Cuando se acaba el humor, se acaba el amor” del programa “Tangos, danzones y amores” de esta compañía, hay besos entre dos mujeres, un hombre usa tacones y tiene varios elementos de este tipo, por lo que el público debe estar familiarizado y abierto a estos temas, no debe tener tabús y aceptar la diversidad.

# Capítulo 3: Encontrar el Amor

## Campaña:

Campaña publicitaria: “Campaña es un término de origen bélico que designa actividades militares ininterrumpidas. La voz fue adoptada por la industria de la publicidad con el significado de un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionadas, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. Es un sistema de comunicación que coordina una serie de esfuerzos encaminados a obtener un resultado”<sup>51</sup> Es un conjunto de estrategias publicitarias y de marketing encaminadas a satisfacer un objetivo, que puede ser el incremento de ingresos, posicionamiento de una marca, venta de un producto.

### 3.1 Delimitación del Público Objetivo:

Público objetivo: indica a qué tipo de personas dirigiremos la campaña, incluye rasgos económicos, geográficos, demográficos, psicológicos y de conducta. Además pueden incluir características muy particulares de personalidad y de estilos de compra o nichos de mercado.

El público objetivo deseado para Danza Capital es: hombres y mujeres de 20 a 40 años del nivel socioeconómico C y C+; habitantes de la Ciudad de México, especialmente de las delegaciones del sur y centro como: Tlalpan, Coyoacán, Xochimilco, Magdalena Contreras, Álvaro Obregón, Benito Juárez, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo.

---

<sup>51</sup> Fonseca Socorro, *Diseño de campañas persuasivas* México, 2002, 1a edición, Pearson education.

Personas que tengan algún interés por el arte, no importa si es pintura, teatro o música, pues al interesarse por alguna de ellas sabrán disfrutar de una coreografía de danza contemporánea. Personas que gusten de visitar museos los fines de semana, ir a una obra de teatro por las tardes y disfrutar del cine entre semana, así tendrán una opción más: danza.

Hombres y mujeres sensibles a los espectáculos culturales, aquellos quienes se enamoren de los personajes de una novela o película. Que sepan apreciar un performance en la calle sin molestarse y que no se aburran en una obra de teatro; personas que busquen expresiones artísticas nuevas, diferentes.

La personalidad de la compañía es jovial, por lo que su público debe inclinarse por la juventud, no necesariamente con respecto a la edad, sino a las actitudes, gente que le guste salir por las noches, divertirse, rodearse de ambientes alegres, libres.

Danza Capital ofrece danza contemporánea, que forma parte de este movimiento artístico contemporáneo, el cual se caracteriza por la abstracción de conceptos, a veces poco entendibles, en el cual pueden tener elementos transgresores de la norma, romper reglas sociales, ser extraños por ejemplo: la coreografía “Cuando se acaba el humor, se acaba el amor” del programa “Tangos, danzones y amores” de esta compañía, hay besos entre dos mujeres, un hombre usa tacones y tiene varios elementos de este tipo, por lo que el público debe estar familiarizado y abierto a estos temas, no debe tener tabús y aceptar la diversidad.

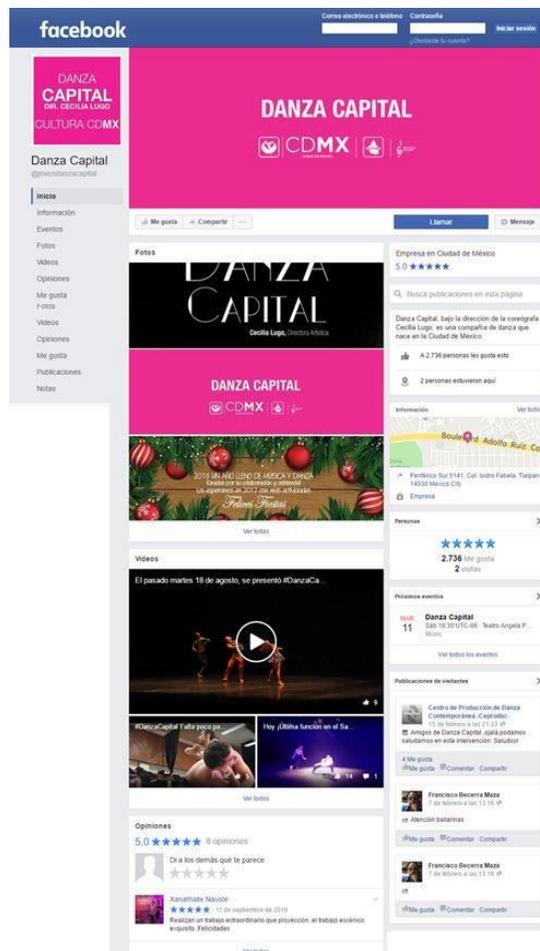
En relación con rasgos de carácter y personalidad el público objetivo está compuesto por personas encantadoras, manipuladoras, seductoras; despliegan encanto y dulzura; Se caracterizan por su sensualidad y un cuerpo flexible y atractivo, interesadas por la belleza. Además son personas expresivas, absorbentes y aferradas; tratan de llamar la atención; se caracterizan por ser ruidosas, emotivas y muy sensibles. Tienen la capacidad de ampliar pequeñas sensaciones o sentimientos y para ellos el cuerpo tiene que ser pleno y atractivo.

## Antecedentes publicitarios

Danza Capital maneja su publicidad principalmente en dos canales: Internet y Relaciones Públicas.

