

Proyecto comunicacional ligado a la difusión y circulación de las Artes del Movimiento a través de una aplicación para dispositivos móviles (celulares, *tablets*, etc).

Una aplicación dirigida principalmente al estudiante de danza, maestros y profesores. El objetivo principal de la *app* es divulgar y promocionar actividades orientadas a la formación y capacitación de futuros bailarines y docentes: clases, seminarios, concursos y audiciones que se realizan en todo el territorio nacional. Como parte esencial del aprendizaje de un artista es el conocimiento de diversas obras, también se incluye una agenda de los espectáculos. Por este motivo, los usuarios que aprecian este arte como espectadores o balletómanos, no quedan exentos de poder acceder a sus beneficios.

La prioridad de la aplicación es acercarle al potencial público datos de las actividades que se desarrollan en distintos puntos del país, fomentando la descentralización de la cultura, permitiendo al usuario recibir otras ofertas artísticas que, muchas veces por costos o distancias, pueden resultar más accesibles e igual de enriquecedoras, centrandó en una sola aplicación la información que circula en diferentes medios de difusión, para que el consumidor acceda a ella desde un solo portal y pueda comparar opciones.

Una aplicación para dispositivos móviles donde todo estudiante, aficionado y profesional de la danza encontrará información sobre las propuestas artísticas de su interés que se desarrollan en la vasta geografía del país.

APPtitude

Proyecto de Difusión en Artes
del Movimiento

Tatiana Kucic

Especialización a Distancia en
Producción de Textos Críticos y de
Difusión Mediática de las Artes

Taller de Producción

Trabajo Final Integrador

Año: 2020

Alumna: Tatiana Kucic

Indice

1: Definición de proyecto comunicacional	3
2: Informe de escenario	5
2.1: Análisis de escenario:	5
2.2: Análisis del público:	14
3: Estrategia	17
4: Producción	22
4.1: Texto de presentación de la aplicación:	22
4.2: Maquetas:	23
5: Conclusión:	32
6: Bibliografía:	33

1: Definición de proyecto comunicacional

En la última década gracias a la aparición de los *new media* han crecido exponencialmente las modalidades de divulgación y circulación de información que refieren a las actividades artísticas. A los tradicionales suplementos culturales de los medios gráficos y revistas especializadas se le han sumado revistas digitales, páginas de *Facebook*, *Instagram* y páginas web. Y la danza como género artístico no ha sido la excepción en el aumento de las modalidades de comunicación de sus productos. Hoy en día prácticamente la mayoría de los estudios y compañías de danza (oficiales o privadas) poseen cuenta de *Facebook* o *website* con información sobre sus actividades, y es posible encontrar los suplementos de diarios y revistas especializadas en formato digital. El proyecto comunicacional que presento en el Trabajo Final Integrador está ligado a la Difusión de las Artes del Movimiento a través de una aplicación para dispositivos móviles (como celulares, *tablets*, etc).

La aplicación estaría dirigida principalmente al estudiante (y futuro profesional) de danza, así también como a maestros y profesores. El objetivo principal de la *app* es la divulgación y promoción de actividades orientadas a la formación y capacitación de futuros bailarines y docentes, desde clases y seminarios hasta concursos o audiciones. Parte esencial del aprendizaje de un artista es el conocimiento de obras de danza de los diversos géneros, ya sean de compañías independientes u oficiales, por lo tanto también se incluiría una agenda de los espectáculos que se llevan a cabo. Por este motivo, los usuarios que aprecian este arte como espectadores o balletómanos, más allá de no dedicarse profesionalmente, no quedarían exentos de poder acceder a sus beneficios.

Otra de las prioridades de la aplicación es acercarle al usuario datos no sólo de las actividades que se desarrollan en Capital Federal, sino también en el interior del país. Muchas ciudades como Rosario, Santa Fe, Córdoba, Mar del Plata, entre otras, poseen un gran movimiento artístico propio y han sido semillero de innumerables profesionales de la danza. Sin embargo, en muchas ocasiones quedan excluidas de las noticias e informes de la mayoría de los medios específicos o columnas editoriales de la prensa gráfica, con excepción de algún medio local que por lo general dedica poco espacio a la actividad cultural (crítica-difusión). A esto hay que sumarle que por cuestiones de periodicidad, sobre todo en las revistas específicas generalmente de difusión mensual, la información brindada refiere a eventos ya acontecidos (crítica-memoria) y el lector las recibe fuera de término para concurrir a las propuestas (ya sea

como participante o espectador de acuerdo al tipo de evento). De esta manera, la aplicación fomentaría la descentralización de la cultura, permitiendo al usuario del interior del país recibir otras ofertas artísticas que, muchas veces por costos o distancias, le pueden resultar más accesibles e igual de enriquecedoras.

Rolando Martínez Mendoza y José Luis Petris en su obra *Arte, Crítica y Cotidianeidad* refieren a la importancia de reconocer los diferentes tipos de crítica que se utilizan en los medios gráficos, ya sean especializados o no. “Mientras que la crítica de arte de medios específicos (especializados en temas artísticos), principalmente por una cuestión de periodicidad, critica obras ya ocurridas/presentadas, y aquí las características de cada lenguaje artístico definirán las particulares posibilidades de relación temporal entre la crítica y la obra, en los diarios (y la periodicidad diaria aquí es determinante) la crítica suele hablar de obras que pueden ser experimentadas con posteridad a la lectura de la crítica. Se construyen así dos tipos de crítica muy distintas, la **crítica/difusión** (positiva o negativa, es decir que aconseja la experiencia o la desaconseja, pero que en todos los casos difunde la existencia de la obra artística) y la **crítica/memoria** (donde la crítica no afecta el mayor o menor consumo social de la obra sino que interviene en su posterior probable consideración histórica).” (Martínez Mendoza y Petris, 2016: 6-7).

Para poder cumplir con los objetivos de este proyecto, es primordial un relevamiento de las diferentes revistas especializadas, páginas web de fundaciones o compañías y páginas de *facebook* de estudios de danza o teatros (metatextos); de esta manera se centraría en una sola aplicación la información que circula en diferentes medios de difusión, para que el usuario acceda a ella desde un solo portal y pueda comparar opciones. Gerard Genette encuadra al metatexto como uno de los cinco tipos de “transtextualidad o trascendencia textual del texto (...) todo lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos” (Genette, 1989: 9-10). Tanto los metatextos como los otros cuatro tipos de transtextualidad -intertextualidad, paratextualidad, architextualidad e hipertextualidad- “no se deben considerar (...) como clases estancas, sin comunicación ni entrelazamientos recíprocos. Por el contrario, sus relaciones son numerosas y a menudo decisivas.” (Genette, 1989: 17)

Como los géneros dentro de la disciplina son muy vastos (danzas folclóricas, tango, comedia musical, *street dance*, entre otros) la aplicación se enfocará principalmente en la danza clásica (*ballet*) y contemporánea. Para una mayor eficiencia

en la divulgación de los eventos relacionados, la actualización de los cronogramas de actividades debe ser periódica.

El uso de la *app* consiste en que el usuario elija desde su dispositivo una localidad entre las disponibles (por cercanía o porque pronto visitará determinada ciudad) y desde la pantalla de su teléfono móvil pueda acceder a las diferentes propuestas artísticas (específicamente en danza) que tendrán lugar allí en un determinado período de tiempo (mensual). Además, si el consumidor eligiera una localidad predeterminada, podría recibir alertas en su celular para notificar eventos de interés. Otra característica que tendría la aplicación es permitir al usuario compartir su experiencia con sus pares, dejar comentarios, recomendar lugares de estudio o espectáculos.

