

Las posibilidades del territorio digital para la danza folclórica mexicana

Alejandra Magdalena Velázquez Palafox¹

María Gabriela Villar García²

María del Pilar Alejandra Mora Cantellano³

Resumen

El propósito del presente texto es generar una reflexión sobre las posibilidades que tiene el territorio digital como gestor de cultura nacional e internacional, a partir de la exposición de diversos ejemplos que han sido promovidos por distintos actores que convergen en la difusión, así como promoción del espectáculo cultural en el contexto de la emergencia sanitaria mundial derivada por el Covid-19. Se muestra la ruptura del paradigma sobre la idea y concepto del territorio como espacio geográfico, presentando a éste como una variable en construcción a partir de su uso en medios digitales. Sin duda el tema resulta un reto e invita a re-pensar sobre muchas de las circunstancias alrededor de la pandemia mundial para el sector académico y de investigación en el área, por lo que se asume que las ideas expresadas se manifiestan como una posibilidad y probabilidad para generar un diálogo constructivo a la vez que actual sobre el futuro del territorio digital como variable de investigación desde distintas disciplinas y saberes. Se muestra como ejemplo parte de un avance de investigación que tiene como objeto de estudio la promoción de la danza como Patrimonio Cultural Inmaterial, en lo particular de la danza folclórica mexicana, observando sus potencialidades para sobrevivir desde la transmisión de la cultura en esta nueva normalidad a nivel tanto nacional como global, en donde está vigente el paradigma sobre la ciudadanía mundial, donde los medios de comunicación digitales y en particular el diseño gráfico como disciplina, tienen un reto importante como creadores y facilitadores de estos espacios digitales.

Palabras clave: Territorio digital y redes sociales, Difusión de la danza ante el Covid-19, El diseño gráfico como gestor de cultura.

Introducción

Si bien el servicio de Internet no es reciente, se ha vuelto un servicio indispensable para la sociedad global actual. A través de éste, es posible mantener contacto con diferentes personas y contextos alrededor del mundo. Permite interactuar, comprar, consumir cultura, estudiar, encontrar información, colaborar en proyectos nacionales e internacionales, entre muchas otras cuestiones. Con el paso de los años, gracias al Internet se han logrado entablar canales de comunicación a través de diferentes plataformas digitales que funcionan gracias a él, como las redes sociales, blogs, revistas digitales, servicios de mensajería, bancos, etc., sin embargo, a pesar de que se vea que en un futuro “lejano” este medio sería el principal para cualquier tipo de interacción entre individuos,

¹ C. a Mtra. Alejandra Magdalena Velázquez Palafox, Universidad Autónoma del Estado de México, amagdalnavp@hotmail.com

² Dra. María Gabriela Villar García, Universidad Autónoma del Estado de México, investigacion.fad.villar@gmail.com / mgvillarg@uaemex.mx

³ Dra. María del Pilar Alejandra Mora Cantellano, Universidad Autónoma del Estado de México, mora_pilar@hotmail.com

no fue hasta la presente emergencia sanitaria: Covid-19, que se volvió esencial y casi el único medio seguro de comunicación, transmisión de información así como de supervivencia de la información para todos los sectores de la humanidad.

Pequeñas, medianas y grandes empresas de los distintos sectores que anteriormente se rehusaban a entrar en el territorio digital, se vieron obligadas a migrar a él o perecer en el proceso, pues bajo las circunstancias del *#QuédateEnCasa*, las personas con acceso a Internet y dispositivos móviles, comenzaron a consumir y realizar varias actividades a través del medio digital, que si bien ya se hacían, su uso se incrementó de manera exponencial durante los últimos meses, ocasionando que varios negocios cerraran o evolucionarán para integrarse a esta nueva normalidad. La cultura no fue la excepción, dentro de ésta última se encuentra la danza folclórica mexicana, la cual ha sido de las más afectadas durante la contingencia, pues al cerrar todos los lugares de encuentros culturales, el no poder ensayar ni entrenar como era habitual en las grandes compañías y en las pequeñas escuelas, éstas se quedaron sin un lugar dónde poder realizar sus interpretaciones para compartirlas con la audiencia, entendidos estos territorios como los espacios contenedores de cultura propia, para la producción de bienes y servicios (Boisier, 2011).

Bajo el contexto descrito, el medio digital resultó una oportunidad invaluable para poder sobrepasar esta adversidad, trasladándose a un nuevo mundo para las artes donde ya no hay fronteras, abriendo infinitud de posibilidades y sobre todo cambiando paradigmas.

En este universo relativamente nuevo para la danza, hay varios mecanismos que están propiciando el intercambio cultural, acercando a los espectadores de todo el mundo a este arte por diferentes medios digitales. Aunque existen varios géneros dancísticos, para este trabajo se abordarán únicamente dos: la danza clásica, mejor conocida como ballet, y la danza folclórica mexicana, exponiendo que la primera es la más reconocida a nivel mundial y a partir de la cual las demás obtienen su base técnica; y la segunda por ser la manifestación cultural propia de nuestro país. De esta manera se muestran las posibilidades del territorio digital para la danza, exhibiendo también la importancia de reconocer el contexto tanto a nivel nacional como global, mostrando los atributos de este entorno que no tiene fronteras y nos vuelve ciudadanos del mundo.

Los medios digitales en la difusión de la cultura

Se afirma que los medios digitales existen gracias al Internet, lo que ha propiciado diferentes mecanismos de interacción en todas las esferas sociales, cambiando la manera en que las personas se comunican, trabajan, consumen y desarrollan formas de comunicación virtuales cada vez con mayor frecuencia. Dentro del territorio digital se encuentran las redes sociales, principal medio de comunicación entre las personas, así como empresas alrededor del mundo.

Varias academias de danza tanto nacionales como extranjeras, así como instituciones nacionales, han abierto cuentas de *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y *YouTube*, como medios de difusión y comunicación con su público, como por ejemplo el “*English National Ballet*”, el “*San Francisco Ballet*”, el Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández, el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL), la Escuela de Bellas Artes de Toluca (EBAT), el Palacio de Bellas Artes, entre otras; es importante mencionar, que antes de la emergencia sanitaria derivada del Covid-19, utilizaban estas plataformas digitales para difundir información relacionada con sus eventos culturales y algunos datos curiosos de manera secundaria, pero con la pandemia cambió parte del contenido en estas redes.

En el contexto de la difusión de la danza como espectáculo cultural, el mismo territorio digital a posibilitado generar fuentes de obtención de información relacionada con investigaciones relacionadas con la danza como lo es el repositorio INBA Digital, en el cual se pueden encontrar publicaciones con algunos archivos electrónicos de libros, tesis, tesinas, artículos de investigación o la ubicación de los libros físicos y/o digitales que se encuentran en su biblioteca, sin embargo, su sistema de búsqueda puede resultar complejo para aquellos que desean obtener información rápidamente, así mismo su Sitio Web desde una revisión formal técnica y de diseño, no está diseñado para ser consultado en dispositivos móviles, lo que dificulta aún el encontrar los temas que uno desea, lo cual es importante considerar para que se pueda acceder a la información.

Así mismo existen materiales fotográficos al igual que de vídeo en este territorio digital, en especial en las redes sociales, por ser el principal canal de consulta, así como de comunicación de los internautas. Por tanto, a pesar de existir material de consulta y de divulgación de la danza en estos medios, no fue hasta la pandemia que vieron al territorio digital como un medio esencial a dónde migrar varias actividades presenciales que no se habían contemplado con anterioridad.

Desde un contexto general en el que la danza folclórica mexicana es una manifestación simbólica cotidiana como tradición identitaria, se observan algunas circunstancias derivadas del proceso de globalización, cambios culturales y de la presente emergencia sanitaria, que han dado entrada a los medios digitales para ser usados como canales que faciliten el acceso a la información referente a nuestras danzas y transmisión de la cultura, ya que el territorio digital es el más empleado por la mayoría en la sociedad actual.

