

TRABAJO FIN DE MÁSTER



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

FACULTAD DE HUMANIDADES

Máster de Comunicación Social

Promoción de actores y actrices en Redes Sociales

Autor: María del Mar López del Castillo

Directores: Elvira del Milagro Sáez González

Gonzalo Vicente Herranz de Rafael

Almería, 13 de Diciembre de 2012

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
Objetivos	15
hipótesis.....	16
MARCO TEÓRICO	17
<i>Promoción de actores y actrices antes de la existencia de RS</i>	17
Herramientas de promoción	19
Intermediarios	22
<i>Promoción de actores y actrices desde la existencia de RS</i>	24
METODOLOGÍA	27
Planificación de la investigación.....	27
Tipo de investigación	27
Enfoque de la investigación	28
Periodo de la investigación	28
Ámbito de la investigación.....	29
Definición de la población	29
Muestra.....	29
Selección de los encuestados y entrevistados.....	30
Método de transcripción de las entrevistas.....	30
DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	31
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	41
CONCLUSIONES	45
Consideraciones finales.....	46
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXO	48
Guión de las entrevistas.....	48
Entrevista de Jose Pedro Carrión, actor.....	50
Entrevista de Iñaki Vergara, actor.....	57
Entrevista de Lucas, Unión de actores	60
Entrevista de Mamen de Blas, representante.....	63
Cuestionario tipo	68
Cuestionario 1	77
Cuestionario 2	85
Cuestionario 3	93
Cuestionario 4	100
Cuestionario 5	108
Cuestionario 6	115

Cuestionario 7	123
Cuestionario 8	130
Cuestionario 9	138
Cuestionario 10	145
Cuestionario 11	153
Cuestionario 12	158
Cuestionario 13	165
Cuestionario 14	173
Cuestionario 15	180
Tablas	189
Tabla 16. Edad media de los encuestados	189
Tabla 17. Sexo de los encuestados.....	189
Tabla 18. ¿Trabaja como actor o actriz actualmente?.....	189
Tabla 19. Cambio en la promoción	189
Tabla 20. Frecuencia con que utiliza RS.....	190
Tabla 21. Frecuencia con que utiliza google+.....	190
Tabla 22. Frecuencia con que utiliza Lindkedin	190
Tabla 23. Frecuencia con que utiliza Tuenti	190
Tabla 24. Frecuencia con que utiliza Twitter	191
Tabla 25. Frecuencia con que utiliza otras redes sociales.....	191
Tabla 26. Gestión propia de RS	191
Tabla 27. ¿Le representan a través de RS?.....	191
Tabla 28 ¿Ha conseguido algún trabajo desde que utiliza RS?.....	192
Tabla 29. ¿En qué ámbito de actuación ha conseguido un trabajo de actor o actriz a través de RS?	192
Tabla 30. Canal eficaz para la promoción actualmente.....	192

RESUMEN

El siguiente trabajo describe y analiza un antes y un después en la promoción de actores y actrices en España, debido a los cambios surgidos con el nacimiento de las nuevas tecnologías, internet y en concreto, redes sociales.

Internet ha modificado comportamientos y hábitos de nuestra vida. Los actores y actrices siguiendo el ritmo de la sociedad, se han adaptado a los nuevos modos y medios de comunicación, información, promoción etc y haciendo uso de las redes sociales, están dando a conocer sus trabajos, su imagen, generando contactos profesionales e incluso, ganando cierta autonomía.

PALABRAS CLAVE

Redes sociales, Internet, Actor, Actriz, promoción

ABSTRAC

The following project describes and analyzes the changes in the promotion of actors and actress in Spain, evoked by the appearance of new technology, internet and in particular social networks.

Internet has changed our behaviors and habits of life. Actors and actresses have adapted to the new ways and means of communication, information and promotion. Using the social networks they are able to divulge their work and their image, generating business contacts and even gaining some autonomy.

KEYWORDS

Social Networks, Internet, Actor, Actress, promotion

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fin de máster no hubiera sido posible sin la inestimable ayuda de grandes profesionales del sector de las artes escénicas y audiovisuales, como son el gran actor y amigo Jose Pedro Carrión, premio nacional de teatro en 1991; Iñaki Vergara, actor y miembro del sindicato de la Unión de actores de Madrid; Lucas, asesor de promoción de actores/actrices en redes sociales (Unión de actores de Madrid) y Mamen de Blas, representante de artistas, en Eclipse Imagina, Madrid. Muchas gracias a todos vosotros, porque con vuestra colaboración desinteresada, dedicación y tiempo me habéis aportado los conocimientos necesarios para poder realizar dicho proyecto.