Internet: De manera *On Line* Danza Capital tiene una *fanpage* y un perfil de *twitter*, mismos que son apoyadas por las redes sociales del Centro Cultural Ollin Yoliztli y de la Secretaría de Cultura. En dichos perfiles se publican carteles (*flyers*) que anuncian las próximas presentaciones de la compañía.

En su perfil de Facebook cuentan con cerca de 3,000 *likes*.



Las publicaciones en su *Fanpage* anuncian principalmente sus presentaciones, tienen un tono cordial - institucional, mencionan el día, lugar y hora de la presentación y adjuntan el cartel correspondiente. No hacen publicaciones que tienen que ver con la personalidad de marca.

Como la mayor parte de sus presentaciones son entrada libre no necesitan hacer estrategias de promoción o dinámicas, sólo cuando estrenan programa en el teatro de la Ciudad, regalan boletos, pues la entrada es con costo.

Más antiguamente existen publicaciones sobre datos curiosos de la danza; felicitando por el Día Internacional de la Danza, el natalicio de la Mtra. Martha Graham y frases célebres de reconocidos coreógrafos o bailarines.

Se observan algunas publicaciones en vivo cuando la compañía hace una presentación, por ejemplo:



Por otro lado su cuenta de Twitter está casi abandonada cuenta con menos de 100 seguidores y sus tweets son muy pocos, la mayoría son retweet. Algunos de sus carteles son los siguientes:



Cartel anunciando el programa “Tango, Danzones y Amores” para el 17 de octubre de 2015 en el Museo de Arte de la SHCP.

ESCENARIOSvivos  
en tu ciudad Presenta:



CENTRO CULTURAL  
OLLIN YOLIZTLI

# DANZA CAPITAL

CECILIA LUGO,  
DIRECTORA ARTÍSTICA

**MUSEO JOSÉ LUIS CUEVAS**  
Academia 13, Centro Histórico, Cuauhtémoc, C.P. 06060, Ciudad de México

SÁBADOS 5, 12, 19 Y 26, SEPTIEMBRE DE 2015  
13:30 horas  
Entrada Libre

Cartel anunciando el programa “Tango, Danzones y Amores” para los sábados de septiembre del 2015 en el Museo José Luis Cuevas

Mayores Informes: Tels. 5606 8191 y 5606 0016 ext. 127  
www.cultura.df.gob.mx | centro cultural ollin yoliztli | @ollinyoliztli | CentroCulturalOllinYoliztli

CapitalSocial



ESCENARIOSvivos Presenta:

# DANZA CAPITAL

Cecilia Lugo, Directora Artística



Domingo 30 de agosto de 2015  
13:00 horas

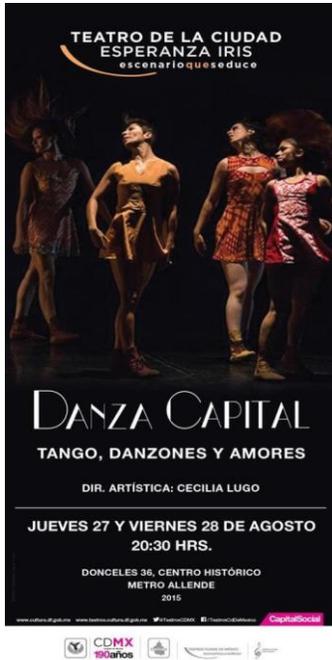
Museo Nacional de  
Culturas Populares  
(Av. Hidalgo No. 289, Col. del Carmen,  
Coyoacán, Ciudad de México)  
Entrada Libre

Cartel anunciando el programa “Tango, Danzones y Amores” para los sábados de septiembre del 2015 en el Museo José Luis Cuevas

www.cultura.df.gob.mx | CentroCulturalOllinYoliztli | @ollinyoliztli | CentroCulturalOllinYoliztli

CapitalSocial





Cartel utilizado para el estreno del programa "Tango, Danzones y Amores" en el Teatro de la Ciudad el 27 y 28 de agosto 2015.

Además, la Secretaría de Cultura lanza boletines de prensa cuando Danza Capital tendrá presentaciones, los cuales no tienen medida de su alcance. Se lanzan electrónicamente a través de la página oficial de la dependencia y sus redes sociales, algunos sitios enfocados en cultura lo replican.



**COMUNICADO DE PRENSA**  
SECRETARÍA DE CULTURA  
DIRECCIÓN DE DIVULGACIÓN CULTURAL

Ciudad de México, 8 de Septiembre de 2015

Lleva Danza Capital su talento al Museo José Luis Cuevas durante septiembre

- La compañía de la Escuela de Danza Contemporánea del Centro Cultural Ollin Yoliztli ofrece *Tango, Danzones y Amores* todos los sábados a las 13:30 horas
- La agrupación dancística, dirigida por la coreógrafa Cecilia Lugo, se presenta en el marco del Programa Escenarios Vivos en tu Ciudad
- Los bailarines Mauricio Nava, Elisa Rodríguez, además de Cecilia Lugo, tienen el reto de

## Estrategia Creativa

La estrategia creativa es el plan de acción para difundir el mensaje publicitario de cada una de las piezas que conforman la campaña publicitaria. Para desarrollarla es imprescindible contar con objetivos claros y precisos:

El objetivo “Subraya lo que la campaña publicitaria debe conseguir exactamente. Podría tratarse de promover un incremento en las ventas o en la conciencia de marca, educar o informar sobre algo, provocar un cambio emocional o de actitud, aumentar la participación, las solicitudes de compra o, simplemente, generar interés. Sean cuales sean los objetivos, es importante expresarlos con claridad de forma que todo el mundo comprenda perfectamente lo que se persigue”<sup>52</sup>

Los objetivos que se perseguirán en esta campaña publicitaria para Danza Capital son los siguientes:

### 1.- Objetivos:

Objetivo publicitario: Posicionar a la compañía Danza Capital en la Ciudad de México como una compañía reconocida por su oferta cultural innovadora.