El título del proyecto es *Apptitude*, conjunción de los términos *application* (aplicación en inglés) y *attitude* (nombre en francés de un paso de ballet que significa actitud). El usuario identificaría a través del nombre que la aplicación está orientada al mundo de la danza, y al mismo tiempo sugiere (más allá de hacer referencia a un paso de baile) una “actitud” del consumidor, una conducta activa, de participación y búsqueda en relación con el tema de interés común: la danza en sus diferentes manifestaciones.

2: Informe de escenario

2.1: Análisis de escenario:

El objetivo del proyecto comunicacional consiste en reunir la mayor cantidad posible de información que circula por la red en un mismo espacio mediático, para así facilitarle al usuario (estudiante, docente, espectador) la comparación de las diferentes propuestas artísticas relacionadas con la danza, ya sean cursos, seminarios, audiciones, concursos o espectáculos, en diferentes puntos del país. Luego de una intensa búsqueda pude encontrar un programa similar en España (Danza.es), pero no así en Argentina, aunque sería probable encontrar una propuesta semejante en caso de hacer una investigación más exhaustiva.

El siguiente análisis discursivo se propone identificar los rasgos de estilo, maneras de interpelar al usuario, modo de presentar información (relevamiento y

criterio de selección) de los distintos actores que comparten la temática del programa que deseo llevar a cabo en este trabajo.

Definición de actores cercanos relevantes

Para definir en qué marco se inserta el proyecto es preciso analizar los espacios comunicacionales que considero más relevantes, tanto por su duración institucional, por su alcance al lector/usuario, como por la variedad y confiabilidad de su contenido. El corpus de análisis está conformado por diferentes medios comunicacionales (anclados en distintos soportes y dispositivos) y he elegido uno de cada uno como representante de las características generales de los medios con temáticas afines.

Roland Barthes define corpus como “un conjunto heteróclito de hechos que habrá que ‘tratar’ para conocer su estructura; este conjunto tiene que ser definido por el investigador con anterioridad a la investigación: es el corpus. El corpus es una colección finita de materiales, determinada previamente por el analista, con cierta (inevitable) arbitrariedad, sobre el cual va a trabajar. (...) El corpus tiene que ser suficientemente amplio como para que se pueda suponer razonablemente que sus elementos saturan un sistema completo de semejanzas y de diferencias. (...) Por otra parte el corpus tiene que ser lo más homogéneo posible; en primer término, homogeneidad de la sustancia; interesa evidentemente trabajar con materiales constituidos por una sola y misma sustancia. (...) La realidad, sin embargo, presenta la mayoría de las veces sustancias mixtas.” (Barthes, 1993:80-81).

El corpus que será analizado a continuación está conformado por la revista *Bulletin Dance* (tanto versión gráfica como digital), la página de *Facebook* oficial de la Fundación Julio Bocca, la página web oficial del Teatro Colón y la aplicación para celulares Danza.es. En primer lugar, he mencionado al que tiene mayor influencia por su doble dispositivo (gráfico y digital) y estabilidad (25 años ininterrumpidos de publicaciones mensuales), y por consiguiente más llegada al público que podría estar interesado en el proyecto. Al mismo tiempo, la revista *Bulletin Dance* podría brindar información complementaria a la otorgada por la aplicación. La versión gráfica es de distribución gratuita en algunos lugares (comercios de indumentaria para la danza, por ej.), o se consigue mediante suscripción. En los últimos años *Bulletin Dance* se ha adaptado a las demandas de sus lectores, creando una página de *Facebook*, una cuenta de *Twitter* y otra de *Instagram*, ampliando significativamente las fronteras de recepción,

y permitiendo al usuario una participación interactiva, lo cual era prácticamente imposible dentro de su emplazamiento original (revista gráfica).

Seguidamente, tanto la página de *Facebook* como la página web, al ser específicas de dos instituciones no brindan datos más allá de sus propias actividades y el público/usuario accede a una información acotada. Pero las incluyo en el análisis con el propósito de evaluar los diferentes portales de teatros, estudios, academias y fundaciones de todo el país que servirán como proveedores de noticias a la aplicación (relevamiento de información). En último lugar, he mencionado al que tiene más puntos en común con el producto que deseo ofrecer, pero al pertenecer a otro país no compite por captar la atención del público; de todas maneras es pertinente comparar sus servicios al compartir el mismo dispositivo (*app* Danza.es). A continuación, los links de los medios que conforman el corpus de análisis:

- Últimas tres ediciones consecutivas de la revista *Balletin Dance* (formato digital)

<https://balletindance.com/category/marzo-2020-ano-26-no-295/>

<https://balletindance.com/category/enero-febrero-2020-ano-26-no-294/>

<https://balletindance.com/category/diciembre-2019-ano-26-no-293/>

- Página de *Facebook* Fundación Julio Bocca

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

- Página web Teatro Colón

<http://www.teatrocolon.org.ar/>

- Aplicación para celulares Danza.es

<http://www.danza.es/app-oficial-danza.es/>

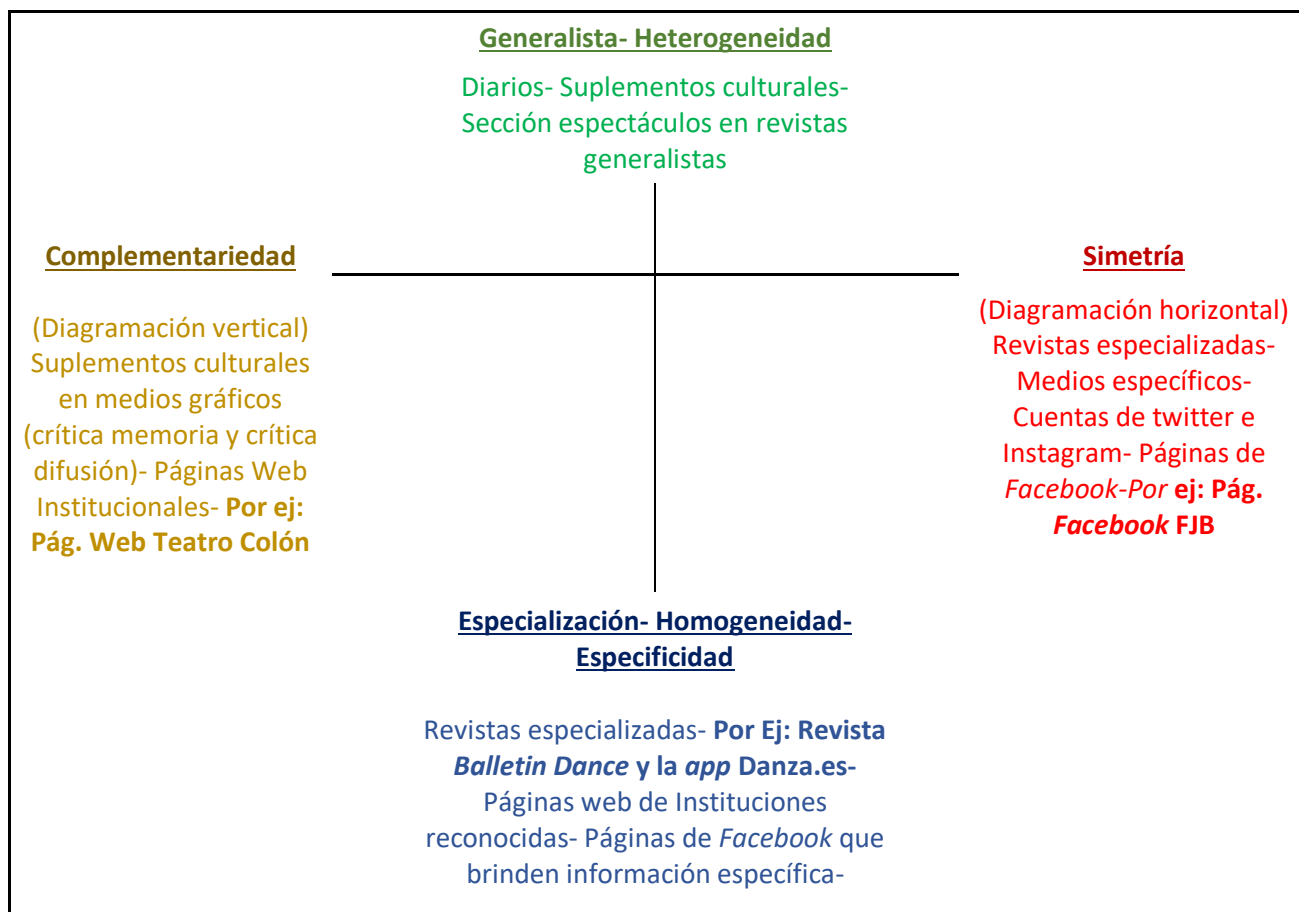
“Hay que aceptar, pues, corpus heterogéneos, pero procurando entonces estudiar cuidadosamente la articulación sistemática de las sustancias participantes (en especial separando adecuadamente lo real y el lenguaje que se hace cargo de él), es decir, dar a su heterogeneidad misma una interpretación estructural; luego, homogeneidad de la temporalidad; en principio, el corpus debe eliminar al máximo los elementos diacrónicos; tiene que coincidir con un estado del sistema, con un ‘corte’ de la historia (...) desde un punto de vista operativo, el corpus tiene que aprehender lo más estrictamente posible los conjuntos sincrónicos; se preferirá, pues, un corpus variado