Por otra parte, es necesario nombrar a todos los actores y actrices encuestados, porque sin su colaboración este trabajo no hubiera sido posible. He de decir que me ha sorprendido gratamente el interés que han mostrado y más aún, aquellos actores y actrices a los que no tenía el gusto de conocer. Toda mi admiración y agradecimiento para ellos.

Han participado: Emma Caballero, Carlos M. Martínez, Carlos Olalla, Elisa Mouliáa, Jose Pedro Carrión, Antonio Gomiz, Isabel Sánchez, Raquel Pérez, Carmen Losa, Juan Polanco, Nadia Torrijos, Cecilia Voter, Ana Ibáñez, Valery Tellechea Y Gorka Otxoa.

Por otra parte, me gustaría agradecerse a mis tutores, Elvira Saez y en especial, Gonzalo Herranz de Rafael, catedrático de sociología, por haberme tendido la mano desde el primer momento hasta el último.

Y finalmente, quiero darle las gracias a David Lorenz por su generosidad y su tiempo.

I. INTRODUCCIÓN

Internet se ha convertido en la herramienta por excelencia de nuestra era. Su evolución ha supuesto profundas transformaciones, modificado mercados, conductas y costumbres, cambiando nuestras formas de comunicarnos y relacionarnos; en definitiva, nuestro estilo de vida. Según Marshall McLuhan “todos los medios nos remueven y nos modifican enteramente”¹. Hasta tal punto que el entretenimiento diario y su forma de promocionarlo, está siendo uno de los más afectados en los últimos años y se está viendo obligado a cambiar.

El rol y la imagen del artista están modificándose². Según Jose Luis Brea, vivimos en la era *postmedial*³ donde el artista es a la vez productor, autor y quien está a cargo de su obra, de su difusión y promoción. Por tanto, hoy en día podría decirse que cualquier persona que tenga acceso a los medios puede crear.

Muchos de estos cambios se han visto favorecidos por el proceso de digitalización y el surgimiento de nuevas plataformas en Internet, donde poder almacenar información de todo tipo (páginas web, blogs, youtube etc) y más tarde con el surgimiento de las redes sociales, poder compartirla a gran escala.

A su vez, el artista ha ido adquiriendo cierta autonomía ya que no tiene que depender tanto de otra gente para crear y mostrar su trabajo. Los nuevos medios, los bajos costes de producción, Internet como ventana de exhibición, en concreto redes sociales y el gran alcance que poseen, facilitan el acceso al gran público y proporcionan libertad a las ideas del artista que poco a poco se va independizando, llegando a hablar

¹ COLINA, C. E. (2005): *McLuhan y las tecnologías de la comunicación*. Portal temático de Humanidades. <http://www.uco.es/dptos/cienciasjuridicas/diego/nuevodercho/doctorado/comunicacion/McLuhan.pdf> pág 3.

² GRZMIL, AD. (2008): *El concepto del artista y de la obra frente a los cambios tecnológicos en el mundo digital; la evolución del proceso de la creación en la obra de David Lynch*. Programa de Doctorado de Comunicación Audiovisual, Revolución Tecnológica y Cambio Cultural. Universidad de Salamanca. Inédito.

³ BREA, J. L. (2002): *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos "neomediales"* dispositivos neomediales, Salamanca, Casa. pág 21. http://www.joseluisbrea.net/ediciones_cc/erapost.pdf

de un nuevo modelo o como algunos autores llaman, actitud, denominada *Do it yourself*⁴ (DIY- hágalo usted mismo).

Ahora puede llegar al espectador como nunca antes lo había hecho, ya que se reduce la distancia entre público y artista. Existen cada vez más ejemplos de nuevos artistas que se han dado a conocer gracias a las herramientas que proporcionan plataformas de Internet y las redes sociales, grabando y subiendo sus propias canciones, vídeos, cortometrajes, fotos etc.

Las redes sociales no solo han aportado visibilidad, cercanía e inmediatez sino que van más allá, permitiendo al actor o actriz darse a conocer o/y mantener contacto con sus fans, exponer sus trabajos y hacerlos llegar a gran cantidad de personas de manera gratuita. Además gracias a las redes sociales pueden relacionarse con profesionales del sector y mostrarles sus trabajos sin necesidad de tener que acudir en persona a llevarles el material; por lo que se reduce la dificultad de acceso, la pérdida de tiempo y económica, que antes de la existencia de redes sociales, suponía la labor de producción personal de cada actor.

A pesar del gran número de redes sociales emergentes actualmente, en el siguiente trabajo se analizará en concreto Facebook, por tratarse de la red social con mayor número de internautas tanto a nivel internacional como nacional, por su carácter gratuito, accesibilidad a cualquier tipo de usuario y por la variedad de herramientas útiles para la promoción: grupos, comunidades, biografía, página de fans etc. “Ahora tó Dios tiene facebook” (Lucas, Unión de Actores de Madrid) además “facebook funciona a nivel laboral” (Iñaki Vergara).