Objetivo de comunicación: Colocar a la compañía Danza Capital como una compañía reconocida en la Ciudad de México, innovadora en su contenido y bajo la dirección de una de las coreógrafas más reconocidas del país.

---

<sup>52</sup> Burtenshaw *Principios de Publicidad* ed Gustavo Gil Barcelona 2007 pp.90

## **2.- Concepto creativo:**

El concepto creativo es “La idea, realizada, que expresa cabalmente el concepto del producto o del servicio con sus cualidades y ventajas”<sup>53</sup> Es la idea de la cual se parte para la realización de toda la campaña y la información que se transmitirá al público. Debe estar acorde con la personalidad de la marca y toda su filosofía corporativa, pues el concepto creativo le dará la imagen a la campaña y por ende a la marca.

Para la realización de un concepto creativo se debe tomar en cuenta al público objetivo. Para Danza Capital son personas con personalidad jovial, alegres, sensuales, que les guste salir a divertirse y estén en búsqueda de nuevas formas de entretenimiento. Así que el concepto creativo elegido es:

**LA DANZA ES VIDA, LIBERTAD Y AMOR.**

## **3.- Tono:**

“El tono se refiere al carácter que debe proyectar un anuncio, que puede ser, por ejemplo, humorístico, desenfadado, divertido, serio, autoritario, seguro o entendido. Por supuesto, hay muchos posibles tonos que permiten enfatizar determinado aspecto de la marca o provocan una conexión con el consumidor”<sup>54</sup>

Tono: **ALEGRE**

---

<sup>53</sup> Raúl Beltran, *Creatividad publicitaria*, México, 2010, Trillas pp. 82

<sup>54</sup> *Ibidem* pp. 93

#### **4.- Insight:**

El término insight abordado desde Mónica Casabaya y Borja Martín en su libro *Fuzzy Marketing* es “una motivación del consumidor que lo moviliza de manera arrebatadora porque forma parte de él. Nuestros miedos, nuestros anhelos, nuestras ilusiones se cuelan sin darnos cuenta en nuestras decisiones de compra y consumo”. Es aquello que “todos sabemos” y que rara vez es expresado, se guarda en el subconsciente y cuando se toca mueve sentimientos y emociones.

**Quiero encontrar el amor, un amor sincero que me haga sentir libre, feliz, alguien que sea incondicional.**

#### **5.- Racional creativo:**

Es una explicación sobre el concepto creativo, el porqué de su elección y el “qué” para plasmar en las ejecuciones. Es la descripción con palabras de lo que se pretende comunicar con la campaña, con el fin de crear un escenario o una imagen que pueda ser plasmada tanto en la mente del consumidor como en la del director de arte de la campaña.

El racional creativo de esta campaña es: **En la industria cultural existen muchos productos como el cine, el teatro, la música, conciertos, exposiciones, museos y otro más es la danza; dar la idea al público de que acudir a eventos de danza es una actividad cultural para jóvenes, interesante y accesible. Todo es movimiento, todo es vivo, explosivo, alegre y colorido. La danza es un arte vivo. Enamorar al público.**

**Slogan:**

“Fórmula publicitaria o propagandística, concisa y elocuente, que sirve para grabar una idea en la mente de los públicos. Su característica principal es que se trata de una frase fácil de recordar que contiene en sí misma un mensaje comercial o propagandístico”<sup>55</sup> Su objetivo es ayudar a recordar el producto o su promesa básica.

**El amor nos mueve**

**Copy:** “Anglicismo que hace referencia al conjunto de textos de una pieza creativa. Toda creatividad se compone de dos partes: copy y arte. El copy se compone de la idea conceptual, los mensajes que venden el producto y la redacción de todos los textos. La persona que realiza esta actividad también se denomina copy o copywriter. (Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo)<sup>56</sup>

**“El amor no es algo que queremos sentir, es algo que sentimos sin querer”**

**“Nos encontramos sin buscarnos”**

---

<sup>55</sup> Raúl Beltrán, *Creatividad publicitaria*, México, 2010, Trillas pp. 71

<sup>56</sup> Sin Autor, Diccionario de marketing, Copy, tomado de <http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/copy-2/> (25/03/2016)

# Propuesta

## Encontrar el amor

**Idea:** Estrategia diseñada para personas con personalidad engañosa acerca de sus verdaderos sentimientos y motivaciones. Gente que ha disfrutado y sufrido en el amor y que han perdido la fe en este, pero en el fondo tienen un deseo profundo por encontrarlo.

Se utilizarán tres estrategias de medios: Social Media, Relaciones Públicas y marketing guerrilla; esta última será fundamental en la campaña y las dos anteriores funcionarán como apoyo. La campaña tendrá una duración de 5 semanas comenzando el sábado 1 de julio y culminando el sábado 5 de agosto del 2017. Esta fecha se eligió porque a mediados o finales de agosto Danza Capital hace cambio de programa con nuevas propuestas.