pero comprimido en el tiempo a un corpus limitado pero de larga duración.” (Barthes, 1993:81).

Tendencias globales en la comunicación de la categoría

La realización de mapas es una de las formas técnicas para realizar un trabajo de análisis, evitando falsas polaridades y esquematismos en la descripción y permitiendo encontrar nuevos descriptores. El siguiente gráfico es un modelo propuesto en la Unidad 2 del Taller de Producción (Diagnóstico) donde se observan las posiciones estilísticas en el escenario a analizar y cómo se relacionan las propuestas comunicacionales entre sí (ejes de diferenciación que organizan el escenario).

Tanto el estilo (“modo de hacer”) como el género (clase de objeto cultural) se definen por características temáticas, retóricas y enunciativas, pero “las descripciones de género articulan con mayor nitidez rasgos temáticos y retóricos, sobre la base de regularidades enunciativas. En las del estilo, en cambio -organizadas en torno de la descripción de un hacer-, el componente enunciativo suele ocupar el primer lugar.” (Steimberg O., 2013: 51). Oscar Steimberg remarca la característica trans-semiótica de los estilos (sean de época, de región o corriente artística o los correspondientes a un área socialmente restringida de intercambios culturales): no se circunscriben a ningún lenguaje, práctica o materia significante. “Las definiciones de estilo han implicado, en sus distintas acepciones, la descripción de conjuntos de rasgos que, por su repetición y su remisión a modalidades de producción características, permiten asociar entre sí objetos culturales diversos, pertenecientes o no al mismo medio, lenguaje o género.” (Steimberg O., 2013: 61).



El eje de horizontalidad hace referencia a la complementariedad y la simetría en las propuestas comunicacionales. Entre los elementos que construyen la complementariedad se encuentran la mayor selección de sus contenidos y la presencia de función metalingüística. En el enfoque complementario, el enunciador organiza y guía la lectura del enunciatario (diagramación vertical) construyendo un efecto de orden y jerarquización, por ejemplo, en segmentos culturales o de espectáculos de medios gráficos (la crítica memoria y la de difusión) que sugieren un consejo o recomendación. Si bien en cada caso el tipo de vínculo debe analizarse de manera particular (cada plataforma o dispositivo puede configurar una u otra relación comunicacional indistintamente), la página web del Teatro Colón construye una escena complementaria: el enunciatario busca recibir del enunciador información de la que carece, datos que le faltan, característica del enfoque complementario. Así mismo el enunciador guía al enunciatario utilizando recursos de énfasis en sus enunciados (mayor tamaño o ubicación central en la página), jerarquizando el contenido de la misma de mayor a menor categoría y proponiendo una direccionalidad en la lectura. Los consejos y cuantificaciones son operaciones que caracterizan lo que Eliseo Verón denomina como

enunciador pedagógico: “aquí el contrato se construye entre un ‘nos’ y un ‘ustedes’ explicitados, y el nexa se hará entre dos partes desiguales, una que aconseja, propone, advierte, brevemente, que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o menos pasivo, que aprovecha. (...) implica una cierta distancia entre el enunciador y el destinatario.” (Verón, 1985: 8)

Por el contrario, en el enfoque simétrico el enunciador y el enunciatario se hallan en el mismo nivel de la escena comunicacional, equidad que permite una lectura más abierta (diagramación horizontal). En la página de Facebook de la Fundación Julio Bocca el vínculo se asemeja a una conversación entre pares, sin que uno organice el recorrido del otro, el contrato entre enunciador y enunciatario establece un lugar de complicidad. Se utiliza mayoritariamente un léxico informal, se pueden compartir publicaciones o hacer mención de otros usuarios. Existen otros rasgos que nos permiten definir la escena como simétrica: “una primera figura es la interpelación al destinatario. (...) Este destinatario también puede tomar la palabra, es decir, el enunciador lo hace hablar. (...) Una figura de la complicidad es el diálogo. En el discurso del soporte enunciador y destinatario se ponen a hablar.” (Verón, 1985: 8). También puede observarse esta relación en algunas cuentas de *Twitter* o *Instagram*. De la misma manera, en los medios gráficos específicos, si bien se utiliza un lenguaje más especializado o técnico, enunciador y enunciatario comparten saberes y no hay necesidad de explicar términos particulares. En la simetría el enunciador puede hacerle guiños al enunciatario gracias a las competencias en común, dando por sentado lo que el otro sabe.

El eje vertical del mapa une los proyectos comunicacionales con enfoque genérico o heterogéneo con los especializados y homogéneos. La mayor parte de los medios gráficos como diarios y revistas ofrecen algún suplemento o columna de arte, cultura o espectáculos, mientras que en el resto del cuerpo del mismo el contenido es variado y la temática es diversa. Estos son los medios generalistas, donde los lectores pueden tener intereses disímiles. Dentro de los específicos encontramos a las revistas especializadas, páginas *web* o de *Facebook* que tienen un tema en común referido a la actividad artística y el contenido está dirigido a un lector que busca determinado tipo de información cultural. La revista *Balletin Dance* y la aplicación *Danza.es* se encuentran dentro de este último grupo, por la homogeneidad y especificidad de sus enunciados.