La idea de este estudio surge ante la imposibilidad de encontrar información sobre promoción de actores y ante la necesidad de generarla por tratarse de un oficio muy poco estudiado en relación a este tema.

Me interesa personalmente por mi profesión de actriz, socióloga y comunicadora, pero por otra parte, porque considero que otras profesiones relacionadas con el arte, están mucho más analizadas en este caso, como por ejemplo la de la música.

⁴ BREA, J. L. (2002): *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos "neomediales" dispositivos neomediales*, Salamanca, Casa. pág 21.
http://www.joseluisbrea.net/ediciones_cc/erapost.pdf

Por tanto este trabajo es significativo por su novedad y utilidad. No se trata de una guía de orientación para aquellos que quieran promocionarse en redes sociales. Existen numerosos manuales donde aconsejan sobre este hecho. Lo que se pretende analizar es el cambio en la promoción de actores debido a la llegada y uso de las redes sociales, conocer si los actores y actrices realmente las utilizan para su promoción, especificando las más utilizadas.

La profesión del actor siempre ha sido caracterizada por el difícil acceso a ciertas convocatorias de casting, a directores, directores de casting, productores etc, sin embargo ¿aportan visibilidad⁵ y transparencia las redes sociales a este proceso? ¿Son más asequibles los directores, directores de casting, representantes etc gracias a las redes sociales? ¿Gracias a ellas es posible generar redes, ser reconocido y llegar a conseguir un trabajo?.

Además, los actores, en la mayoría de los casos, han dependido de terceras personas (representantes, agentes, agencias de publicidad, distribuidoras, operadores de cámara etc) para poder acceder a ciertos trabajos, grabarlos, mostrarlos, darse a conocer o promoverse etc. Sin embargo con el nacimiento de RS ¿sigue siendo imprescindible la figura del intermediario? ¿Aportan independencia y autonomía las redes sociales a los actores y actrices frente a la figura del intermediario?

Por tanto en el siguiente trabajo se tratará de arrojar luz sobre estas cuestiones, así como de generar una base de conocimientos sobre dicho tema y poder analizarlo en profundidad en futuras investigaciones.

En el artículo 4 del estatuto de la Unión de Actores⁶ se considera que la “profesión de actor y actriz es única e indivisible, este sindicato integrará a todos los actores y actrices que trabajen por cuenta ajena en cualquier medio de cine, teatro, radio,

⁵ Visibilidad en varios sentidos. Por un lado, cualquier persona que tenga acceso a los medios y a las redes sociales puede ponerse en contacto con un director, actor, productor, siempre que éste participe en la misma red social. Antes de la existencia de RS era muy complicado acceder e interactuar con ellos. Por tanto, la industria en general se vuelve más cercana y existen muchas convocatorias de casting, cursos, proyectos en marcha de los que puedes estar informado. Por otro lado, puedes subir tus fotos, videos, comentarios y compartirlos con amigos o conocidos que a su vez pueden volver a compartirlo.

⁶ Estatuto de la Unión de Actores.

http://www.uniondeactores.com/fileadmin/archivos_contenidos/pdfs_docs/Estatutos/ESTATUTOS_DE_LA_UNION_DE_ACTORES_Y_ACTRICES_2012.pdf

televisión, doblaje, video, publicidad, nuevas tecnologías digitales y cualquier otro medio o soporte, inventado o por inventar...”.

Siguiendo esta línea, en el siguiente proyecto cuando se hable de actor o actriz me estaré refiriendo a aquellas personas que trabajan en cualquier ámbito de la interpretación.

Hoy en día no existe una separación crucial entre los diferentes ámbitos de actuación, sino que cada vez más, los actores y actrices trabajan indistintamente en cada uno de ellos, “puedes hacer cualquier cosa. Eres actor al fin y al cabo...” (María Polvorosa)⁷. “Antes el teatro estaba más definido. Teatro era teatro y era más claro quién lo hacía. Ahora el teatro lo hace cualquiera como la política...está un poco más pervertido”, “Para mí hay que diferenciar lo que es actor de teatro y lo demás (...)” (Jose Pedro Carrión).

En la mayor parte de las definiciones encontradas se denomina al actor o actriz como una persona que interpreta a un personaje tanto en cine, televisión, teatro e incluso radio.

Según la RAE⁸ (Real Academia Española) en su vigésimo segunda edición las palabras actor y su femenino actriz proceden del latín: actriz (*actrix, -īcis*) y actor (*actor, -ōris*).