**Marketing de guerrilla:** Para la definición de este concepto se debe tener en claro qué es la mercadotecnia, es “La realización de aquellas actividades que buscan cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente”<sup>57</sup>

El término “guerrilla”, al igual que “campaña”, es de origen bélico. Son las pequeñas batallas en una guerra que pueden llevar al éxito de ésta. Así, el “marketing de guerrilla” surge de la necesidad de las empresas más pequeñas de competir con las grandes compañías que lideran el mercado. Es encontrar nuevas formas de llegar a la mente del consumidor de una manera más directa y dejando de lado los medios tradicionales como la televisión, radio y prensa.

---

<sup>57</sup> Al Ries y Jack Trout, *La Guerra del Marketing*, México, 2006, ed McGraw-Hill International pp. 2  
pág. 65

Este tipo de marketing también tiene como objetivo estudiar al competidor o líder del sector, saber cuáles son sus debilidades y los puntos que no abarca y “atacarlos”, es “Hallar un segmento bastante grande que sea provechoso para la guerrilla, pero que por lo pequeño no atraiga al líder”<sup>58</sup>

Para Danza Capital es conveniente utilizar dos tipos de este marketing: “Guerra de guerrillas” y “Guerra de flanqueo” la primera tiene como objetivo encontrar una sección del mercado lo bastante pequeña para poder defenderla, se trata de no actuar como el líder. La segunda debe tener como elemento clave la sorpresa en un área no disputada.

Se eligieron estos dos tipos porque Danza Capital es de reciente aparición y aún no tiene gran popularidad. A pesar de tener calidad en sus productos no puede competir con las grandes compañías como la Nacional o los grandes eventos de OCESA como el musical “El Rey León” o Billy Elliot”. Danza Capital debe buscar nichos de mercado que las compañías mencionadas no le interesen y posicionarse en ellos.

#### **Medios:**

**Redes sociales:** Es un medio de suma importancia para la campaña pues por medio de Twitter y Facebook se invitará al público a participar en las actividades de la publicidad de guerrilla. Se utilizarán hashtag adecuados al público objetivo, se pondrá especial interés en la interacción con el público. Se hará una publicación pagada tanto en facebook como en Twitter de manera semanal. El tono que se usará será “Alegre”

Propuesta para redes sociales:

La periodicidad en redes sociales es diferente en Facebook y Twitter, para el primero deben ser tres publicaciones al día: una por la mañana como saludo, una a por la tarde y después en la noche. Para twitter se puede publicar mucho más seguido, cada hora y media.

---

<sup>58</sup> íbidem. pp 55

Julio	Horario	Facebook	Twitter
1		Buenos días, en Danza Capital amanecemos con una gran sonrisa #ElAmorNosMueve	Hoy es un buen día para sonreír y salir a bailar un poco #Danza #DanzaContemporanea
		Estamos convencidos que tenemos que estar enamorados de la vida antes de enamorarnos de alguien más	La vida es amor, sin amor no tenemos vida, amemos algo, nosotros amamos bailar. #Danza #DanzaContemporanea
		Vivamos la vida con todo y sus riesgos, sin ellos tal vez sea aburrido	A veces los pies nos sangran, pero nuestra sonrisa nunca se apaga #Danza #DanzaContemporanea
2		¿Qué locuras harías por amor? Nosotros estamos llenos de ideas ¿Las quieren conocer?	Hoy amanecemos con ganas de besar, ¿Quién está con nosotros? #PorqueQuiero
		Vamos a robarle el corazón a alguien o a todos	Hoy sólo queremos estar bien empiernados. #Danza #DanzaContemporanea

		Ánimo para quienes fracasaron en el amor, quedó la experiencia y lo bailado nadie se los quita	¡Hoy nos vamos de fiesta, a ver qué encontramos! #Danza #DanzaContemporanea
--	--	---	--

## Relaciones Públicas:

La importancia de las Relaciones públicas radica en la resonancia que el evento puede tener en los medios, se estará en contacto con los medios importantes tanto para el sector como para el público objetivo.

**Boletín de prensa:** “es uno de los principales métodos para informar a la prensa acerca de las novedades de su empresa. Los reporteros, editores y productores tienen hambre de noticias, y con frecuencia dependen de que los comunicados los pongan sobre aviso de nuevos o inusuales productos, tendencias de una empresa, datos y sugerencias, así como otros acontecimientos”<sup>59</sup>

Se lanzará un boletín de prensa para el *flashmob*. Será enviado por la Secretaría de Cultura, pues al ser una institución pública tendrá mucho más efecto y los medios pondrán más atención., se enviará a medios especializados en cultura y espectáculos.

El kit de prensa incluirá la tarjeta que se usará en el evento y será acompañado con una rosa para completar el concepto de la campaña.

---

<sup>59</sup> Maraboto Mario, *6 tips para romper con los rutinarios boletines de prensa*, Forbes, disponible en: <https://www.forbes.com.mx/6-tips-para-romper-con-los-rutinarios-boletines-de-prensa/>

**Boletín:**

Danza Capital, además de ofrecer funciones de danza contemporánea bajo la dirección de la Mtra. Cecilia Lugo, es una compañía de danza que nos hace vivir el amor, ya sea por ese momento de “catarsis” en una de sus presentaciones o invitándonos atrevernos a dar ese paso, a encontrar el amor.

Cuando se emprende la búsqueda del amor sólo se tienen dos caminos: Encontrarlo o fracasar en el intento. Cualquiera de las dos vivencias es valiosa, en la primera probablemente se encuentre felicidad, en la segunda se encuentra la experiencia, la sabiduría, nunca se pierde.