A continuación se presenta una grilla comparativa para analizar los rasgos distintivos e invariantes a nivel retórico, temático y enunciativo, de los medios comunicacionales que abordan los mismos temas y problemáticas:

	Revista <i>Balletin Dance</i>	Facebook Fundación Julio Bocca	Web Teatro Colón	App Danza.es
Retórico	<p>Revista de publicación mensual (1er edición: abril 1994)-Uso de color en la tapa con imágenes de calidad e interior en blanco y negro (versión gráfica)- Color e imágenes de alta calidad (versión digital)- Notas informativas y entrevistas de gran extensión- Cartelera y Cronogramas de actividades más reducidas- Publicidades relacionadas con el rubro danza- Equilibrio entre imagen y texto- Léxico formal- Se complementa con Página de <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i> e <i>Instagram</i> donde utiliza un léxico coloquial-</p>	<p>Página de <i>Facebook</i>- Actualización periódica- Lenguaje informal- Fotografías y videos de mediana calidad principalmente de docentes y alumnos de la Fundación- Prevalece la imagen sobre el texto- Se complementa con una página web oficial de la institución-</p>	<p>Página web institucional - Actualización periódica- Léxico formal- Diseño de la página con colores sobrios y negro- Fotografías a color- Logo con una imagen característica de la fachada de la institución- Segmentación de la página- Posibilidad de modificar el idioma (español, inglés o portugués)-Prevalece la imagen sobre el texto- Se complementa con una página de <i>Facebook</i> de la institución-</p>	<p>Aplicación- Actualización periódica- Menor calidad en las imágenes- Uso de color- Textos breves- Prevalece la imagen sobre el texto- División del espacio en segmentos- Léxico informal-</p>

Oscar Steimberg define al campo retórico como “aquel que se ocupa de la organización y configuración de un texto, y se separa de cualquier función ornamental, nos apartamos de la Retórica como conjunto de preceptos para construir un discurso persuasivo y nos ubicamos en una perspectiva descriptiva de la organización de los textos”. (Steimberg, O.: 1998)

	Revista <i>Balletin Dance</i>	Facebook Fundación Julio Bocca	Web Teatro Colón	App Danza.es
Temático	Revista con especificidad en danza de todos los géneros y estilos- La temática principal es la actualidad de la actividad dancística tanto a nivel nacional como internacional, aunque mayormente el contenido refiere a lo acontecido en Capital Federal - Crítica memoria y Crítica Difusión de Espectáculos de Danza, ya sea clásica (Ballet), contemporánea, folclórica, jazz, o de cualquier modalidad- Datos de audiciones, festivales y obras en cartel- Informes sobre bailarines y coreógrafos residentes en el país o el exterior: actividad, trayectoria y proyectos- Dentro de la unidad temática que propone la publicación presenta un contenido heterogéneo-	Especificidad en danza de diferentes estilos- La temática principal de la página es la actividad que desarrolla la Fundación- Información de espectáculos, seminarios, cursos, becas y audiciones que se llevan a cabo dentro de la Institución- Principales carreras: comedia musical y danza clásica- Contenido homogéneo-	Noticias específicas de la institución- La temática principal de la página es la actividad de los cuerpos artísticos del Teatro (ópera, coro, orquesta, ballet, ISA)- Cartelera de espectáculos con contenido sobre los artistas que participan, argumento, ficha técnica- Información para la compra de entradas y visitas guiadas (fechas, disponibilidad, precios)- Posibilidad de ver en directo (vía <i>streaming</i>) programación del Teatro- Contenido homogéneo-	Especificidad en danza de todos los géneros y estilos- La temática principal de es la actividad dancística que se desarrolla en España- Noticias de danza clásica (Ballet), contemporánea, española, jazz, o de cualquier modalidad - Información de diversos lugares geográficos del país- Instituciones y Compañías (oficiales y privadas)- Datos sobre cursos, audiciones, seminarios- Cartelera de espectáculos- Dentro de la unidad temática que propone la aplicación presenta un contenido heterogéneo-

Los temas son las “unidades de significado estereotipadas, recurrentes en un texto o en un grupo de textos y capaces de caracterizar áreas semánticas determinantes” (Segre: 1988, 357). Así mismo, Cesare Segre toma las palabras de Harry Levin al indicar que “los temas como los símbolos, son polisémicos, pueden estar provistos de significados diferentes frente a situaciones diferentes”. (Levin: 1968, 125-45)

	Revista <i>Balletin Dance</i>	Facebook Fundación Julio Bocca	Web Teatro Colón	App Danza.es
Enunciativo	Enunciación colectiva, firma de los autores de las notas y entrevistas, enunciación manifiesta- Enunciación polémica e informativa (dependiendo el artículo)- El enunciador promociona, aconseja, divulga, muestra su postura en los contenidos desarrollados- El enunciador se coloca en una posición pedagógica- El enunciatario se actualiza y tiene la posibilidad de formar opinión respecto a los temas tratados- Enunciatario ideal: lector conocedor en la materia-	Enunciación institucional- El enunciatario tiene participación en la página a través de mensajes- Se genera comunicación entre los diferentes enunciatarios- Feedback- El enunciador conversa con el enunciatario y a su vez, ellos conversan entre sí- Cercanía entre enunciadador y enunciatario- Enunciación informativa- Enunciatario ideal: alumnos regulares o potenciales de la institución-	Enunciación institucional- Posibilidad de contacto del enunciatario con la institución- Sin vínculo entre los diferentes enunciatarios- El enunciador informa y guía al enunciatario a conocer los contenidos de mayor relevancia, tomando una posición pedagógica- Enunciatario ideal: público (asiduo o potencial) de la institución-	Enunciador transparente (objetivo e impersonal)- Enunciador construye cercanía con el enunciado, el enunciatario es convocado a buscar el contenido de su interés- El enunciador informa- Distancia entre enunciadador y enunciatario- El enunciatario disfruta de información actualizada todo el año con facilidad y con rápido acceso- Enunciatario ideal: bailarín en formación o profesional residente en España-

En la aplicación Danza.es estamos en presencia de un enunciador transparente, que no toma posición y se limita a informar: “en un discurso donde ni el enunciador ni el destinatario están explícitamente marcados, designa un contrato donde un enunciador objetivo e impersonal habla la verdad.” (Verón, 1985: 7). Por otro lado, tanto en la revista *Balletin Dance* como en la página web del Teatro Colón, el enunciador se hace visible al tomar una posición pedagógica. “Las dos modalidades que hemos evocado, el enunciador objetivo y el enunciador pedagógico, caracterizan contratos que implican una cierta distancia entre el enunciador y el destinatario.” (Verón, 1985: 8). Para finalizar, en la página de *Facebook* de la Fundación Julio Bocca, si bien el enunciatario se encuentra visibilizado, no se coloca en un lugar aleccionador sino que adquiere cercanía y complicidad con el enunciatario.

Espacios de oportunidad

La característica principal que diferencia al proyecto es la inclusión de información de otras localidades e instituciones que normalmente no tienen espacio en los medios especializados, ya que las noticias circundantes en las diversas propuestas comunicacionales privilegian a *una* ciudad o a *una* institución. De esta manera el usuario ahorraría tiempo en la búsqueda e investigación, ya que la aplicación lo haría por él. Al mismo tiempo, ofrecería la posibilidad de recibir alertas mediante la selección de una localidad predeterminada, y de esta forma se garantiza recibir las noticias de nuevas actividades a desarrollarse. Así, el usuario no debe salir en busca de noticias, sino que éstas llegarán a él directamente, asegurándose que va a estar permanentemente informado para poder aprender, capacitarse y conocer las nuevas propuestas artísticas que enriquecerán su formación.