Como ya se mencionó, derivado de la pandemia generada por el Covid-19, Ballets de alto renombre como el *English National Ballet* (ENB), *San Francisco Ballet*, *The Australian Ballet*, el Ballet Folclórico de México de Amalia Hernández, entre otros, han recurrido a las plataformas que brinda el territorio digital para poder solventar las pérdidas generadas por la pandemia. Así, han ocupado Sitios Web y las redes sociales, en especial *YouTube*, *Instagram* y *Facebook* para poner al alcance de la audiencia internacional varias de sus obras más emblemáticas, por ejemplo, el ENB cada miércoles de la cuarentena ha subido a su canal oficial de *YouTube* ballets icónicos como “Romeo y Julieta”, “*Fantastic Beings*” y el “Lago de los Cisnes”, por su parte el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL) ha compartido también en *YouTube* diferentes espectáculos como la “Función de Gala: Homenaje al Centenario de Amalia Hernández”, mientras que la Secretaría de Cultura y el Deporte del Estado de México han transmitido tanto en *YouTube* como en *Facebook*, eventos como “Danzatlán en un Click” junto con diferentes actividades culturales, entre las que destacan conciertos, obras de teatro y clases magistrales de diferentes artes. Al tomar esta pandemia como ejemplo más cercano, se puede observar la necesidad de la participación de especialistas que contribuyan a migrar estos eventos culturales al entorno digital, para que no perezcan en el proceso.

Una disciplina que puede aportar para solventar estas necesidades y brindar un mejor acceso a la información en este territorio digital sobre la Danza Folclórica Mexicana junto con la difusión de la misma, es el diseño gráfico. Si bien el diseño no es el encargado de investigar los fundamentos históricos de la danza y hacer los espectáculos, aporta como especialista en el área en gran medida sobre los medios así como estrategias que se pueden utilizar o incluso generar para poder poner al alcance de los interesados la información referente a nuestras danzas, puesto que el diseño se enfoca en que los productos que realiza sean acordes al público, atractivos y que cumplan con su cometido, sobre todo en el aspecto visual, pues busca la usabilidad así como la funcionalidad, es decir, diseña para que los medios sean fáciles de usar al igual que acordes al

medio en que se presenta y será empleado por los internautas, para que éstos puedan tener un mejor acceso a la información, por tanto, propicia la comunicación visual entre cliente y usuario. Para que el diseñador pueda llevar a cabo su proceso creativo, primero requiere investigar el contexto, es decir, definir el territorio en el que va a trabajar, para ello se requiere definir dicho concepto junto con los elementos que lo conforman. En el contexto actual, el territorio digital se vuelve concepto y referente a estudiar y definir para poder interactuar e intervenir en él a través de su expertis.

¿Qué es el territorio?

Para poder distinguir la definición más adecuada desde la reflexión que se propone, se revisa y expone el concepto de territorio desde el contexto en el que hasta hace pocos meses se desenvolvían la gran mayoría de las actividades cotidianas de las sociedades actuales. Para Boisier (2007) la región se concibe como todos aquellos “espacios socialmente construídos, en donde se transforma a la región de objeto a sujeto” (Boisier, 2007; citado en Ramírez y López, 2015: 118) debido a que las personas se apropian de él. Este territorio no se aborda como un medio físico, sino que plantea la relación entre el ser y la existencia, donde la sociedad es el ser y el espacio la existencia, por lo que las acciones sociales se configuran de acuerdo a esta relación. Por tanto, el territorio se define por tangibles e intangibles con los cuales se marcan los límites del mismo, así los tangibles son los “límites visuales” que “quedan señalados por elementos físicos, concretos; algunos de la naturaleza tales como ríos, montañas o barrancos” que indican a su vez la posición geográfica y la morfología del lugar, sin embargo, también hay otros elementos físicos pero de índole social, como son “los muros, las barricadas y las trincheras” (Ramírez y López, 2015: 140) que son creados por los habitantes del territorio; así mismo se consideran como parte de los tangibles al tejido industrial, local y de mercado, los servicios, la infraestructura, la estructura urbana y patrimonial, el patrimonio cultural, los recursos humanos laborales, el acceso a los mercados así como el capital de las empresas, junto con los productos que se intercambian, consumen y producen en el territorio, que también forman parte de la cultura material, que son susceptibles de innovaciones al igual que de apropiación cultural, además de los letreros o señales que hay en el lugar, que a través de signos lingüísticos comunican cuestiones como “no entrar”, “sólo personal autorizado”, entre otros mensajes (Ramírez y López, 2015), donde el “territorio tiene una connotación amplia y multidimensional, entre otras de apropiación territorial, conformación de región, de espacio acotado, en términos geográficos, políticos, administrativos y ecológicos, constituyendo unidades integrales de planificación e iniciativas de desarrollo, especialmente, en aquellos de alta connotación rural” (Ramos y Delgado, 2006; citados en Mora, 2015).

Por su parte, los intangibles también fungen como barrera del territorio, pero lo hacen a través de mecanismos simbólicos como la forma de vestir, de hablar, de habitar y los usos del lugar, así como los sistemas de valores civiles al igual que los sociales, junto con el capital cognitivo, cultural, simbólico, social, cívico, institucional, humano, psicosocial y mediático, la diversidad y la cualidad de las actitudes tanto ambientales como culturales, la actividad social y creativa de la localidad con potencial para el desarrollo de innovación así como de aplicación técnica, además de la identidad territorial, el sentimiento de apropiación de identidad y el impulso creativo. Por tanto, se puede decir que los tangibles, así como los intangibles de un territorio “marcan los bordes dentro de los cuales los usuarios familiarizados se auto reconocen y por fuera de los cuales se ubica al extranjero o, en otras palabras, al que no pertenece al territorio” (Silva,

1992; citado en Ramírez y López, 2015), lo que permite definir al territorio junto con todo cuanto habita en él. De esta manera “el territorio mismo es considerado un signo cuyo significado solamente es comprensible a partir de los códigos culturales en los cuales se inscribe” (García, 1976: 14; citado en Ramírez y López, 2015: 140) junto con los elementos físicos que lo conforman.

Una vez definido el concepto, resulta necesario describir el territorio digital en el que se desenvuelve el ballet y la danza folclórica mexicana, para así vislumbrar sus posibilidades de creación, por lo que es necesario describirlo a través de una investigación de tipo descriptiva, empleando un análisis documental para comprender los elementos tangibles de dicho territorio (infraestructura, servicios digitales, etc.) y los elementos intangibles del mismo (sistema de valores, normas, entre otros), para de ésta manera comprender la relación entre los usuarios, los dispositivos móviles y el servicio de Internet en México y en el mundo, para posteriormente analizar e identificar las estrategias de acción resultantes en este territorio durante la emergencia sanitaria.

El territorio digital como contexto mundial

Como se mencionó anteriormente, el territorio involucra aspectos tanto tangibles como intangibles. Dentro de los elementos tangibles que rodean al territorio digital de la danza se encuentran las redes de fibra óptica, los servicios de telefonía, así como de Internet, junto con los dispositivos móviles, tales como tabletas, celulares y computadoras, ya sean de escritorio o portátiles. Por otro lado, los intangibles que existen son el capital mediático, cultural y simbólico, así como la identidad territorial. Para comprender lo anterior, se describen los elementos que conforman al territorio digital desde una visión global y general. Kemp (2019) afirma que a nivel global existe una población digital de 7,676 millones, de los cuales 5,112 millones son usuarios únicos de dispositivos móviles y 4,388 millones son usuarios de Internet, además 3,484 millones están activos en redes sociales, pero de éstos, 3,256 millones acceden a redes desde sus dispositivos móviles, por tanto, la mayor parte de la población utiliza estos objetos para acceder a Internet y sobre todo para estar al pendiente de sus redes sociales.