❖ Actriz

1. f. Mujer que interpreta un papel en el teatro, el cine, la radio o la televisión.

~ de carácter.

1. f. La que representa papeles de mujer madura.

~ de reparto.

1. f. La que desempeña papeles secundarios.

⁷ Actrices: El futuro (2/4). http://www.youtube.com/watch?v=Aup_nvFcMAI

⁸ RAE (Real Academia Española) <http://lema.rae.es/drae/?val=ACTRIZ>

❖ **Actor¹**

1. m. Hombre que interpreta un papel en el teatro, el cine, la radio o la televisión.

2. m. Personaje de una acción o de una obra literaria.

3. m. *Der.* Demandante o acusador.

~ de carácter.

1. m. El que representa papeles de personas de edad.

~ de reparto.

1. m. El que desempeña papeles secundarios.

~ genérico.

1. m. El de reparto que, siendo por lo general de edad mediana, puede adaptarse a muy diversos papeles.

Actor² (auctor, autor)

1. “persona que es causa de algo / persona que inventa algo / persona que ha hecho una obra”.

Por su parte Jose Pedro Carrión define a un actor o actriz de teatro como “una persona que se transforma en otra delante de otros, es decir, que a través de un texto escrito (...), lee en el personaje algo de lo que ya está dentro de sí mismo (...), y entonces, ese que tú eres, a través de esas palabras, ante otras personas, te transformas en el personaje y se produce o no se produce ese milagro, esa magia del teatro que ninguno podemos dominar, pero que todos andamos buscando.”

Sin embargo, no todas las personas que interpretan serán aquí analizadas, sino que voy a acotar el estudio a aquellas personas que se dedican a la interpretación de manera profesional, es decir, a cambio de una remuneración y cuya finalidad es ésta.

Es preciso distinguir entre amateur, aficionado y profesional.

Según la RAE⁹ la palabra amateur incluye a la de aficionado. Se define amateur como sinónimo de aficionado, es decir una persona aficionada a algo con conocimiento de la materia que trata. Así pues, profesional, según el mismo diccionario, es aquella persona que ejerce una profesión o que practica habitualmente una actividad de la cual vive que además no es hecha por aficionados y que la ejerce con relevante capacidad y aplicación.

El debate abierto entre actor o actriz profesional o/y amateur sigue su curso. Considero que ambos, profesionales o amateurs se mueven por mismos objetivos: conseguir empleos remunerados, mover emociones en la gente, crear, satisfacer sus propias necesidades, entre otros. Aunque creo oportuno e imprescindible conocer las características de cada uno y los límites entre ellos a la hora de analizarlos, en este trabajo no trataré este tema en profundidad, ya que necesita de un análisis exhaustivo y específico que incito a analizar para futuras investigaciones. Pero sí voy a enumerar en este caso, lo que voy a considerar como profesional para mi investigación, teniendo en cuenta la experiencia y la remuneración a cambio de un trabajo, dejando de lado la calidad.

Por tanto, me centraré exclusivamente en personas cuya:

- Profesión actual es la de actor o actriz
- con experiencia probada en cualquier ámbito de la interpretación y
- cuya finalidad es conseguir un trabajo remunerado en la actuación para poder vivir de ella.

Por tanto la definición final de actor/actriz que se tratará en dicho trabajo es la de aquella persona que independientemente del ámbito de actuación, véase- cine, teatro, radio, televisión, doblaje, video, publicidad, nuevas tecnologías digitales y cualquier otro medio o soporte, inventado o por inventar, interpreta un personaje delante de otros o/y para otros a cambio de remuneración.

⁹ RAE. vigésimo segunda edición. <http://lema.rae.es/drae/?val=amateur>

El siguiente trabajo se divide en cinco partes. Voy a comentar brevemente cada una de ellas.

La I parte es la introducción. En ella resumo algunos de los cambios generados en el cine, el rol del artista, el medio y modo de promoción de éstos gracias a internet y más en concreto a las redes sociales. Además se especifica, Facebook como red social para el análisis. Por otra parte, justifico la importancia del estudio, dado su escaso análisis académico y razono la definición de actor y actriz utilizada en dicho análisis. Para finalizar, expongo los objetivos e hipótesis que me han servido para realizar dicha investigación.

En la II parte se encuentra el marco teórico dividido en dos apartados. En primer lugar, se narran y describen los antecedentes de la promoción de actores/actrices antes de la existencia de redes sociales, en una línea temporal que va desde los años 70 aproximadamente hasta principios del siglo XXI. En segundo lugar se describe la promoción de actores/actrices con el nacimiento de las redes sociales, es decir, desde el año 2000 aproximadamente hasta nuestros días.