Las funciones de la aplicación favorecen la descentralización de una actividad que si bien posee dominio en la capital del país, por la cantidad de institutos, academias y teatros, no por eso no deja de crecer en el vasto territorio nacional, siempre en búsqueda de posibilidades de desarrollo en todas las áreas culturales, donde la danza no es una excepción. La posibilidad de incluir lugares menos promocionados (ya sean geográficos como localidades o físicos como teatros e instituciones) le dará acceso a un nuevo público -estudiante o espectador-, desjerarquizando así una actividad que tiende a ser catalogada como elitista, levantando las barreras para una mayor llegada a nuevos sectores de la sociedad.

2.2: Análisis del público:

El proyecto comunicacional está dirigido a cualquier persona que tenga afición en el lenguaje artístico de la danza. La inclinación por esta temática es el denominador común de los distintos públicos del mismo. Luego existen otros segmentos de interés como la formación, capacitación, inserción profesional o simplemente entretenimiento (en orden de prioridad).

Para que se constituya un intercambio discursivo es necesaria la existencia de un medio de comunicación, que de acuerdo a sus características y particularidades, gestiona el contacto entre los actores comunicados y ayuda a construir una escena enunciativa. Con **gestión del contacto** entendemos el tipo de relación posibilitada y

reglada (explícita o implícitamente) para los emisores, receptores y/o “dialoguistas”. Cada medio se caracteriza y diferencia de otros medios de comunicación a partir de las características propias de esta interacción. “Todo medio de comunicación es un particular dispositivo social que gestiona el contacto entre los actores comunicados, independientemente de la tecnología utilizada.” (Martínez Mendoza y Petris, 2009). En este proyecto se apunta a un destinatario específico y potencialmente activo. La interacción entre emisor y receptor que posibilita la aplicación será pública, pudiéndose dar en diferido y a distancia, y la periodicidad del contacto entre los actores habilitará y acrecentará la difusión de su contenido.

Respecto a las variables demográficas, el estudiante de danza en pleno desarrollo es el que mayor provecho puede obtener del uso de esta aplicación, sin importar lugar de residencia. Al ser una carrera que se comienza a temprana edad, complementar el entrenamiento y sumar experiencia es crucial para un buen desempeño a futuro, estando en la adolescencia y comienzo de la adultez (de quince a veinticinco años aproximadamente) en el momento más fructífero para tener mayores posibilidades laborales, tanto por sus capacidades técnicas como salud física. Por consiguiente, los bailarines en formación serían potencialmente los primeros usuarios interesados. Esto no es excluyente para que otro tipo de público pueda beneficiarse con los servicios de la aplicación, ya sean docentes que desean mantenerse actualizados o sólo espectadores que disfrutan de la actividad artística, más allá de no ser estudiantes o realizar una actividad profesional relacionada. A éstos, el producto llegaría gracias a recomendaciones de terceros o mediante otros canales.

Si bien hoy en día la mayor parte de la población puede poseer un dispositivo que le permita descargar la aplicación, que además es sin cargo, el nivel socioeconómico del usuario para acceder a esta propuesta comunicacional debe ser medio-alto. Esto se debe a que los hábitos de consumo culturales difieren entre los sectores de bajos recursos y la clase media-alta. Además, los eventos sobre los cuales recibirá información (desde seminarios hasta de obras en cartel) por lo general no son de acceso gratuito, aunque existen excepciones.

Respecto a los proyectos analizados anteriormente, tanto por su permanencia como por su alcance a gran número de lectores, la revista *Balletin Dance* es generadora de opinión y referente en el público interesado en la temática. Marca su postura y punto de vista en las diferentes problemáticas abordadas en sus notas. Las páginas de *Facebook* (incluso la perteneciente al mencionado boletín informativo) y los sitios web

son menos críticos, y los lectores siguen una u otra publicación en relación con sus intereses personales (estilo de danza, cercanía geográfica, seguimiento de algún artista o compañía en particular) no por la cantidad o calidad de la información que ofrecen.

Para finalizar el **informe de escenario** de este proyecto se presenta el siguiente gráfico conocido como *Business Model Canvas*, que es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes. Esta herramienta de trabajo describe las propuestas de un producto o de valor de una empresa de una manera flexible y visual, resultando de gran utilidad a la hora de buscar financiación y futuros patrocinadores o inversores, ya que permite explicar el plan de negocio en pocas palabras. Traducido como **lienzo de modelo de negocio**, fue propuesto en el año 2010 por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en el libro *Generación de modelos de negocio (Business Model Generation)*, de Ediciones Deusto (Grupo Planeta).

El análisis de escenario y el análisis del público son esenciales para una óptima confección del cuadro. El modelo de negocio de Canvas se divide en nueve módulos: la parte derecha hace referencia a los aspectos externos de la empresa mientras que en la parte izquierda se reflejan los aspectos internos. En primer lugar se deben completar los módulos del lienzo de la parte derecha que hacen referencia al mercado, ya que es imprescindible conocer y analizar el entorno en el que va a operar el proyecto, identificando inicialmente el segmento de clientes (segmento de mercado), qué se les ofrece (propuesta de valor), cómo llegar a ellos (canales), qué relación vas a mantener con ellos y finalmente la fuente de ingresos (ganancias). Los módulos de la parte izquierda se componen de los procesos y recursos para el funcionamiento de la actividad que se va a desempeñar (producción, solución de problemas y plataforma), socios clave (aliados) y proveedores necesarios para que la idea de negocio funcione y para concluir, la estructura de costes.

<p><u>Problemas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -La mayoría de la información que circula es referente a Capital Federal -Al interior del país la información de actividades relacionadas llega fuera de término 	<p><u>Solución</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Promocionar actividades que se realizan en el interior del país -Brindar al público información variada y actualizada de los eventos artísticos para comparar 	<p><u>Propuesta de valor</u></p> <p>Aplicación para celulares que mediante la geolocalización permita acceder a información de eventos a realizarse en todo el país</p>	<p><u>Ventaja especial</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento del campo (diferentes propuestas artísticas) -Experiencia como ex estudiante, bailarina profesional y actual docente de las necesidades del potencial usuario 	<p><u>Segmento</u></p> <p>Estudiantes de danza entre quince y veinticinco años</p> <p><u>Primeros usuarios</u></p> <p>Bailarines en formación</p>
<p><u>Aliados</u></p> <p>Instituciones públicas o privadas que desean promover sus actividades.</p>	<p><u>Métricas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Cantidad de usuarios que descargan la aplicación -Comentarios de los lectores en los eventos publicados -Mayor número de noticias subidas al portal 		<p><u>Canales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Facebook -Instagram -Revistas especializadas -Otros medios digitales 	
<p>Costos</p>		<p>Ganancias</p>		