Cabe mencionar que la cantidad de cuentas activas en redes es muy amplia y de acuerdo con el *Digital 2019. Global Digital Yearbook, Essential digital data for every country in the world* (Compendio Digital Global 2019) elaborado por *We are social* y *Hootsuite* (2019), las tres redes sociales con mayor número de cuentas activas son *Facebook*, *YouTube* e *Instagram*, mientras que las redes con servicio de *messenger* o *voip* (mensajes en redes) con más cuentas activas son *WhatsApp*, *Facebook Messenger* y *WeChat*, pues existen 2,271 millones de cuentas activas en *Facebook*, 1,900 millones en *YouTube*, 1,500 millones de *WhatsApp*, 1,300 de *Facebook Messenger*, 1,083 millones de *WeChat* y 1,000 millones de *Instagram* (We are social Ltd. y Hootsuite Inc., 2019). De éstas, las *Apps* (aplicaciones) más populares a diciembre de 2018 de mensajes en redes fueron *WhatsApp*, *Facebook Messenger* y *Viber* (We are social Ltd. y Hootsuite Inc., 2019: 11). Con esto se puede observar que las aplicaciones de redes son muy utilizadas, pues funcionan como un medio de comunicación, así como de expresión para los usuarios a nivel global.

De acuerdo al género, la audiencia en redes sociales “basada en la combinación de audiencias de publicidad de Facebook, Instagram y Facebook Messenger” (Hootsuite, 2019: 12), la mayor parte se encuentra en el rango de edad de 25 a 34 años, donde el 19% son hombres y el 13% mujeres, seguido de los usuarios entre 18 y 24 años con 16% de usuarios varones y 11% de mujeres, pero los usuarios que menos audiencia presentan son los que se encuentran entre los 65

años o más, donde el 2% son hombres y 2% mujeres, seguidos de aquellos entre 55 y 64 años, con 3% de varones y 3% de mujeres (We are social Ltd. y Hootsuite Inc., 2019). Sin embargo en México, de acuerdo con la Encuesta sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares (ENDUTIH) 2018 y 2019, realizadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), en México en el año de 2018 había “74.3 millones de usuarios de Internet de seis años o más, que representan el 65.8%” (INEGI, 2019: 1) de la población de seis años o más, sin embargo en 2019 se registraron “80.6 millones de usuarios de Internet, que representan el 70.1% de la población de seis años o más. Esta cifra revela un aumento de 4.3 puntos porcentuales respecto de la registrada en 2018 (65.8%) y de 12.7 puntos porcentuales respecto a 2015 (57.4 por ciento)” (INEGI, 2020: 1), por lo que en 2020 y debido a la contingencia sanitaria, no es descabellado pensar que dichas cifras hayan aumentado aún más en este primer semestre de 2020 y lo seguirán haciendo, pues los hábitos de consumo de Internet y de la vida diaria en general, cambiaron drásticamente⁴.

En relación al género y considerando únicamente a los usuarios de Internet de seis años o más, también ha habido cambios, en 2018 el 51.5% de los internautas eran mujeres mientras que el 48.5% hombres (INEGI, 2019), sin embargo para 2019 de los “80.6 millones, 51.6% son mujeres y 48.4% son hombres” (INEGI, 2020: 1), de los cuales también se puede pensar en un aumento considerable, debido a que amas de casa, estudiantes desde niveles básicos hasta profesionistas debieron migrar al territorio digital para llevar a cabo sus actividades cotidianas, como hablar con familiares, ir a la escuela, trabajar, comprar comida e incluso escuchar misa, por lo cual todos sin importar el género, están usando completamente este servicio y dependen más que nunca de él.

Por otra parte, los usuarios de Internet se dividen de acuerdo a la zona donde viven, así en 2018 el 73.1% era de zona urbana mientras que el 40.6% de zona rural (INEGI, 2019), pero para 2019 el 76.6% fueron de zona urbana, mientras que en la zona rural subió a 47.7% de usuarios (INEGI, 2020), por tanto este servicio abarca cada vez más a la población en ambas zonas, sin embargo, con la pandemia debieron subir los porcentajes, sobre todo en la zona rural, al convertirse este servicio en una necesidad primordial para poder estar en comunicación y realizar diversas actividades de manera segura para mantener los protocolos de seguridad.

Con respecto a la edad de los usuarios, en 2018 el grupo de entre 25 y 34 años fue el que obtuvo mayor cantidad de usuarios activos, de los cuales el 10.4% fueron mujeres y 9.8% hombres; en contraparte el grupo de 55 años o más fue el que menos usó Internet, siendo el 4.1% mujeres y 4.0% hombres (INEGI, 2019). Para 2019 el grupo que mayor participación tuvo fue el de 18 a 24 años con el 91.2%. y de manera interesante el segundo grupo fue el de 12 a 17 años con el 87.8%, pero se mantuvo el grupo de edad de 55 años y más como el que menos usa Internet con 34.7% (INEGI, 2020). Para este 2020 será importante observar estas cifras, pues al estar todos en casa es muy probable que los porcentajes cambien drásticamente, obligando al grupo que menos lo utiliza a que lo empiece a ocupar más.

Así mismo, las tres principales actividades por las cuales los usuarios utilizaron Internet en 2018 fueron entretenimiento con el 90.5%, 90.3% para comunicarse y el 86.9% para la obtención de información (INEGI, 2019), mientras que en 2019 el 91.5% lo ocupó para entretenimiento, el

⁴ Todas las cifras que se verán durante las siguientes páginas, son considerando únicamente a la población total de internautas de seis años o más.

(90.7%) para la obtención de información y el 90.6% para comunicarse, pero las actividades que menos realizaron fueron las operaciones bancarias en línea con el 16.8%, ordenar o comprar productos con 22.1% e interactuar con el gobierno obtuvo el 35.6% (INEGI, 2020), sin embargo éstas preferencias es muy probable que se modifiquen en 2020, ya que al convertirse en un servicio de primera necesidad, bien puede cambiar alguno de los rubros, sobre todo porque en este tiempo se emplea como medio principal de trabajo, como medio primordial de comunicación y para sustituir actividades presenciales, como el pagar en el banco, de igual forma, el entretenimiento seguramente se mantendrá en los primeros lugares, puesto que es el único mecanismo de ocio “abierto” al cual se puede acceder, pues la mayor parte de sitios físicos de entretenimiento a nivel global se encuentran actualmente cerrados o limitados debido al riesgo que implica la aglomeración de personas, lo que representa una oportunidad para la cultura y sobre todo para la danza. Así mismo las actividades que menos se realizaban como las compras en línea, operaciones bancarias e interacción con el gobierno, es acertado decir que se volvieron de las actividades más realizadas ante la pandemia, pues al tener que estar en casa y los comercios cerrados, se tuvo que recurrir a lo digital para realizar este tipo de actividades que posiblemente se realizaban más de manera presencial y ahora no había más alternativa que hacerlo en el territorio digital.

Aunado a esto, es importante mencionar que en México durante 2018 hubo 18.3 millones de hogares con acceso a Internet mediante una conexión fija o móvil, representando el 52.9% del total nacional, (INEGI, 2019), mientras que en 2019 se registraron 20.1 millones hogares con acceso a Internet a través de una conexión fija (WIFI) o móvil (datos celulares), es decir el 56.4% de la población mexicana (INEGI, 2020). Si en condiciones normales el porcentaje aumentó, con la pandemia esta cifra es probable que suba con creces, debido a que varias familias tuvieron que invertir o hacer el esfuerzo por adquirir o mejorar este servicio al estar todos los miembros de la familia en casa, ya que sin este servicio varios de ellos no podrían llevar a cabo sus actividades cotidianas.