En esta ocasión, Danza Capital nos invita a reflexionar sobre: ¿Mejor solo que mal acompañado? ¿Es el amor tan doloroso que es mejor no intentarlo? ¿Qué pasa si lo intento? ¿Qué pasaría si lo encuentro? ¿El amor ideal es aquel de cuento de hadas? Al final el camino del amor es como una rosa: hermoso, colorido, pero que en él también existen espinas que pueden hacer sangrar.

Ven a descubrirlo todos los sábados de julio a las 15:00 hrs. en diferentes partes de la ciudad: Parque México, Coyoacán, Ciudad Universitaria, Chapultepec. Danza Capital cree en el amor en todas sus formas.

**Periódicos: (Impreso/Web)**

Reforma - Gente

Excélsior - Función

Milenio - ¡Hey!

El Universal - Espectáculos

El Sol de México - Sociales

**Revistas: (Impreso/Web)**

Timeout

Dónde ir

GQ

Chilango

**Publicidad de guerrilla:**

Para la publicidad de guerrilla se hará una activación que consistirá en un *Flashmobe*. Esta estrategia consiste en la organización de un grupo de personas que se camuflan en la cotidianidad de un lugar público y concurrido y hacen de manera repentina algo inusual con el fin de llamar la atención e incluir a más gente, después se dispersan discretamente.

**Objetivo:**

Crear una relación con el público que se integre al *flasmobe*, que se sienta querido por la compañía, crear relaciones e interacciones entre los participantes, ligar el sentimiento del amor con Danza Capital.

**Tácticas para el Flasmobe:**

15:00 hrs, Parque México. Llega Erik con una grabadora en el hombro y algunas rosas en la otra mano. Pone los objetos en el centro del Foro Lindbergh y comienza a sonar “Hasta la Raíz” de Natalia Lafourcade. Erik comienza a moverse, improvisando, toma una rosa y baila con ella.

A la par, Manuel, el fotógrafo de la Ollin, y Dani, la *Community manager*, (Persona que se encarga de la gestión de las redes sociales como Facebook y twitter) estarán infiltrados como espectadores, Manuel grabará con una *tablet* todo el evento y Dani grabará pequeños fragmentos y tomará fotos, con un móvil, para subirlos en vivo a las redes sociales de Danza Capital.

15:10 A la escena anterior se acerca Carmen, mira a Erik quien le da la rosala rosa para invitarla a bailar con él. 3 minutos después entra Alexis, pasa lo mismo, mira a Carmen y ella le da la rosa para invitarlo, 3 minutos después entra Alin, pasa lo mismo y así con los 6 bailarines de Danza Capital, cuando todos estén en escena, esperan a que la

canción comience para empezar con la coreografía. La idea es que los bailarines, no parezcan como tal, sino que sean personas comunes que se unen al *Flash mobe*

Cada bailarín tomará una rosa e invitará al público a unirse al *flashmobe* dándosela con el fin de que cada persona haga lo mismo, dar la rosa a otra persona para que se una al grupo.

El concepto es “Ofrecer la rosa, con su hermosura y sus espinas, es dar la invitación a buscar el amor, a buscar la felicidad, la hermosura del este sentimiento, pero lo cual también tiene un riesgo, espinarse, sufrir dolor, tal vez sangrar, pero es mejor eso que quedarse con las ganas”.

Estará planeado para terminar a las 16:00 hrs. al final, los bailarines, entregarán tarjetas y rosas a las personas que se integrarán y los espectadores, material que cargará Manuel y Dani.

Se realizará los sábados del mes de Julio, comenzando el sábado 1 de julio en el Parque México, 8 de julio en Coyoacán, 15 de julio en Ciudad Universitaria, 22 de Julio en Chapultepec.

Durante la semana posterior a cada presentación se compartirán las fotos y videos en redes sociales, se pondrá especial interés en la interacción con los usuarios.

La importancia de compartir fotos y videos en redes sociales es que se seguirá impactado a personas después de terminado el evento, hay más posibilidades de que mayor número de personas conozcan a Danza Capital y su trabajo. También compartiendo fotos y video con los participantes se crea un empatía con ellos, haciéndolos, tal vez, fieles a la marca.

**Resumen del evento:**

Estrategia: “Encontrar el amor”

Lugar: Parque México

Día: 29 de julio

Hora: 15:00hrs.

**Recursos materiales:**

1000 Tarjetas.

Grabadora

Dispositivo móvil (Celular o Tablet con internet)

1000 Rosas

CD con la música

**Recursos Humanos:**

Bailarines para proponer coreografía y enseñarla.

Personal para audio, video y fotografía.

Community Manager.