La III parte es la encargada de mostrar la metodología desarrollada y el planteamiento de la investigación. En ella combino análisis cualitativo y cuantitativo. El análisis cualitativo lo he llevado a cabo mediante entrevistas semiestructuradas, cara a cara, a informantes privilegiados y profesionales de las artes escénicas y audiovisuales, véase-actores, representante y dos miembros pertenecientes a la Unión de actores.

En la IV parte describo los resultados de la investigación por cuestionario, que fueron enviados vía Facebook, durante el mes de noviembre, a los diferentes actores y actrices.

Mientras que en la parte V analizo los resultados de la investigación, teniendo en cuenta los objetivos e hipótesis arrojados sobre ella.

La VI parte son las conclusiones y consideraciones finales, resultado del análisis de los cuestionarios y entrevistas. En ellas, además, confirmo algunas de las hipótesis planeadas en la introducción y planteo algunas consideraciones finales a tener en cuenta para futuras investigaciones.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Conocer si los actores y actrices utilizan las redes sociales como medio de promoción.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer y describir la evolución de la promoción de actores y actrices en España desde 1970 en adelante.
- Conocer cuáles son los motivos profesionales que impulsan a los actores a participar en redes sociales y su finalidad.
- Describir cuáles son las redes sociales que más utilizan para su promoción.

HIPÓTESIS

- Las redes sociales han mejorado la promoción de actores y actrices.
- Las redes sociales son instrumentos necesarios para una mejor promoción de actores y actrices.
- Las redes sociales facilitan la promoción de actores/actrices y el acceso a un trabajo.
- Las redes sociales proporcionan visibilidad a la profesión del actor/actriz.
- Los actores y actrices ganan autonomía e independencia (frente a la dependencia de los intermediarios: representantes, agencias etc) gracias a las redes sociales.

II. MARCO TEÓRICO

- **PROMOCIÓN DE ACTORES Y ACTRICES ANTES DE LA EXISTENCIA DE REDES SOCIALES**

“Cuando yo empiezo en el teatro estaba la figura del *meritorio*, que era un joven actor que tenía talento o no y quería ser actor y que tenía condiciones o no (...) pero para hacer carrera debe ser como cualquier oficio, desde abajo” (Jose Pedro Carrión- JPC).

Los comienzos como actor de JPC remontan a su niñez. Con sólo 12 años tiene acceso al escenario, ya que en su colegio había clases de teatro, y se ofrece voluntario para actuar. Años más tarde entra en una escuela de arte dramático, “las escuelas donde se ha degenerado de tal manera en el siglo XXI que se han convertido en un estercolero de ideas sobre la actuación...”. Sin embargo, allí descubre a un maestro (William Layton) y decide seguirle. En 1971 se abre *Pequeño teatro*, una sala en la calle Magallanes en Madrid. Allí acude. Sin embargo el curso está cerrado y no tiene dinero para pagarlo. Finalmente comienza a trabajar en Pequeño Teatro, limpiando focos, colocando butacas, vendiendo entradas, limpiando el polvo, para poder asistir a las clases.

Gracias a estas clases alguien se fija en él y “te dan un papelito de dos minutos y medio en una obra de dos horas y media, llamas la atención y estás en el siguiente montaje” (JPC).

De modo, que el procedimiento que siguió JPC fue acudir donde él creyó que estaba el teatro que quería hacer “y empecé de menos a más y de ahí a terror y miseria del III Reich y luego vino Cándido de Voltaire con varios personajes pero ya más protagonistas, y de ahí vino ya el primer gran trabajo que fue Tío Vania en el que yo con 28 años acabé haciendo un personaje de 48, di una llamada de atención, la gente preguntaba quién es este chico y ya entré en la profesión” (JPC).

Este era el procedimiento que se seguía para poder ser actor, allá por los años 70. Trabajando duro y empezando por abajo hasta ir poco a poco dándose a conocer.

La única promoción que existía era la propia persona actuando en un escenario, donde “por un lado es suerte pero por otro trabajo duro” (JPC), y viéndoles actuar, se iban seleccionando actores para las siguientes obras. Todavía no existía el casting o “*castingo*” (JPC), sino que surge años más tarde debido a la gran cantidad de actores y actrices que empezaron a emerger como consecuencia de la gran cantidad de producciones que empiezan a llevarse a cabo a partir de los años 80 y a que “el teatro, el cine y la televisión están a la orden del día” (Iñaki Vergara-I.V).

El número de personas que se dedican a la actuación se ha incrementado notablemente, “más actores que antes hay. No tenemos una estadística objetiva pero por ejemplo en AISGE nuestra sociedad de gestión intelectual hay como 7.000 asociados. Nosotros aquí en Madrid tenemos afiliados 2.500, pues ponte que haya más de 10.000 actores y actrices” (I.V).”Se siguen haciendo casting pero también se ha masificado demasiado, en el sentido de que hay muchos actores, hay muchas escuelas y hay mucha gente sin preparación” (Lucas U.A).