Cabe mencionar que existen diferentes tipos de dispositivos para acceder a Internet, los preferidos por los usuarios en 2018 fueron los celulares inteligentes (*Smartphones*) con el 92.7%, las computadoras portátiles con el 32.6%, las computadoras de escritorio obtuvieron el 32.0%, el 17.8% fue para las *Tablets*, el 16.6% para las televisiones y el 6.9% las consolas de videojuegos (INEGI, 2019), mientras que en 2019 fueron nuevamente el celular inteligente con el 95.3%; las computadoras portátiles con 33.2%, las computadoras de escritorio el 28.9%, los televisores con acceso a Internet (*Smart TV*) con 23.4%, el 17.8% accedió por medio de una *Tablet* y un 8.4% usó una consola de videojuegos (INEGI, 2020), sin embargo un mismo usuario puede usar más de un dispositivo para acceder a Internet. Esto quiere decir que la mayor parte de los internautas acceden al servicio de Internet a través de un dispositivo móvil, pero tampoco hay que olvidar que va en aumento la cantidad de personas que visualizan contenido a través de televisores y consolas de videojuegos, es decir, ven contenido desde formatos muy pequeños hasta muy grandes, por lo que es importante considerar esta variedad de dispositivos al momento de diseñar y comunicar contenido es este territorio digital, donde la diversidad de formatos nunca termina, donde los formatos grandes resultan ser una ventaja para el medio dancístico, ya que permiten ver mayor detalle de las producciones transmitidas de manera digital.

De los usuarios de *smartphones*, en 2018 hubo 45.5 millones que instalaron aplicaciones en sus teléfonos de diferentes tipos, siendo el “89.5% de mensajería instantánea, 81.2% herramientas para acceso a redes sociales, 71.9% aplicaciones de contenidos de audio y video, y 18.1% alguna aplicación para acceder a banca móvil” (INEGI, 2019: 2), pero en 2019 la cifra subió

a 48.3 millones los usuarios que instalaron aplicaciones en sus teléfonos, de los cuales el 86.4% instaló de mensajería instantánea, el 80.8% de redes sociales “y el 69.6% instaló aplicaciones para acceder a contenidos de audio y video. Por otra parte, el 25.4% de los usuarios utilizaron su dispositivo para instalar alguna aplicación que les permitiera acceder a la banca móvil” (INEGI, 2020: 12), cabe destacar que la aplicación (*App*) más popular en México para enviar mensajes en redes fue *WhatsApp* (We are social Ltd. y Hootsuite Inc., 2019: 11) pero los usuarios activos de redes sociales en general fueron 88,00 millones y de éstos 84,00 millones son usuarios desde sus dispositivos móviles (We are social Ltd. y Hootsuite Inc., 2019: 15). Con la pandemia, probablemente cambie el tipo de aplicaciones instaladas, pues cada vez hay nuevas aplicaciones para cubrir necesidades del momento y de todo tipo.

De igual forma, los internautas presentan problemas con el servicio de Internet, independientemente del proveedor y zona de residencia, los principales problemas que tuvieron los usuarios al conectarse con la red en 2018 fueron la lentitud en la transferencia de la información con el 51.9% y el 39.3% observó interrupciones del servicio (INEGI, 2019), mientras que en 2019 el 50.1% de los usuarios se quejó de la lentitud en la transferencia de la información y el 38.6% declaró interrupciones del servicio (INEGI, 2020), para 2020 existen altas probabilidades de que estos porcentajes suban, debido a que al haber más usuarios en Internet y tener que estar más tiempo en línea, el servicio en México ha presentado fallas considerables de conexión, dejando el reto de mejorar la infraestructura para que ésta no colapse en un futuro.

De esta manera se observa que los usuarios en México destinan parte importante del día a estar en Internet, pues el promedio de tiempo diario dedicado a usar el servicio a través de cualquier dispositivo en 2019 fue de 8 horas y 1 minuto, destinando en promedio 3 horas y 12 minutos a redes sociales, 2 horas y 53 minutos para visualizar TV y 1 hora y 26 minutos para escuchar música en *streaming* (We are social Ltd. y Hootsuite Inc., 2019: 19), por lo que el 78% de los usuarios accedieron diario a Internet por cualquier motivo (sea personal, de trabajo, etc.), mientras que el 15% al menos una vez por semana se conectó, el 5% una vez al mes y el 2% menos de una vez al mes (We are social Ltd. y Hootsuite Inc., 2019: 23), pero ahora con la emergencia sanitaria, estos porcentajes debieron de subir considerablemente, ya que se volvió el único medio para realizar casi cualquier actividad, como trabajar, estudiar, conocer las noticias, comprar, ordenar comida, entre otras.

Como se ha visto, debido al uso actual que hay de Internet tanto en México como en el mundo, resulta necesario revisar ciertas normas que existen en dicho territorio para regular y proteger obras de autoría, sobre todo porque existen varias obras dancísticas que deben ser protegidas, ya que en estos medios se presta mucho a divulgar, así como utilizar información sin darle crédito al creador, es decir, pueden dar cabida al plagio. Para ello, en México existe el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDAUTOR), el cual permite proteger todo lo que venga de la creatividad del ser humano como pinturas, música, programas de cómputo, obras literarias, logotipos, obras de teatro, entre otros, pues:

En la esfera del derecho de autor y de conformidad con la legislación mexicana aplicable, se entiende por registro la entrada de las obras en los archivos oficiales del Estado, con la finalidad de garantizar la seguridad jurídica de los autores, de los titulares de los derechos conexos y de los titulares de los derechos patrimoniales respectivos y sus causahabientes, así como dar una adecuada publicidad a las obras, actos y documentos a través de su inscripción. Las obras literarias y artísticas y los derechos conexos quedarán protegidos aún cuando no sean registrados (INDAUTOR, 2019).

Dentro de lo que este organismo ayuda a proteger en México, son las obras de danza, es decir, a la “La danza o el baile” que es “la ejecución de movimientos que se realizan con el cuerpo, principalmente con los brazos y las piernas y que van acorde a la música que se desee bailar” (INDAUTOR, 2019), lo que ayuda a que todos los creativos puedan proteger sus obras de otros que deseen lucrar o quitarles su derecho de autor. Es importante este factor ya que forma parte de las normas que conforman el territorio, además de que son pocas las personas que registran debido a la complejidad, así como lo tardado del trámite, ya que requiere de mucho tiempo para realizarse, razón por la cual las personas optan por no hacerlo o contratar a alguien que les ayude y garantice que su registro sea exitoso.

Es importante recalcar que el Internet es actualmente un servicio indispensable en la población urbana, debido a que sin ella no pueden realizarse la mayoría de las actividades diarias de los individuos, desde realizar una consulta o búsqueda de información, comunicarse con nuestros seres queridos así como trabajar con colegas en otras partes del mundo, incluso ordenar comida, por tanto, el territorio digital es una realidad actual de la cual ya nadie puede salirse y debe involucrarse, así hay que conocer el contexto para jugar las mejores cartas a nuestro favor, sobre todo ante esta crisis que nos está permitiendo sacar lo mejor de este territorio para aprovecharlo al máximo.