**Costo por estrategia:**

<b>Redes Sociales</b>			
Concepto	Costo	Iva	Total
Content Manager	\$5,000.00	\$ 800.00	\$ 5,800.00
Community Manager	\$8,000.00	\$1,280.00	\$ 9,280.00
Total	13,000.00	\$ 2,080.00	\$15,080.00

<b>Flashmob</b>				
Cantidad	Soporte	Costo	Iva	Total
1000	Tarjetas (prints) (diseño e impresiones)	\$ 1,000.00	\$ 160.00	\$ 1,160.00
400	Rosas rojas	\$ 8,000.00	Incluido	8,000.00
Total		\$ 9,000.00	\$ 160.00	\$ 9,160.00

<b>Relaciones Públicas</b>				
Cantidad	Soporte	Costo	Iva	Total
50	Kit de Prensa	\$2,500.00	\$400.00	\$ 2,900.00
Total		\$2,500.00	\$2,900.00	\$ 2,900.00

<b>Resumen de inversión</b>	
Estrategia	Costo
Social Media	\$ 15,080.00
BTL - Flash mobe	\$ 9,160.00
Relaciones Públicas	\$ 2,900.00
Total	\$ 27,140.00

### **Conclusiones de la campaña:**

Con esta campaña se pretende tener mayor presencia en el público objetivo, recordación, posicionamiento en sus mentes. El Flashmobe se realizará en lugares frecuentados por el público, con la expectativa de que asistan a sus presentaciones, de no ser así, se llevarán el mensaje y tal vez interés por la compañía o por la danza contemporánea. Cuando en otro lugar vean o alguien diga “Danza Capital” los llevará a este recuerdo.

Si las presentaciones no se llenan en un 100% justo después de la campaña es muy normal, pues el posicionamiento es como el concepto de la campaña propuesta: “El amor” es algo que se debe ganar, se debe construir cada día. Se dará un enamoramiento rápido al principio y la gente irá a una presentación, el reto es que siga yendo y recomiende a la compañía. También el posicionamiento se puede comparar con la danza, alguien no se hace bailarín de un día a otro, aunque se puede nacer con ciertas facultades, el ser bailarín se debe ganar, entrenado, trabajando; lo mismo sucede para ganarse clientes.

Para la campaña se necesita una inversión monetaria, y aunque la mayor parte de las presentaciones de Danza Capital es entrada libre, es decir sin costo, es un gasto necesario. Es algo tan importante como los vestuarios de alguna coreografía, pues una de las intenciones del arte es que sea admirado, visto por otros y más aún cuando se trata de un arte efímero que solo dura unos minutos y desaparece, se necesita de un público que lo admire, lo consuma para que el cometido sea completado. Para que esto suceda es necesario que el público conozca a la compañía, se interese por sus actividades, asista y las recomiende, es la función de la publicidad.

El vestuario de una coreografía pasará a la bodega de postproducción una vez terminada la temporada y rara vez se vuelve a usar, en cambio la publicidad quedará en la mente del público, e irá en aumento, pues después de una campaña la gente que se logró “enamorar” regresará. La publicidad no es un gasto, es una inversión.

La publicidad con estrategia es algo que debe tener más importancia no sólo en la danza, sino también en las otras artes como el teatro, los museos, exposiciones. Lograr que la cultura no esté segregada en unos pocos, sino que sea de interés para todos. También sería importante que la cultura, las artes no se vean como algo gratuito, como se tiene acostumbrado al público mexicano, sino que se vea como algo digno de pagar lo justo.

Esta es la era de la información, todo se digitaliza, la gente pasa mucho tiempo conectada a internet, especialmente en las redes sociales, ahí radica la importancia de tener presencia en estas plataformas. Se debe crear un vínculo emocional con el público en facebook, en twitter, crear contenidos para que se visualicen, es decir que la misma gente los comparta, es una estrategia con muy bajo costo y grandes resultados.

## Conclusiones generales:

La danza es un arte vivo, que nace de la necesidad de expresar cuando las palabras resultan insuficientes, algunos mencionan que es el lenguaje del alma, nace del corazón. Más formalmente vimos con Amparo Sevilla, en su libro: *Danza, Cultura y Clases Sociales*, que objetiva al mundo subjetivo en un producto, requiere un proceso cognitivo importante, desde la creación de la coreografía hasta la memorización de los movimientos por el bailarín, además requiere investigación para la creación de los símbolos creados usando el movimiento del cuerpo.

La UNESCO menciona que la cultura es la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos y sin duda alguna la danza es parte fundamental de ella, pues es un arte muy humano en el que el instrumento principal es el cuerpo y el movimiento que surge de la subjetivación del intelecto y los sentimientos, además, como obra de arte, guarda características de una época, cultura o región y se puede convertir en un distintivo de ella.

Teniendo en cuenta que la danza es una parte de la cultura, refiriéndose a este concepto tanto desde su perspectiva sociológica y como del arte, va evolucionando con el ser humano y con lo que ocurra en su entorno, que nos lleva al concepto de “hibridación de la cultura” que como dice Néstor Canclini son “los procesos socioculturales en los que las estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas”<sup>60</sup>

Este fenómeno es muy claro en México, a la llegada de los españoles a estas tierras, las costumbres, lenguaje, arte, estructuras sociales, etc, de ambas regiones se fusionaron y entonces surgió la identidad mexicana, esto abarcó todas las esferas de la cultura como costumbres, comida, arte.

---

<sup>60</sup> Canclini Néstor, *Culturas Híbridas*, Grijalbo, México, 1989. pp. 3

Hablando de este proceso de hibridación, cabe recordar que la danza contemporánea surge como contrapeso de la danza clásica, tiene más fluidez en los movimientos, más abstracción en los conceptos, no es necesaria una jerarquía en los bailarines, surge del nuevo movimiento artístico llamado “arte contemporáneo”. Es comúnmente confundida con la danza moderna, su principal diferencia es la temporal, se considera que la danza contemporánea es la surgida a partir de mediados del siglo XX.