3: Estrategia

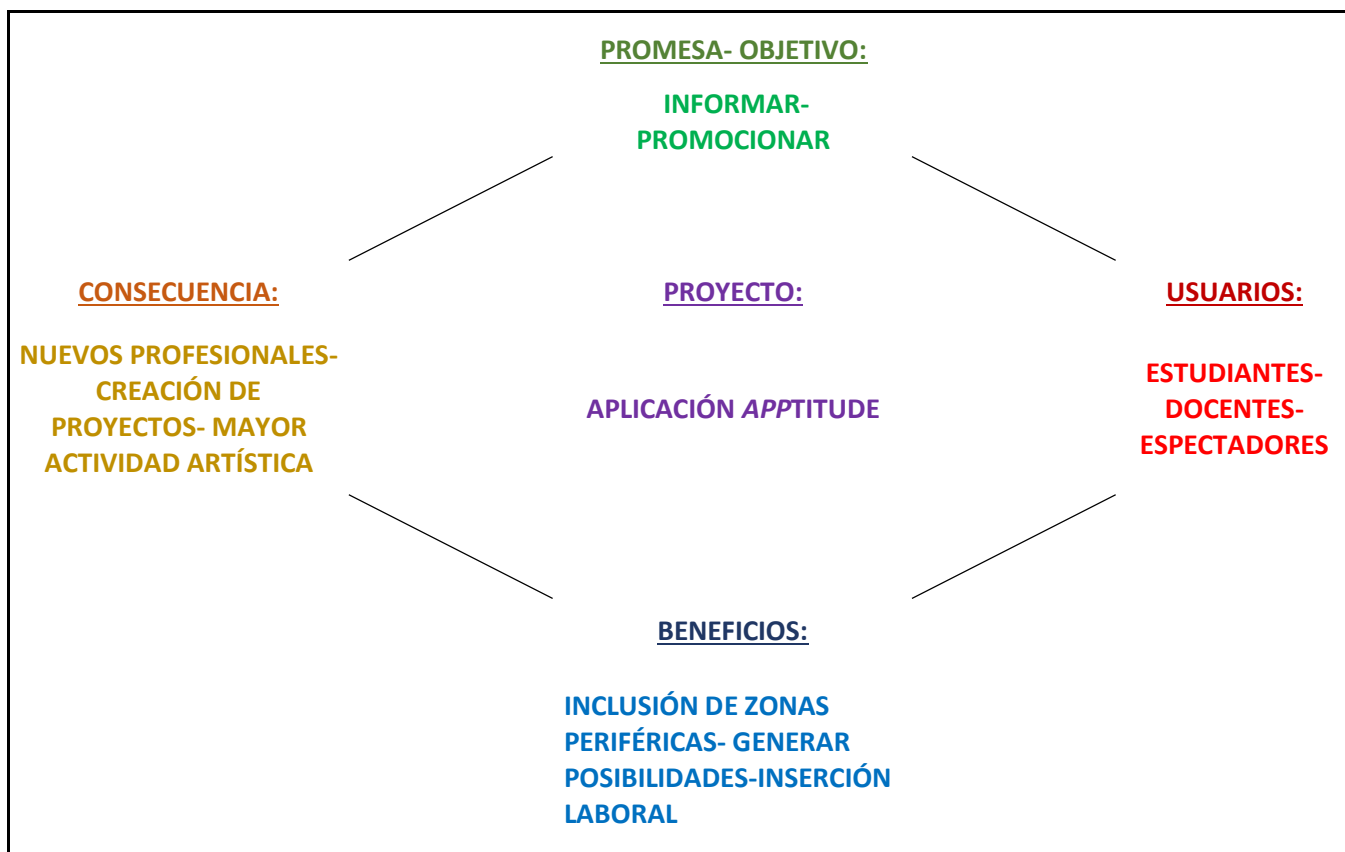
La promesa de este proyecto comunicacional es permitir que el usuario acceda a la programación tanto cultural como educativa vinculada con la danza a desarrollarse en su ciudad o región, de una manera ágil y dinámica. La aplicación brindará unidad temática, facilitando la búsqueda de las actividades de interés de cada lector de manera cómoda y accesible, ya que podrá descargarla gratuitamente a su celular o cualquier dispositivo móvil. Pero su mayor utilidad es promover la difusión de los proyectos de instituciones dedicadas a la danza menos conocidas y de regiones periféricas, fomentando la descentralización de este arte.

Sería de gran beneficio para la aplicación estar vinculada a una cuenta de *Facebook* o de *Instagram* para ampliar el segmento de público interesado en la misma,

ya que el destinatario ideal ha de ser un asiduo consumidor de la información en las redes sociales. En la actualidad, la mayoría de los adolescentes y jóvenes (potencialmente los primeros consumidores del servicio) utilizan cuentas de *Instagram*, mientras que un alto porcentaje de adultos y mayores todavía prefieren la red social de *Facebook*. En estas cuentas se podrían visualizar fotografías y videos de las actividades que se promocionan y desean difundir, y de esta manera aumentar considerablemente la cantidad de usuarios que descarguen la aplicación.

Principalmente a través de páginas web y de *Facebook* como las mencionadas en el análisis de escenario, pero sobre todo de instituciones del interior del país y no sólo Capital Federal, la aplicación accede a la información que desea brindar al público, que debe ser clara y precisa: localidad, fecha y actividad. Luego el usuario puede complementar esa información mediante la lectura de algún medio especializado o publicación local. El criterio de selección se basaría principalmente en actividades relacionadas con la formación y capacitación (tanto de estudiantes como de docentes), promoción de espectáculos e inserción profesional en la danza clásica y contemporánea (concursos y audiciones), pero con la posibilidad de ir incorporando diversos géneros y estilos a futuro.

De esta manera, el proyecto colabora a promover un círculo virtuoso que irá generando cada vez un mayor movimiento artístico en todas las regiones del país: al informar y promocionar actividades que favorecen el desarrollo y la capacitación del usuario (sea estudiante o docente), éste estará más preparado para la inserción laboral o gestar proyectos personales, los cuáles también serán promocionados a futuro, favoreciendo las posibilidades de éxito de los mismos y desarrollando un nuevo público.



El objetivo a largo plazo de este proyecto comunicacional es ser considerado como punto de encuentro de todos los miembros de la comunidad dancística, sin importar el rol que desempeñen dentro de la misma (iniciados, estudiantes, profesionales, docentes, espectadores o balletómanos), gustos y preferencias dentro del género artístico, ni lugar de origen. Que todos los usuarios se sientan partícipes y cumplan un rol activo, tanto arriba como abajo del escenario. Pero por sobre todas las cosas, que la danza traspase las paredes de academias y teatros, llegando a cada rincón del país sin limitarse por fronteras geográficas.

Respecto a los aspectos específicos de la aplicación, el ritmo de actualización debe ser mensual, para que el usuario pueda programar su agenda cultural con anticipación y comparar propuestas. Para facilitar la búsqueda del lector el espacio estará segmentado en seis bloques principales, cada uno identificado con un color para mayor claridad visual: calendario (programación por fecha de las actividades disponibles), localización (programación por ciudad de las actividades disponibles), cartelera (programación de espectáculos y festivales), cursos (seminarios y clases magistrales), oportunidades (audiciones y concursos), y por último un segmento de novedades con contenido variado y noticias destacadas. Dentro de cada bloque, el

contenido podrá contar con enlaces (en caso que el evento o programa los tenga) para que el usuario pueda acceder a información más detallada.