Con las cifras vistas anteriormente, se puede apreciar que es un medio sumamente usado y que con la emergencia sanitaria despegó, volviéndose indispensable para que fluya la sociedad, permitiendo que permanezca comunicada sin colapsar, mismo caso que ocurre con el *smartphone*, que en un inicio era un objeto de lujo, pero ahora es de alta necesidad, pues a través de él uno se mantiene en comunicación con el mundo, es un medio de ocio así como herramienta de trabajo, con el que se pueden comprar desde la comida o el súper y pagar por las bancas digitales sin necesidad de ir al lugar físico, brindando la posibilidad de hacer cualquier cosa en cualquier momento así como lugar, pues sólo se necesita del dispositivo más una conexión a Internet, sea ésta móvil o fija para estar conectado.

Bajo esa realidad, también es importante destacar que el uso de las redes sociales es cada vez mayor, razón por la cual tanto las empresas como eventos buscan estar más en ellas, si no están allí, es como si no existieran para los jóvenes, porque, como se vió en las estadísticas anteriores, ellos son los que usan más estos canales digitales, puesto que a través de ellas pueden hablar, expresarse y mostrar sus intereses, además de ser su primer medio de búsqueda de noticias así como de ocio, lo que ha convertido a los usuarios en consumidores visuales y de contenido de valor, por ello la importancia que poner a su disposición información actual así como confiable para que puedan conocer de lo que les interesa, pues ellos creen casi todo lo que hay en Internet y la mayoría no busca verificar que la información sea real, razón por la cual abundan las noticias falsas (*fake news*), mismas que se valen de dicho factor para mal informar a las personas e incluso generar polémicas innecesarias.

Por tanto, el territorio digital existe gracias al servicio de Internet a través de una conexión WiFi o de telefonía móvil, que a su vez se ha convertido en una primera necesidad para los usuarios de todo el mundo para poder estar conectados en todo momento desde cualquier dispositivo, lo que trae como consecuencia que se incremente la cantidad de personas que adquieren este servicio para ser usado en los hogares, lugares de trabajo y comercios para poder sobrellevar la pandemia. Si bien existen varios dispositivos para tener acceso a Internet, el más utilizado es el teléfono inteligente seguido de otros, de los cuales es interesante observar a las consolas de videojuegos, mismas que están empezando a cubrir terreno como medio de acceso a Internet, lo que quiere decir

que el público está adquiriendo un poco más de estos dispositivos y les está dando un uso adicional independiente del de jugar videojuegos, lo que lo vuelve un dispositivo a considerar para futuras aplicaciones.

El conocer el territorio nos permite saber cómo se desenvuelven los actores en los mismos, entender las relaciones que se forman dentro de él a la vez que identificar los elementos tanto tangibles como intangibles que intervienen, dependiendo de todo ello es cómo los individuos pueden adoptar un producto, comportarse ante alguna circunstancia o aceptar un nuevo servicio, generar empatía con personas o empresas. Además de que se puede visualizar, así como analizar el intercambio cultural que está propiciando este territorio junto con las múltiples posibilidades de interacción que ofrece para todas las esferas de la sociedad, incluida la danza, la cual tiene ante ella una gama de posibilidades de comunicación, así como de creación para llegar a todos los usuarios del mundo, abriendo caminos “nuevos” pero con una oportunidad latente de mercado. De entre todas las alternativas que existen para la danza y para poder generar estrategias de acción ante la pandemia, se identifican, así como analizan a continuación algunas de ellas, mismas que probablemente pasarán a formar parte de la nueva normalidad global.

Posibilidades del territorio digital en la danza ante la pandemia global: Casos de interés

Ante la pandemia derivada por el Covid-19 y como se ha expuesto en las líneas anteriores, varios Ballets reconocidos generaron mecanismos para aprovechar las posibilidades del territorio digital, sobre todo a las redes sociales como medio de obtención de recursos y difusión de la cultura. Si bien antes sólo se veía al Internet como un medio de promoción, ahora se ha convertido en una herramienta de supervivencia que ha roto paradigmas en cuanto al consumo e intercambio de este tipo de actividad dancística, trayendo retos junto con oportunidades en todo el mundo artístico, pues si no se concebía el consumo de una obra de ballet y otras danzas en plataformas digitales, ahora se convierte en la alternativa que hay para hacerlo.

Si bien el contexto emergente generó y aún genera incertidumbre, muchos encontraron una nueva manera de crear así como propiciar un intercambio cultural como ciudadanos del mundo, pues al estar presentes en Internet se rompen fronteras, haciendo que personas que quizá no tenían un poder adquisitivo alto para ir a presenciar espectáculos de grandes compañías, ahora puedan hacerlo desde la comodidad de su hogar, ya que esta industria de la danza abrió sus puertas a través del territorio digital, permitiendo el alcance de sus obras a todos los interesados a nivel global, entablando relaciones más cercanas con los usuarios y descubriendo áreas de oportunidad que antes eran impensables.

A partir de la necesidad de encontrar una manera de subsistir a la pandemia, varias compañías generaron iniciativas para compartir sus obras, entrenar a sus bailarines y conseguir aportaciones económicas de la audiencia para poder sobrevivir gracias al territorio digital, si bien impuso un gran reto al inicio, obligó a romper grandes paradigmas, como el que únicamente se podía tener acceso a este tipo de arte a través de mecanismos presenciales, pero se vió que a través del territorio digital es posible tener mayor alcance y otro tipo de beneficios.

De esta manera contamos con diferentes ejemplos tanto a nivel nacional como internacional. En primera instancia está el *English National Ballet* (ENB), el cual durante esta pandemia ha generado mucho contenido de valor bajo la premisa de que el “*Ballet is for everyone, everywhere, and we are working hard to continue to give you free access to great content, as well*

as ways to keep you dancing, active, and inspired” (ENB, 2020), es decir, tienen claro que el ballet es para todos y en cualquier lugar, por lo que su pasión debe ser compartida con calidad y de manera gratuita para que todos los interesados desde casa puedan tener acceso a este arte, encontrando un modo de sobre llevar este encierro global. Por ello suben videos con contenido de mucho valor para los usuarios, entre el que destaca una serie de videos llamada “*ENB at Home / Dance Classes*”, donde se transmiten clases de danza clásica con diferentes bailarines de su compañía para que los interesados aprendan la técnica de ballet de la mano de bailarines importantes como Tamara Rojo, Richard Bermange, entre otros. De esta manera han organizado su canal en diferentes secciones para que los usuarios puedan encontrar el contenido de valor en que estén interesados, por ejemplo, clases para niños entre 11 y 16 años, clases sobre una técnica en específico, sesiones con un bailarín en especial, obras, música, etc.

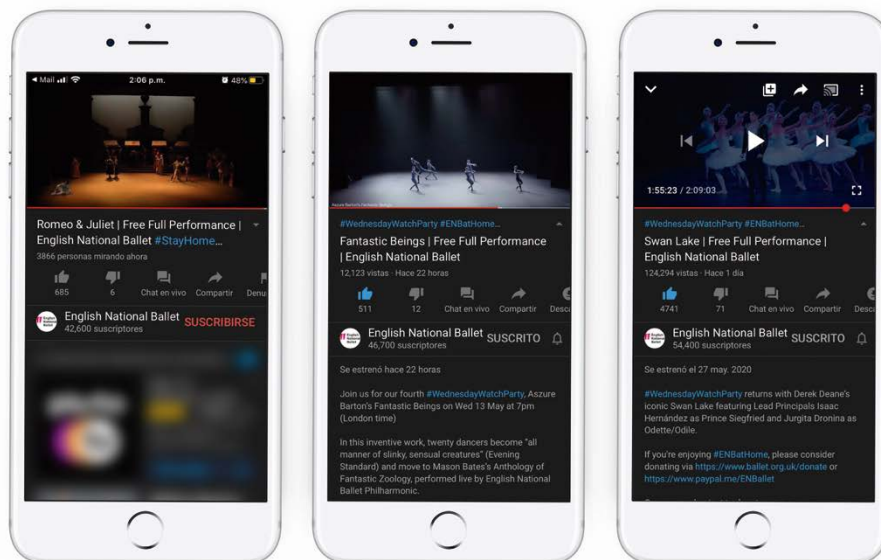
Así mismo cada miércoles desde que comenzó la pandemia transmite en su canal de *YouTube* y página de *Facebook* una obra diferente de su repertorio, que si bien antes subía sólo fragmentos para promocionar la obra e incitar a las personas a que fueran a las funciones presenciales, ahora al subir las obras completas descubrieron que tienen mayor impacto, además que su estrategia ha sido dejarlas disponibles durante 48 horas y dar a conocer su plataforma digital para recaudar fondos para la compañía. Esto permite que las visualizaciones sean mayores y por ende las recaudaciones, pues al ponerles a la audiencia un tiempo limitado para acceder a este contenido de manera gratuita, se les obliga inconscientemente a consumirlo de inmediato a la vez que compartirlo con más personas, lo que genera tráfico e interacción en estas plataformas.