A consecuencia de este incremento masivo, surgen los intermediarios y las diferentes herramientas para seleccionar a actores/actrices y mostrárselos a los clientes finales: directores o productores. A diferencia del pasado, donde primaba el “boca a boca” y la manera de darse a conocer “haciendo” (JPC).

Hace unos años no existían tantos medios como actualmente y “lo más habitual era el boca a boca debido a la poca cantidad de actores y actrices y de producciones que existían” (I.V). Existían algunos puntos de encuentro donde entre los propios artistas se intercambiaba información. Uno de esos puntos de encuentro fue *Boccaccio*, “donde se apuntaban no solamente actores y actrices sino también intelectuales...” (I.V). Y más adelante, otro punto de contacto fue la cafetería de María Guerrero, actual sala princesa “Actualmente no hay ningún punto de encuentro” (I.V).

El trabajo del actor o actriz, para poder acceder a un empleo consistía en el “rastreo” y en el “boca a boca”, donde los contactos era lo que primaba, “si tenías un amigo que era ayudante de dirección que te decía que tal película se iba a hacer” (I.V). Era el propio actor/actriz el que tenía que promocionarse, conocer que se estaba haciendo “y a veces llegaban muy tarde, es decir al cine y al teatro se llega muy tarde, con lo cual o tienes contactos o no entras” (I.V).

- ***Herramientas de promoción***

“Todo el trabajo de promoción antes de la existencia de redes sociales se basaba en tener un book y el currículum. Entonces tú cuando te enterabas de que una productora de teatro, televisión o cine estaba haciendo algo, ibas con ese material” (I.V). “Aquí los medios materiales han cambiado una barbaridad, antes íbamos con fotocopias del libro de la Unión de Actores que le llamábamos La Biblia” (Rosa Estévez)¹⁰.

- **BOOK Y COMPOSITS**

El instrumento más utilizado es la fotografía o *book* de fotos. “El *book* es una herramienta fundamental para insertarse en el mercado laboral¹¹”. Un *book* consiste en una sesión fotográfica tanto en exteriores como en interiores donde se realizan aproximadamente unas 350 tomas. De todas las fotos realizadas se seleccionan las mejores y serán las que se utilicen para la promoción.

Características del book del actor

- Calidad de foto profesional.
- Individuales
- En estudio
- Principalmente en blanco y negro
- Son primeros planos, medios planos y cuerpo entero
- No poses grandilocuentes, ser sutil, mostrándose uno mismo.
- No grandes retoques fotográficos
- No maquillarse excesivamente: naturalidad.
- Los colores de fondo (en interiores) suelen ser el blanco o negro.

El director busca una imagen, alguien que se parezca a lo que él tiene en mente. Por tanto la imagen tiene que ser lo mas natural posible y aportar toda la información de manera rápida. El actor tiene que presentarse a sí mismo a través de la fotografía.

¹⁰ La mayoría de información sobre casting (entrevistas de directores de casting: Rosa Estévez, Luis San Narciso, Cristina Llopis, Luis Gimeno) procede del proyecto fin de máster de Sánchez Sabino, G. (2011): *25 años de casting en la producción de ficción televisiva para las cadenas públicas y privadas de España*. Universidad del País Vasco. San Sebastián.

¹¹ Definición de book. DB producciones photography <http://www.bookdefotosba.com/>

También se utiliza el *composites* para llevar o enviar a agencias, representantes etc donde se seleccionan las mejores fotos del *book* fotográfico y hay un resumen de las características y datos de contacto del actor o actriz.

Antes de la existencia de redes sociales las fotos del *book* y *composites* se llevaban impresos a las agencias, “ibas en persona, no había directores de casting todavía” (I.V). Actualmente se envían por mail en la mayoría de los casos.

➤ *UNIÓN DE ACTORES*¹²

Nace en 1986 como sindicato profesional e independiente encargado de reivindicar y defender los derechos de los actores y actrices españoles.