Los principales personajes de la danza contemporánea en el mundo son Martha Graham, Pina Bausch, Isadora Duncan, Labab, Wigman, Humphrey, principalmente, ellos construyeron su propio lenguaje dancístico que con el paso del tiempo se convirtieron en técnicas. También es importante mencionar a los hacedores de este arte en México como: Raúl Parrao, Laura Rocha, Marco Antonio de Silva, Francisco Illescas, Cecilia Lugo y por supuesto José Limón y Guillermina Bravo.

Así, el proceso de “Hibridación de la cultura”, considero que nunca se deja de experimentar, al contrario, gracias a la globalización y a las nuevas formas de comunicación se da con mayor velocidad y facilidad. Actualmente, las diferencias en vestimenta, lenguaje, gustos, costumbres y todo lo que tiene que ver con la cultura entre países son menores, es como una uniformización de la cultura.

La danza no es una excepción, en las prácticas más modernas, me atrevería a decir, que alcanzan un nivel internacional. Es común ver a un estadounidense o un latinoamericano bailar por igual la misma música, pues las canciones alcanzan fama mundial, pueden ser bailadas en cualquier rincón del planeta o lleva su concierto a diferentes países; esto implica que la cultura se transforme, evolucione.

La danza en México, y el arte en general, tiene un problema común: “la falta de público” y es que, según datos del INEGI, el consumo cultural en esta disciplina es bajo en este país, los hábitos de consumo cultural están centrados en el cine y espectáculos como conciertos, dejando al teatro, la danza en últimos términos. Pues según la encuesta realizada por CONACULTA en el 2010 en la Ciudad de México el 43.5%<sup>61</sup> de los encuestados no ha asistido a un espectáculo de danza.

Canclini menciona que los hábitos de consumo cultural dependen de la economía y educación de la población, la falta de promoción y el cómo se hace ésta, influye a la hora de que una persona elija hacer tal o cual actividad.

La cultura en este país está principalmente administrada por el gobierno, la publicidad suele ser poco atractiva, gubernamental, sin estrategia. También la población está acostumbrada a que los espectáculos culturales sean gratis o a muy bajo precio, tal vez devaluando el trabajo de los artistas y educando al público a no pagar lo justo por una obra de teatro o danza.

Considero que este problema puede ser menor si se tienen un correcto manejo de la publicidad y se mejora la imagen de la oferta cultural o de los creadores de productos culturales. Un ejemplo es Danza Capital, objeto de estudio de este trabajo, sus presentaciones, en su mayoría gratuitas, suelen tener poco público y es que haciendo un análisis en su publicidad, no tiene una imagen bien definida, un concepto creativo, un manejo correcto de redes sociales, sólo parecen ofrecer un producto más de gobierno.

Si se tuviera mayor cuidado en la publicidad, la construcción de una imagen fresca, una personalidad de marca, fidelización de clientes y estrategias adecuadas el problema de público sería menor. Esto se puede comparar con otras empresas, compañías culturales que tienen mayor cuidado en su imagen corporativa, su publicidad.

---

<sup>61</sup> CONACULTA, *Encuesta Nacional de Hábitos, prácticas y consumo culturales 2010, (Distrito Federal)* pp. 15 Disponible en: [http://www.conaculta.gob.mx/encuesta\\_nacional/](http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/) (07-03-15) 3:21

La Compañía Nacional de Danza, es un buen ejemplo, sus presentaciones están llenas en su mayoría, aunque se podría explicar por su trayectoria y el gran apoyo gubernamental que tiene, sin embargo, se puede ver que su publicidad ha cambiado y ha dejado de ser sólo una buena foto de alguna de sus presentaciones anteriores, he intenta tener un tono creativo:



Compañía Nacional de Danza, Cartel para El Cascanueces 2016.

Otras actividades pareciera que no necesitan de mucha publicidad, como el cine, el cual es la competencia indirecta de la danza al tratarse de una actividad recreativa. Lo interesante es que la industria del cine está más consciente de la importancia de la publicidad, es muy notoria la publicidad de películas, se ve en medios ATL<sup>62</sup> como espectaculares, TV, prensa, radio y ATL con *product placement* y mucha presencia en internet. Hasta las pequeñas producciones de cine hacen esfuerzos publicitarios y en general es un arte que siempre tiene público.

---

<sup>62</sup> Es la abreviatura de "Above the Line" (Sobre la línea) Se refiere a los medios masivos de comunicación o medios tradicionales como: televisión, radio, prensa

La construcción de una marca tiene que ver tanto por la calidad de sus productos como su presencia en la mente de los consumidores. Danza Capital tiene una buena oferta para el público, sólo le hace falta tener más participación en los medios, construir una imagen por medio de Redes Sociales, Estrategias de guerrillas, publicidad etc.

Con acciones bien dirigidas de publicidad de guerrilla es posible lograr un público para Danza Capital. Sí existen personas que gustan de ir a recitales de danza y música, sólo hay que saber llegar a él, atraparlo, enamorarlo y no dejarlo ir.

La mejor opción de publicidad para Danza Capital son estrategias de guerrilla, pues los medios ATL son muy costosos, fuera de las posibilidades presupuestarias de la compañía, además no se requiere impactar en masa, sino más específicamente, a los nichos de mercado, llegar frente al consumidor, enamorarlo y fidelizarlo.

Anexos: Propuestas Gráficas



COMPañÍA  
DANZA  
CAPITAL  
ALBERTO FIGUEROA DIRECTOR ARTÍSTICO



*El amor nos mueve*

f i jovendanzacapital

## **Bibliografía:**

Al Ries y Jack Trout, *La Guerra del Marketing*, México, 2006, ed McGraw-Hill International

Baril, Jacques. *La Danza Moderna*, Paidós.