Si la audiencia ve contenido de calidad en estos medios digitales, voluntariamente consume y aporta para ayudar a la compañía a que siga de pie, es decir, se genera empatía con los internautas, ven al Ballet como persona y se sienten cercanos, porque durante las transmisiones tienen la oportunidad de hacer preguntas, enviar felicitaciones e interactuar con parte de los miembros de la compañía, acercando a los individuos de todo el mundo, rompiendo fronteras así como estereotipos, todos se vuelven ciudadanos del mundo, lo que propicia un intercambio entre culturas de todo tipo al unirse éstas para presenciar una experiencia visual en el territorio digital que los une: la danza.

De esta manera puso al alcance de su audiencia grandes obras del ballet, que si bien no cualquiera podía ir a verlas, por este territorio digital ha sido posible, generando un intercambio cultural sumamente alto, ya que se puede apreciar el interés de la sociedad global en este tipo de espectáculos y el interés que tiene en apoyar el arte, porque de manera voluntaria varios usuarios donan a la compañía para algún día poder presenciar sus obras magistrales en vivo, a la vez de que conocen un poco más del ballet. El impacto que ha tenido esta iniciativa es muy alto, se puede observar por la cantidad de visualizaciones e internautas que ven sus videos, por ejemplo en *YouTube* tanto en el estreno como en los días subsecuentes antes de retirar el video, por mencionar algunas obras, “*Romeo y Julieta*” presentó hasta 3,866 internautas en vivo mirando el estreno del video el miércoles 6 de mayo de 2020, “*Fantastic Beings*” obtuvo 12,123 vistas el 13 de mayo en sus primeras 22 horas, mientras que “*El lago de los cisnes*” se estrenó el 27 de mayo de 2020 y obtuvo 124,294 visualizaciones en un día (ver **Ilustración 1**). Por tanto, se puede observar que estas transmisiones generaron un ingreso así como alcance significativos para la compañía, el cual fue creciendo ya sea por la obra o porque se pasó la voz de que cada miércoles se subía un ballet diferente, generando expectativa en los usuarios y apartando ese día en su agenda para poder disfrutar de este contenido desde casa, a la vez propició el intercambio cultural con un número considerable de personas que están interesadas en este tipo de espectáculos, mismos que aprovehan

este territorio digital para poder apreciar este tipo de espectáculos con el ideal de que algún día, terminada la pandemia, podrán verlos en vivo.

Ilustración 1.

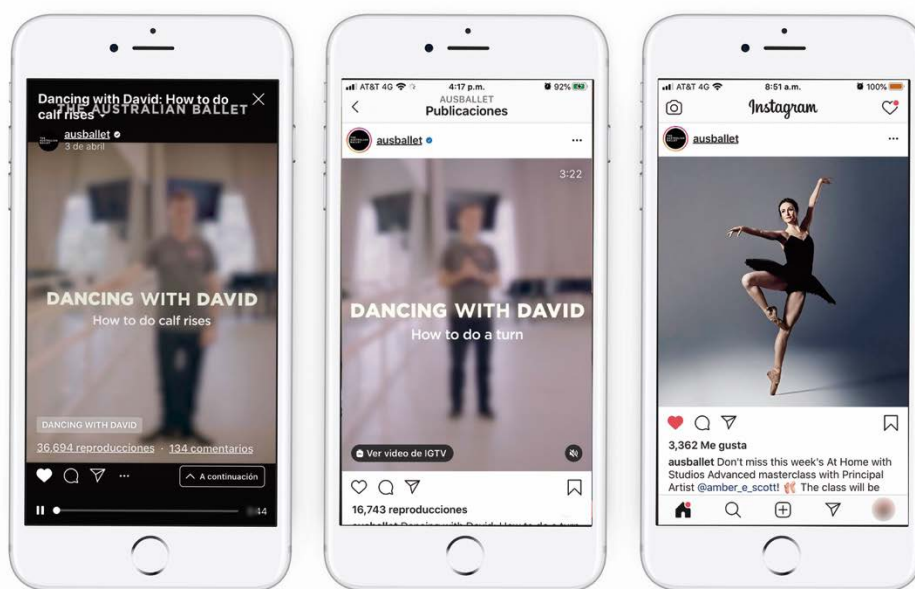


Capturas de pantalla tomada por la primera autora del artículo, de los videos de “*Romeo & Juliet*”, “*Fantastic Beings*” y “*Swan Lake*” del *English National Ballet* (ENB, 2020)

Por su parte *The Australian Ballet*, siguió esta parte de transmitir sus obras pero optó por una combinación entre usar YouTube y su propia plataforma digital integrada a su Página Web llamada “*At Home with Ballet TV*”, bajo la idea clara de que el “*Ballet is powerful magic. [...] Throughout its centuries of history, ballet has always offered the most wonderful escape from troubled times, and even though our theatres are closed, we want to offer you that gift*” (The Australian Ballet, 2020a), por ello habilitaron esta plataforma gratuita para que la audiencia desde casa pudiera seguir apreciando este arte, la cual surge al ver la respuesta dada por sus seguidores de *Instagram*, que al consumir los pequeños videos donde se enseñaba la técnica clásica del ballet de la mano de su director artístico David McAllister (ver Ilustración 2), los mismos seguidores dieron pauta a que se generara el proyecto debido a su interés en seguir viendo este tipo de contenido, así se valieron de *Instagram* como medio principal de difusión de la plataforma, donde fueron agregando contenido de valor para el usuario e interactuaron más con la audiencia, para después complementarse con su plataforma digital donde los internautas pueden tomar clases con los bailarines y profesores de dicha compañía, aprender de música o vestuario, entre otros temas, lo cual ha traído una respuesta altamente positiva. Como bien menciona la compañía “*We’re all at home – but we’re all together. And together, we’ll dance our way through*” (The Australian Ballet, 2020a), pues la danza demuestra ser nuevamente una manera de salir adelante de la adversidad en los momentos más difíciles, el territorio digital en esta ocasión permite que se siga adelante con esta parte fundamental de la cultura mundial, logrando que las compañías en lugar de seguir bajo el esquema de cobrar por ver sus funciones como hacían de manera presencial, emprendieran en lo digital dando acceso gratuito a producciones espectaculares, clases magistrales, historia y

contenido diverso únicamente abogando por la buena intención de las personas de donar voluntariamente para que esta industria siga en pie. Con este esquema se han dado cuenta que aportan más valor a los usuarios y a su vez son recompensados de la misma manera, porque ellos aprecian el esfuerzo de las compañías y con gusto donan lo que esté en sus posibilidades para que todos juntos puedan salir adelante de la pandemia.