<u>CALENDARIO</u> PROGRAMACIÓN POR FECHAS	<u>LOCALIZACIÓN</u> PROGRAMACIÓN POR CIUDAD
<u>CARTELERA</u> ESPECTÁCULOS Y FESTIVALES	<u>CURSOS</u> SEMINARIOS Y CLASES MAGISTRALES
<u>OPORTUNIDADES</u> CONCURSOS Y AUDICIONES	<u>NOVEDADES</u> INFORMACIÓN Y NOTICIAS

Aunque el objetivo del proyecto es que todo tipo de usuario pueda beneficiarse con los servicios de la aplicación, el segmento más importante al que hay que dirigir la propuesta (target) está conformado por jóvenes estudiantes de danza -en su mayoría entre quince y veinticinco años- todavía sin actividad profesional. Este es el Lector Modelo (que puede o no corresponderse con el lector real) al que se debe apuntar para atraer, convencer y luego mantener, y que posteriormente recomendarán la *app* a otros potenciales usuarios ampliando así el margen del segmento de interés. “Ciertos autores (...) determinan su Lector Modelo con sagacidad sociológica y con un brillante sentido de la media estadística (...) Como dicen los publicitarios, eligen un perfil (*target*) (...) Se las apañarán para que cada término, cada modo de hablar, cada referencia enciclopédica sean los que previsiblemente puede comprender su lector.” (Eco, 1987:5)

El usuario debe identificar visualmente la aplicación sólo con el logotipo, más que con el nombre completo del proyecto. En el logo debe resaltar la palabra *App*, y se podría jugar con la forma de las letras semejando piernas en movimiento. En ese caso, debe ser más llamativa la figura o el contorno que la fidelidad del dibujo, para que el lector pueda reconocer el diseño sin esfuerzo visual, pero ya distinguiendo a lo que la aplicación se refiere: la danza. Como el nombre está compuesto por la conjunción de dos vocablos (*app* del inglés y *attitude* del francés), debe haber una diferenciación en la

tipografía para cada parte del título, o contraste entre letra y fondo, pero siempre remarcando la sílaba *App*, que es lo que lo distingue de otras propuestas existentes.

En la página de inicio debe haber una imagen, preferentemente en tonos blanco y negro para que no obstruyan visualmente la identificación del logo y del nombre de la aplicación. Como invitación al lector a visitar regularmente el sitio, propondría que esta fotografía de inicio no sea fija, sino que se modifique periódicamente (una vez por semana, por ejemplo), y a través de la ilustración motivar al usuario a navegar por sus secciones para informarse de la programación semanal. Manteniendo siempre un estilo sobrio en la primera pantalla (para diferenciarla de los demás bloques), la ilustración debe ser minimalista y no muy recargada visualmente, donde lo primordial sea el cuerpo (o una parte de él) en movimiento, no utilizar fotografías con escenografías, con demasiados bailarines o vestuarios muy complejos, ya que por el tamaño de la misma se perderían los detalles e iría en detrimento de la calidad de la imagen. “El estilo es esa manera de hacer que me define como un determinado tipo de operador”. (Steimberg O., 2013: 94).

Dentro de cada segmento, como el espacio es reducido, la tipografía debe ser sencilla y clara, para facilitar la lectura del usuario. De haber imágenes deben estar relacionadas con la información brindada, como puede ser el logotipo de un Festival, o una fotografía de un espectáculo en promoción. Es importante además, que dentro de cada bloque, se pueda tener acceso directo a los bloques restantes sin necesidad de volver a la página de inicio.

*App*titude propone que el lector cumpla un rol activo, que sea partícipe del movimiento cultural que desea generar. Para este fin, contará con espacios para que el público deje su opinión de las obras en cartel, recomiende lugares de estudio, y por qué no, pueda promocionar sus propios proyectos artísticos, produciendo un aumento del flujo comunicacional. La aplicación se coloca en una posición informativa, pero al mismo tiempo inclusiva, habilitando al nuevo artista o a pequeñas compañías independientes a que puedan dar impulso a sus creaciones, sin importar el lugar geográfico donde llevan a cabo su labor artística y permitiendo un vínculo entre los usuarios.

Oscar Steimberg define “como ‘enunciación’ al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se *construye* una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico. La definición de esta situación puede incluir la de la relación entre un ‘emisor’ y un ‘receptor’ implícitos, no

necesariamente personalizables”. (Steimberg O., 2013: 53) En este proyecto el enunciador se vincula con el enunciatario en un lenguaje claro y conciso, sin ser demasiado formal. Se construye una enunciación transparente y asimétrica. La construcción en escena convoca al enunciatario a formar parte, a conectarse con el enunciado. El enunciador no opina, no problematiza, se limita a divulgar, promocionar e informar, generando un vínculo de mayor cercanía con el enunciado más que con el enunciatario. Dentro de la unidad temática que propone, se busca pluralidad de contenido, y el enunciatario posee la libertad de seleccionar, catalogar, comparar y calificar según sus gustos e intereses. “El plano de la enunciación es aquel en el cual, en el discurso mismo, se construyen las posiciones del que comunica (enunciador) y de aquel a quien el acto de discurso está dirigido (destinatario). (...) Enunciador y destinatario son entidades discursivas o, si se prefiere, entidades del imaginario de la comunicación”. (Verón, 1999:96)

4: Producción

4.1: Texto de presentación de la aplicación:

Apptitude es un nuevo espacio para todo estudiante, aficionado y profesional de la danza que desee mantenerse actualizado sobre la actividad. Gracias a un acceso rápido y sencillo donde el usuario puede navegar fácilmente por todas sus secciones, la aplicación ofrece información actualizada sobre todos los temas que son de interés para la comunidad dancística: cartelera de espectáculos, cursos, seminarios, festivales, audiciones, concursos y las noticias más destacadas a tu alcance, desde la comodidad de tu dispositivo móvil. Esta nueva plataforma virtual te invita a enterarte de los acontecimientos que tienen lugar en los centros artísticos más reconocidos así como también en todos los sectores del país donde este arte y sus propuestas se han desarrollado exponencialmente en los últimos años.

La vida es movimiento. Aunque sea casi imperceptible, es la facultad de moverse, de desplazarse, lo que distingue un organismo vivo de uno que no lo está. Desde pequeñas células que se empujan unas a otras, modificando su forma. O las hojas de las plantas prácticamente inmóviles en busca de los rayos del sol. O la respiración de un animal hibernando, que reduce sus capacidades físicas al mínimo para no

desperdiciar la vital energía que lo mantendrá vivo.

Y la danza, así como una expresión de la vida misma, también es movimiento. Pero no sólo físico, de ciertas partes del cuerpo. Es desplazamiento, es abandonar un lugar propio para invadir un espacio ajeno, desconocido. También las ideas, los pensamientos, se mueven, buscan otras formas y distintos escenarios donde desarrollarse. Se combinan para generar nuevas y más grandes ideas que antes no existían, así como dos o varios cuerpos en una posición se unen y conforman una postura inexistente hasta el momento, imposible de realizar en forma individual.

Apptitude te invita a moverte, a no quedarte quieto, a explorar en distintos lugares, para descubrir lo que no esperabas. Mediante esta aplicación, encontrarás nuevas formas de aprender, oportunidades de incursionar por diferentes rumbos a las actividades que te interesan, desde proyectos que se realizan cerca tuyo pero que ignorabas hasta los más variados programas en los lugares que ya conocés. Te convocamos a que formes parte de este movimiento, que compartas tu experiencia y nos comentes tus proyectos, a no quedarte quieto, a bailar con actitud, a estar en continuo movimiento con *Apptitude*.

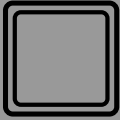
4.2: Maquetas:

A continuación, se presentan las maquetas correspondientes a la página de inicio de la aplicación y a las páginas de cada sección de la misma (calendario, localización, cartelera, cursos, oportunidades y novedades).



La imagen de fondo se irá cambiando semanalmente, para que el usuario revise periódicamente la aplicación.