Entre sus servicios para promocionarse destacan:

- Los encuentros con profesionales punteros del sector (directores de casting, representantes, productores, directores, actores, guionistas, etc.) que organizan desde diciembre de 2009.
- La Bolsa de Trabajo: se ocupa de buscar, garantizar y publicar ofertas de trabajo que cumplan, al menos, las mínimas condiciones laborales exigidas en los Convenios Colectivos. Te ofrece información, asimismo, sobre cómo dirigirte a directoras/es de casting; sobre cómo, donde y cuando presentar tu material, cómo buscar representante, compañías, productoras, etc. “En la Unión de actores había una bolsa de trabajo que en un principio figuraba como referente. Sin embargo, con el paso del tiempo las productoras dejaron de utilizarla debido al gran colapso de actores y actrices que suponía, por tanto se trataba más de un trabajo de rastreo por parte del actor” (I.V).
- Promoción:

Los **Premios Unión de Actores** se celebran desde 1991, siendo los propios actores y actrices profesionales quienes los otorgan a sus compañeros/as. Se trata de una manera de promocionar al colectivo de actores y actrices en nuestra sociedad.

¹² La información relativa a la Unión de actores de Madrid ha sido extraída de su página web. <http://www.uniondeactores.com/>

La **Guía Actores y Actrices** es la herramienta más antigua utilizada en España para la promoción de actores y la guía de referencia para productoras nacionales y extranjeras. Comienza a publicarse cada dos años desde 1989. Era uno de los medios más habituales para seleccionar actores.

Actualmente se publica tanto en soporte digital como en papel. Y existe una página web donde los propios actores y actrices (afiliados) pueden cargar sus fotos, actualizar o sustituir su CV y añadir enlaces directos a sus *videobook* o páginas web.

➤ *Videobook*

El videobook es una herramienta imprescindible para todo actor que quiera acceder a un casting o buscar representante. Se trata de mostrar tus mejores trabajos en un video de máximo 5 minutos. Deberá ser ágil, ameno y con la mayor calidad posible, para poder hacer copias para poder distribuirlos. “Antes el *videobook* eras tú mismo, tu presencia, tu insistencia, tu obsesión, tus ganas de ser actor” (JPC).

Con los años, el *videobook* se hace una herramienta indispensable para el actor, de hecho muchas productoras no aceptan tu material si no tienes un *videobook*. “Después del *book*, llega el *videobook*, con el material, llevar tu pedazo de cinta e intentar ir a las productoras que saben que van a hacer algo e incluso a las que sabes que no van a hacerlo” (Iñaki Vergara).

Actualmente sigue vigente y con la misma fuerza que hace unos años. Lo que han cambiado han sido los medios, “Ya no les puedes mandar ni tan siquiera un DVD, les mandas un link de tu *videobook* en la red o de tu página web” (I.V).

➤ *Castings*¹³

“Y luego entran los directores de casting” (I. V)

No fue hasta la última década del siglo XX cuando comienza el casting televisivo en España, con la aparición de las televisiones privadas. Esto es debido a la gran cantidad de producciones que comienzan a llevarse a cabo. Antes de este momento, eran los ayudantes de dirección y producción los encargados de la selección previa de los

¹³ La mayoría de información sobre casting (entrevistas de directores de casting: Rosa Estévez, Luis San Narciso, Cristina Llopis, Luis Gimeno) procede del proyecto fin de máster de Sánchez Sabino, G. (2011): *25 años de casting en la producción de ficción televisiva para las cadenas públicas y privadas de España*. Universidad del País Vasco. San Sebastián.

repartos mediante Cineguía y alguna agencia de actores y actrices. En los años 80 sólo existía TVE donde había un departamento de “contratación de actores” y allí se inscribían los actores/actrices y el director de la serie elegía a los que conocía por haber trabajado anteriormente con él. Además funcionaba mucho el boca a boca y eran los propios actores/actrices los que recomendaban a sus compañer@s sin necesidad de hacer ninguna prueba. “Para una obra de teatro hicieron el *casting* entre amigos y todo el reparto eran amigos” (I. V).

➤ *Estrenos*

“También está esta cosa de haber si me invitan a este estreno, voy y husmeo. Esto no ha cambiado” (I. V). Los estrenos de teatro, cine y ahora también de series de televisión son lugares de reunión de profesionales del sector, donde muchos actores y actrices acuden para darse a conocer, y quizá encontrar un trabajo, “la mayoría de las veces no te enteras de nada, pero puede pasar”, “yo un día me senté al lado de la directora de (...) y de repente me ofreció ir a una prueba porque se sentó al lado y le caí simpático, pero esto es absolutamente anecdótico” (I. V).

• **Intermediarios**

Los intermediarios son las figuras que median entre el actor y el receptor final. Estas figuras son los representantes, agencias de publicidad, directores de casting. Comienzan a hacerse necesarios por el aumento de producciones y de actores/actrices para cubrirlas, “las series de televisión tienen continuidad, porque aunque ya hayan cogido personajes fijos saben que va a haber episódicos” (I.V).

1. Ayudante de dirección

Era el encargado de la selección del reparto, sin embargo no disponía de tiempo ni de un archivo de actores para poder hacerle frente por lo que solicitaban a producción a una persona que pudiera ocuparse del reparto en concreto. Por tanto empieza a gestarse la figura del director/a de casting.