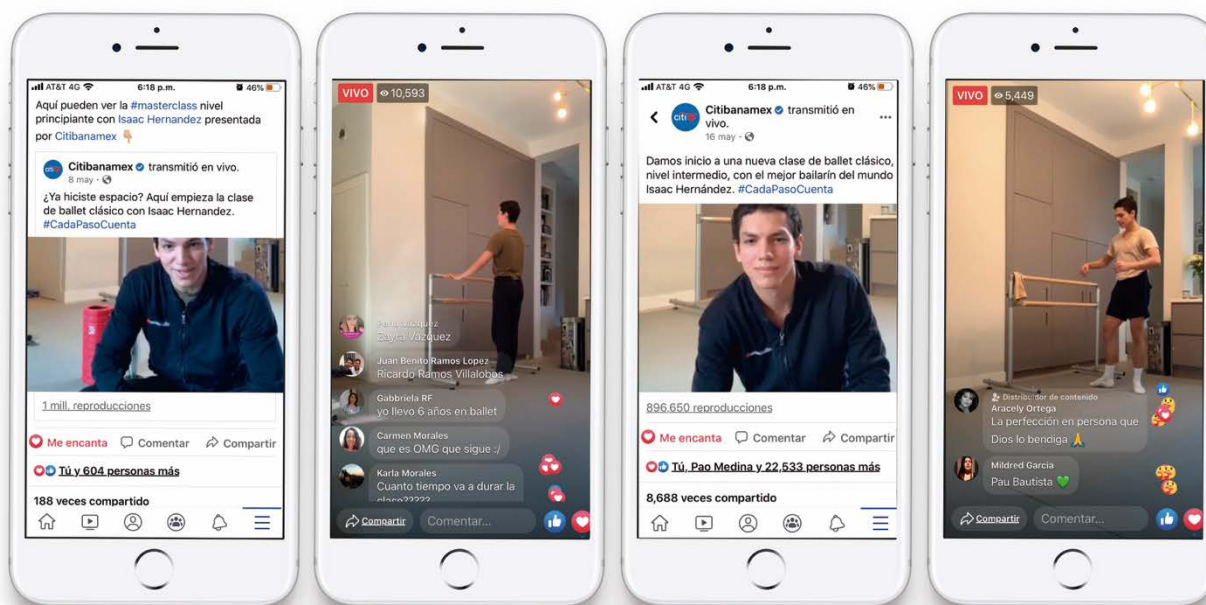
Ilustración 2.



Capturas de pantalla tomadas por la primera autora del artículo, de los videos y publicaciones de *Instagram* del *Australian Ballet* (The Australian Ballet, 2020b)

Esta misma dinámica la han tomado la mayoría sino es que todas las compañías tanto nacionales como internacionales, porque al no contar con las actividades presenciales para enseñar este arte, se vió al territorio digital como un medio a través del cual seguir brindando este servicio y llegar a una audiencia global, por lo cual una persona de México puede tomar una clase magistral con un bailarín de cualquier parte del mundo, rompiendo paradigmas y acercando cada vez más a las personas, pues se genera un intercambio cultural sumamente rico en esta disciplina. En esta área de las clases magistrales en línea, tenemos el ejemplo de *Citibanamex* que invitó al bailarín mexicano Isaac Hernández para dar dos clases magistrales a través de su página de *Facebook*, teniendo una audiencia arrasadora. La primera sesión, transmitida el 8 de mayo de 2020, alcanzó más de 10,593 personas en vivo y la segunda, realizada el 16 de mayo de 2020, llegó hasta 5,449 internautas durante la transmisión, sin embargo el número de visualizaciones alcanzadas al 28 de julio de 2020 ha sido, el primer video, de más de 1 millón de reproducciones, 604 interacciones y se ha compartido 188 veces, mientras que el segundo tiene 896,650 reproducciones, 22,533 interacciones y se ha compartido 8,688 veces (ver **Ilustración 3**), lo que nos demuestra la influencia que tiene dicho bailarín como influenciador (*influencer*) mexicano y el interés que existe en la comunidad global para acercarse a la danza en el territorio digital.

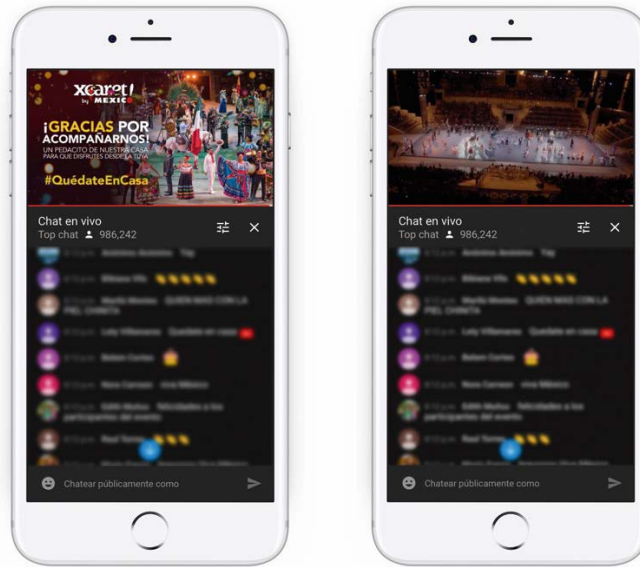
Ilustración 3.



Capturas de pantalla tomadas por la primera autora del artículo, de los videos de las clases magistrales de ballet clásico de Isaac Hernández en la página de *Facebook* de *Citibanamex* (Citibanamex, 2020a, 2020b).

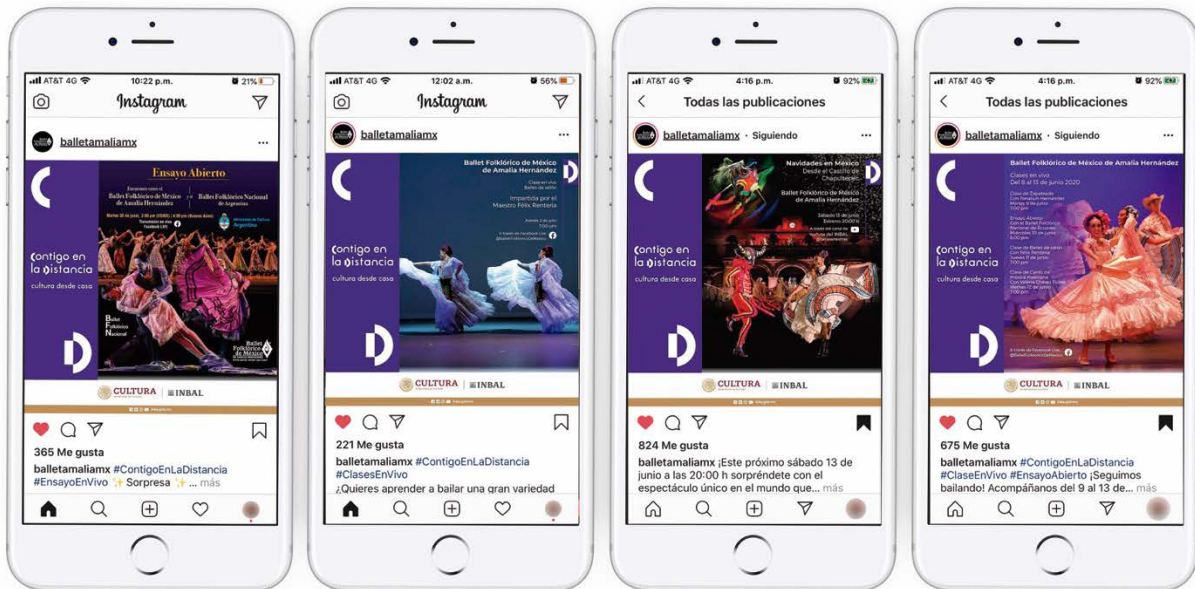
Otro tipo de actividades que ha traído consigo la pandemia en el territorio digital es la transmisión de eventos como “Danzatlán en un Click”, iniciativa de la bailarina mexicana Elisa Carrillo Cabrera, quién decidió lanzar la edición 2020 de manera digital, poniendo al alcance de todos los interesados clases magistrales, ballets y diferentes montajes artísticos a través de las redes sociales de *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*. Por su parte el parque Xcaret transmitió por primera vez uno de sus espectáculos más famosos y exclusivos llamado “México Espectacular”, para que las personas pudieran disfrutar de él a la distancia, obteniendo más de 986,242 espectadores en vivo (ver **Ilustración 4**), lo que quiere decir que la danza y cultura mexicana son de sumo interés para la sociedad global. Así mismo, la Secretaría de Cultura del Gobierno de México generó el programa “Contigo en la Distancia”, el cual funciona gracias a la colaboración de diversos artistas, compañías e instituciones como el Instituto Nacional de las Bellas Artes y Literatura (INBAL), el Centro Nacional de las Artes (CENART), el Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández, la Compañía Nacional de Danza, entre otras, quienes transmiten y difunden diversidad de contenidos, como clases magistrales, ensayos abiertos, entrevistas y algunas producciones completas de manera digital, no solo de danza sino también de música, teatro, entre otros, desde la plataforma Web de “Contigo en la Distancia”, así como en los Sitios Web, los canales de *YouTube* y páginas de *Facebook* e *Instagram* de cada colaborador (ver **Ilustración 5**), lo que demuestra que se puede consumir cultura en el territorio digital y generar alianzas, pues la mayor parte del contenido de valor que se genera es de manera gratuita a través de las plataformas digitales que se tienen y están a disposición de los usuarios de Internet.