09:52 AM



Logo

APPtitude

Calendario

Localización

Cartelera

Cursos

Oportunidades

Novedades

09:52 AM



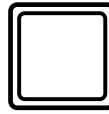
Localización

Cartelera

Cursos

Oportunidades

Novedades



Logo

APPtitude

Calendario

◀ SEPTEMBER 2019 ▶

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12

6-7-8: Certamen Interamericano Resistencia

7: Seminario Daniel Payero Zaragoza Reconquista

7 y 8: Concurso Abriendo Fronteras Formosa

13: Danzar por la Paz Rafaela

14: Danzar por la Paz Rosario

14: Seminario Partenaire

Clásico Resistencia

13-14-15: Workshop Ballet

Sergio Yanelli Bahía Blanca

28: Inicio Danzamérica

Córdoba

elegir fecha



En este segmento se incluirá la programación mensual, sin distinción de localidad o de tipo de programa, ya sea espectáculo, curso o festival, etc. Entrando a la fecha se indicará lugar y clase de evento.

09:52 AM



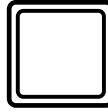
Calendario

Cartelera

Cursos

Oportunidades

Novedades



Logo

APPtitude

Localización

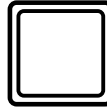


En este segmento se incluirá un mapa del país y se señalarán las ciudades donde se haya programado alguna actividad relacionada con la Danza. Entrando a la localidad, se indicará cuál es la actividad en cuestión (espectáculo, curso, audición, festival, etc.)

09:52 AM



- Calendario
- Localización
- Cursos
- Oportunidades
- Novedades



APPtitude

Logo

Cartelera



15-16-17-18
de Agosto
"Don Quijote"
Teatro Lírico
Parque del
Conocimiento
Posadas

[a link](#)

Calificar



23 de Agosto
Ciclo Danza
"Reunidos"
Entrada Libre
Auditorio Casa
de las
Culturas
Resistencia

Calificar



"Danzar por la
Paz" (Unicef)
13 de
Septiembre
Rafaela
14 de
Septiembre
Rosario

[a link](#)

Calificar

Subir nuevo espectáculo



Este segmento está dedicado específicamente a los espectáculos en cartel.

Al ingresar a cada obra promocionada, se accederá a la información de localidad, teatro, costos, y se compartirá un link en caso de disponer del mismo. También el usuario que haya asistido a la función podrá calificar y recomendar a sus pares, dejando su opinión.

09:52 AM



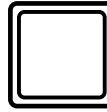
Calendario

Localización

Cartelera

Oportunidades

Novedades



Logo

APPtitude

Cursos



13- 14-15 de
Septiembre
Workshop
Danza Clásica
Sergio Yanelli
Bahía Blanca

[a link](#)



14 de
Septiembre
Partenaire
Clásico
Daniel Payero
Zaragoza
Resistencia

[a link](#)



9 a 12 de
Octubre
Workshop/
Residencia
Creativa
Pedro García
(México)
Reconquista

Subir un nuevo seminario



Este segmento está dedicado exclusivamente a las actividades relacionadas con la formación y capacitación, tanto de alumnos como de docentes.

Se promocionarán seminarios, cursos y clases magistrales. Ingresando a la actividad de interés, se indicará lugar de realización, costos y en caso de poseer el link con más información sobre la propuesta.

09:52 AM



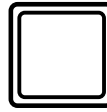
Calendario

Localización

Cartelera

Cursos

Novedades



Logo

APPtitude

Oportunidades



6-7-8 de Septiembre
23° Certamen Interamericano de Danzas
Domo del Centenario
Resistencia

[a link](#)



7-8 de Septiembre
Abriendo Fronteras
Concurso Internacional de Danzas
Formosa



Del 28 de Septiembre
Al 6 de Octubre
Certamen Danzamerica
25° Aniversario
Córdoba

[a link](#)

Subir un nuevo concurso



Este segmento es exclusivo para la información sobre Audiciones, Concursos y Festivales, donde bailarines no profesionales se pueden dar a conocer, y en muchos casos, obtener beneficios para su formación (premios, becas o contratos laborales). Ingresando al evento de interés, se brindará información del lugar de realización, requisitos para participar, y de ser posible un link del evento.

09:52 AM



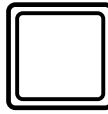
Calendario

Localización

Cartelera

Cursos

Oportunidades



Logo

APPtitude

Novedades



Festival Danzar Santa Fe es declarado de Interés Cultural por el Honorable Concejo Deliberante de la ciudad.

[a link](#)

Comentario



Continúa el reclamo por la situación edilicia del Teatro Argentino de La Plata

[a link](#)

Comentario



El bailarín paranaense **Ciro Mansilla** deslumbra en el Ballet de Stuttgart de Alemania.

[a link](#)

Comentario

En este segmento se incluirá información de interés general, como puede ser noticias de bailarines nacionales en el exterior, o apertura de algún nuevo espacio dedicado a la Danza, sea Academia o Teatro, etc. Siempre que se posea un link con la noticia se le proporcionará al usuario. El mismo podrá compartir su opinión con otros lectores.

5: Conclusión:

Un proyecto como el expuesto en este trabajo práctico colabora con la divulgación de las artes del movimiento teniendo como principal objetivo la pluralidad e inclusión tanto de las diferentes propuestas artísticas que se relacionan con la danza como de los receptores de las mismas. Respecto a las propuestas, si bien en este análisis se centra en la danza clásica (*ballet*) y contemporánea, el propósito de la aplicación es ir incorporando nuevos géneros y estilos a futuro. En relación a los receptores, el destinatario ideal (el estudiante de danza en formación) puede diferir de los usuarios reales que obtenga, ampliando significativamente el alcance de llegada a lectores de diversas edades, profesiones y lugares de residencia. Esta última es la finalidad principal del proyecto: fomentar la descentralización de una actividad que tiene supremacía en la capital del país, dando posibilidades de aprender, disfrutar y apreciar este maravilloso arte sin distinción de procedencia, derivando a futuro en un mayor desarrollo de la misma, un público más amplio y nuevas ofertas tanto laborales como de capacitación o de simple entretenimiento para el aficionado.

Appitude sería una puerta de entrada para que cada usuario reciba un abanico de propuestas de lo más variadas y heterogéneas, y de acuerdo a sus necesidades cada lector se actualice, se informe e incremente sus posibilidades y conocimientos, generando una actitud activa y proactiva en el apasionado de la danza, generando movimiento.

6: Bibliografía:

- Barthes, Roland (1993) *La aventura semiológica*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.
- Eco, Umberto (1987) *Lector in fabula*, Barcelona, Editorial Lumen.
- Genette, Gerard (1989) *Palimpsestos, la literatura en segundo grado*, Madrid, Editorial Taurus.
- Levin, Harry (1968) *Thematics and Criticism*, Londres, Editorial New Haven.
- Martínez Mendoza, Rolando y Petris, José Luis (2008) *Arte, crítica y cotidianeidad (o la dimensión política de la crítica de arte destinada a públicos masivos*, en Soto, Marita (compiladora) *Habitar y narrar* (2016) Buenos Aires, Editorial Eudeba.
- Martínez Mendoza, Rolando y Petris, José Luis (2009) *Una definición social de medio de comunicación* en revista Avatares, Comunicación y cultura, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Segre, Cesare (1988) "Tema/motivo" en *Principios de análisis del texto literario*, Barcelona, Editorial Crítica.
- Steimberg, Oscar (1998) *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Editorial Atuel.
- Steimberg, Oscar (2013) *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*, Buenos Aires, Editorial Eterna Cadencia.
- Verón, Eliseo (1985) *El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, París, IREP (L'Institut régional d'éducation physique).
- Verón, Eliseo (1999) *Esto no es un libro*, Barcelona, Editorial Gedisa.