Burtenshaw Ken, *Principios de publicidad el proceso creativo*, 2007, 1ª Edición, ed. Gustavo Gili 2007)

Canclini, Néstor *El consumo cultural en México*, México, 1993, 1a edición, ed. CONACULTA.

Canclini, Néstor *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, 2008, 2a edición, ed. Siglo XXI.

Colbert, F. y Cuadrado, M. *Marketing de las Artes y la Cultura.*, España, 2003, 1a. Edición, ed. Ariel.

Crespo Nora, “La danza, mirada en movimiento, 2003, México, resistencia, 1era edición.

Dallal Alberto, *La danza en México*, México, 1989, UNAM, 1a edición

Del Toro Juan Manuel, *La marca y sus circunstancias*, España, 2009, Deusto

Dux Günter, *Teoría Histórico-Genética de la cultura*, Colombia, 2012, Ediciones Aurora.

Ferrer Eulalio, *La publicidad: textos y conceptos*, México 1999, 4º ed. Trillas

Fonseca Ma del Socorro, *Diseño de campañas persuasivas*, México, 2002, ed. Pearson Education

García Carola, *El poder de la publicidad en México en los inicios del siglo XXI*, México, 2007, 1a edición, Plaza y Valdés.

Hoghe, Raimund.. *Historia de teatro-danza*, España, 1988, ed Ultramar.

Kotler Philip, *Mercadotecnia Social: Estrategias para cambiar el comportamiento del público*, México, 1992, ed. Diana.

O'Guinn, Thomas, *Publicidad y comunicación integral de marcas*, 2004, ed. Thomson.

Salazar Adolfo, *La danza y el ballet: Introducción al conocimiento de la danza de arte y del ballet*, México, 1949, ed. Fondo de Cultura Económica

Sevilla, A. *Danza, Cultura y Clases Sociales*, Serie Investigación y documentación de las Artes, 2ª Época, INBA., 1990.

Warley Jorge, *La cultura versiones y definiciones*, Argentina, 2003, Biblos.

### **Cibergrafía:**

About en español, “Citas célebres de bailarines famosos” [en línea] disponible en <http://baile.about.com/od/Bailarines-famosos/a/Citas-Celebres-De-Bailarines-Famosos.htm>

Alberto Dallal, Anna Pávlova en México disponible en:

[http://www.analesie.unam.mx/pdf/60\\_163-178.pdf](http://www.analesie.unam.mx/pdf/60_163-178.pdf)

CONACULTA, INEGI, *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012*, pp. [en línea] Disponible en:

<http://www.conaculta.gob.mx/PDF/inegi/ENCCUM2012.pdf>

CONACULTA, *Encuesta Nacional de Hábitos, prácticas y consumo culturales 2010, (Distrito Federal)* [en línea] Disponible en:

[http://www.conaculta.gob.mx/encuesta\\_nacional/](http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/)

Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012*. Marco conceptual 2014, [en línea] disponible en:

[http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/encc/2012/MC/ENCCUM2012MC.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/encc/2012/MC/ENCCUM2012MC.pdf)

Maraboto Mario, *6 tips para romper con los rutinarios boletines de prensa*, Forbes disponible en: <https://www.forbes.com.mx/6-tips-para-romper-con-los-rutinarios-boletines-de-prensa/>

Secretaría de Salud, *Reglamento de la ley general de salud en materia de publicidad, Título primero*, [en línea] disponible en:

<http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rlgsmp.html>

Sin Autor, Capítulo 3. Maslow: Teoría de las necesidades básicas y de la esencia humana, disponible en:

<http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%C3%ADtulo%203.%20Maslow.pdf>

Sin Autor, Diccionario de marketing, Copy, tomado de

<http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/copy-2/>

Sin Autor, INBA [En línea] Disponible en:

<http://www.companianacionaldedanza.bellasartes.gob.mx/2014-01-20-19-04-02/historia.html> 12/03/17

Sin Autor, CONACULTA [En línea] Disponible en:

<http://www.conaculta.gob.mx/noticias/efemerides/18617-raul-flores-canelo-un-inquieto-admirador-de-lo-mexicano.html> 12/03/16

Sin Autor, SEP-CONACULTA [En línea] Disponible en:

<http://www.conaculta.gob.mx/noticias/efemerides/31653-jose-limon-aporto-para-la-danza-la-libertad-sobre-las-formas:-jaime-camarena.html>

Sin Autor, [En línea] Disponible en:

<http://www.tcunam.org/bienvenida.cfm?contenedor=3&opcion=4>

Sin Autor, Guillermina Bravo (1920-2013), Academia de Artes, [En línea] disponible en:

<http://www.academiadeartes.org.mx/#!guillermina-bravo/c12kk>

Sin Autor, Escuelas, INBA, [En línea] disponible en:

<http://www.sgeia.bellasartes.gob.mx/index.php/menueducacionartistica/menuescuelas/adm>

Sin autor, CONACULTA {en línea} disponible en:

<http://www.conaculta.gob.mx/noticias/efemerides/9147-nellie-campobello-%C2%93una-mujer-entregada-a-su-arte%C2%94-que-dejo-un-valioso-legado-a-mexico.html>

Sin autor, “El lago de los cisnes” anuncia su temporada 39 en Chapultepec, Excélsior, [en línea] disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2015/02/11/1007804>