Ilustración 4.



Capturas de pantalla tomadas por la primera autora del artículo, de la transmisión “México Espectacular” (Xcaret Park, 2020).

Ilustración 5.



Capturas de pantalla tomadas por la primera autora del artículo, de la publicidad en *Instagram* de algunos eventos de “Contigo en la distancia” sobre danza (Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández, 2020).

Hasta aquí, se han expuesto algunos ejemplos que hacen evidente el uso del territorio digital como medio para la difusión de la cultura. En éstos, el diseño gráfico, en particular en el diseño de entornos digitales, ha tenido un papel fundamental como creador de espacios a través del uso de estrategias de imagen y de comunicación visual para hacer de estos casos ejemplos de éxito ante el contexto actual. Se puede aseverar que el diseño de espacios digitales, se vuelve hoy un actor importante para la difusión de la cultura en lo que llamamos territorios digitales, y a su vez éstos se redefinen desde su concepto y hasta sus alcances, considerando que el tema no ésta concluido, se encuentra en reconformación y re conceptualización.

A manera de conclusión

El territorio digital se convierte en una posibilidad para la difusión de la cultura, en éste contexto, las ventajas que tiene la danza en éste territorio, que, aunque ha conservado los intangibles ha modificado el espacio, permitiendo la comunicación, así como observar y aprender sobre su receptor y el tipo de mensaje, junto con las estrategias para convertir a éste territorio en una posibilidad real de comunicación de la cultura. Algunos otros retos consisten en reconocer las potencialidades de las obras dancísticas de interés para el público, ayudando a las compañías a saber qué mantener en sus repertorios y qué más se puede crear.

A través de la investigación documental que se lleva a cabo en las páginas anteriores, se describió al territorio digital desde el contexto de la danza y se expusieron las múltiples posibilidades que existen en el mismo para la transmisión de la cultura a nivel global, abriendo nuevos mecanismos para este arte que han de considerarse para quedarse en esta nueva normalidad, ya que varias de estas actividades difícilmente podrán eliminarse y por ende se ha de sacar el mayor beneficio posible, para a partir de esta emergencia trabajar en este medio y considerarle como uno de los principales mecanismos de interacción cultural, donde el abanico de posibilidades es infinita, nos conecta como ciudadanos del mundo y demuestra una vez más que la danza es una fiel superviviente de la cultura global, pues siempre ha sabido adaptarse a los nuevos retos que se le presentan, afrontando las dificultades de la mejor manera y brindando siempre un mecanismo de salida para su audiencia para que pueda afrontar la adversidad. La emergencia sanitaria por tanto nos da la oportunidad de generar estrategias que permitan sobrepasar fronteras y transmitir cultura por diferentes mecanismos, siendo el territorio digital el campo ideal para el desarrollo creativo junto con la transmisión de cultura para todas las esferas de la humanidad.

Bibliografía

Libros

- Mora, P. (2013) *La apropiación de identidad iconográfica prehispánica como un factor intangible para el desarrollo de comunidades indígenas*. Tesis Doctoral. Toluca, México, Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)
- Ramírez, B. y López L., (2015) *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo*, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Colección: Geografía para el siglo XXI. Serie: Textos universitarios, núm. 17, México.
- Silva, A., (1992) *Imaginario Urbanos. Bogotá y São Paulo: Cultura y comunicación urbana en América Latina*, Bogotá, Tercer Mundo Editores.

Páginas electrónicas

Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández, (2020) “Ballet Folklórico de México” en *Instagram*. [En línea]. México, disponible en: <https://www.instagram.com/balletamaliamx/?hl=es-la>

Citibanamex, (2020a) “Clase de ballet clásico nivel intermedio con Isaac Hernández” en *Facebook Watch*. [En línea]. México, disponible en: <https://www.facebook.com/Citibanamex/videos/2717324431881080> [Accesado el día 28 de julio de 2020]

Citibanamex, (2020b) “Clase de ballet clásico con Isaac Hernández” en *Facebook Watch*. [En línea]. México, disponible en: <https://www.facebook.com/Citibanamex/videos/518926025708189> [Accesado el día 28 de julio de 2020]

English National Ballet, (2020) “English National Ballet” en *Youtube*. [En línea]. Inglaterra, disponible en: <https://www.youtube.com/user/enballet> [Accesado el día 28 de Mayo de 2020].

Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDAUTOR), 2019, “Registro de obras” en *Instituto Nacional de Derechos de Autor*, [En línea], México, disponible en: https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/registro/registro_obras.html, [Accesado el día 23 de octubre de 2019]

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2019, “Comunicado de Prensa. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares”, en *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. [En línea]. México, disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTI_H_2018.pdf, [Accesado el día 23 de Octubre de 2019].

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2020, “Comunicado de Prensa. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares”, en *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. [En línea]. México, disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ENDUTI_H_2019.pdf [Accesado el día 21 de Junio de 2020].

Kemp, S., (2019) “Digital 2019. Essential insights into how people around the world use the Internet, mobile devices, social media, and e-commerce” en *We are social*. [En línea]. New York, USA, disponible en: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> [Accesado el día 17 de octubre de 2019]

The Australian Ballet, (2020a) “At home with Ballet TV. 2020 Digital Season” en *The Australian Ballet*. [En línea]. Australia, disponible en: <https://australianballet.com.au/the-ballets/digital-season> [Accesado el día 28 de Julio de 2020]

The Australian Ballet, (2020b) “The Australian Ballet” en *Instagram*. [En línea]. Australia, disponible en: <https://www.instagram.com/ausballet/?hl=es-la> [Accesado el día 18 de mayo de 2020]

Xcaret Park, (2020) “México espectacular” en *YouTube*. [En línea]. México, disponible en: <https://www.youtube.com/c/xcaret/videos> [Accesado el día 26 de abril de 2020]

We are social Ltd. y Hootsuite Inc., (2019) “DataReportal” en *Data Reportal*. [En línea]. New York, USA, disponible en: <https://datareportal.com/> [Accesado el día 17 de octubre de 2019]