2. Director de casting

Nace como una necesidad para gestionar la gran cantidad de producciones televisivas que se empiezan a producir en los años 80 y la necesidad de actores para cubrirlas. "Antes se hacían tres series con cuatro personajes y la necesidad era mínima.

Ahora se hacen producciones muy importantes y la necesidad es máxima" (Cristina Llopis). "Somos un medio neuroconector entre el actor y el director. Estamos para facilitar, mejorar y ayudar en este trabajo (Luis San Narciso). "Son un filtro, luego está la propia pelea del actor o actriz intentando que le vea, que cada vez ven menos" (I. V).

3. Los directores

También ayudan en la búsqueda y selección de actores aunque son los directores de casting los encargados de proporcionarles los perfiles que ellos demandan para que posteriormente elijan los directores que son junto a los productores los que tienen la última palabra.

4. Representante

"Si tienes representante se supone que esta persona está dotada para buscar o si es de primera división, para que las productoras te manden los proyectos, entonces ya saben lo que se va a hacer y presentan a los actores" (I. V). El trabajo del representante de actores en su labor de promoción del artista consiste en "presentar a quien tu quieres, proponer llevarlo a una cadena concretamente", "haces una promoción de su talento a nivel global", "crear una imagen y darle una salida profesional..." (Mamen de Blas-MDB).

En Europa, los agentes son los responsables del descubrimiento de actores jóvenes. Ellos se encargan de mediar entre el actor y director, productor, escritor etc: negociaciones, su tipo de contrato, condiciones, enfados, debilidades... Nos ayudara siempre a colocar nuestro trabajo en la industria¹⁴.

"La promoción del artista comienza desde el momento en que la agencia empieza a presentarle el material a todos los directores de casting y productoras de tv etc y luego esta gente lo dirige a sus clientes que son las cadenas, los anunciantes, los empresarios teatrales, los directores de cine, los productores de cine que son los que ponen el dinero" (MDB). Por tanto, no es una promoción aislada de resultados inmediatos sino en cadena, ya que aunque el artista no consiga el trabajo en concreto para el que se mandó

¹⁴ SERNA, A. (1999): *El trabajo del actor de cine*. Madrid, Catedra Signo e imagen.

su material, consigue que su trabajo haya sido visionado y conocido y le puede proporcionar trabajos futuros.

- **PROMOCIÓN DE ACTORES DESDE LA EXISTENCIA DE RS**

A partir del siglo XXI y gracias a las nuevas tecnologías, surgen herramientas que facilitan y simplifican todo el proceso de selección de actores, siendo las más habituales las páginas web, mails y más tarde redes sociales, en concreto: Twitter pero con más frecuencia Facebook. Se trata de un manera de “rellenar el vacío que hubo antes” (Lucas U.A). “Internet ha abierto un mundo nuevo para los actores. Ahora mismo, por ejemplo a nivel de trabajo todo se mueve por el tema internet” (Lucas U.A).

A diferencia de hace unos años, actualmente no existen convocatorias abiertas sino que se procede por email para realizar la preselección de actores y actrices. Además, remontándonos a 1993 con la aparición de la web gratuita, se observa un gran cambio en el modelo de casting ya que desde este momento se puede acceder a una cantidad de material de actores y actrices mucho mayor y de una forma más inmediata, con lo cual el volumen de trabajo al que ahora se llega también es mayor, “con las herramientas web es super fácil. Mira tengo mi página web, entra y mira la gente que te pueda interesar, yo te preselecciono las fotos, te las mando por email, te mando un *videobook* o te hago una presentación especial para ti”, “Antes el proceso, imagínate lo largo y lento que era” (MDB).

La fotografía y el *videobook* siguen siendo la carta de presentación del actor o actriz. Un representante para promocionar a sus actores, envía sus fotografías a directores de *casting* y productoras. El propio actor o actriz gracias a la red puede “subir” una fotografía y su *videobook* a una web o a una red social y “compartirlos” para darse a conocer. Por tanto es, en la mayoría de los casos, el primer paso en la promoción, “Yo puedo ver tu nombre en una empresa de *casting* y tu cara, pero si por lo que sea me llamas la atención, voy a intentar verte, hablar contigo ver quien eres. Pero si, sería un primer paso” (JPC). “Digamos que es una herramienta previa, que luego ya te citan para *casting* e intentas ver más en profundidad, sobre todo para trabajos más largos y serios como cine, un largometraje o programa de televisión que va a tener una continuidad en el tiempo, no para una frase o algo así” (MDB).

Sin embargo, sólo será el primer paso, puesto que los profesionales del sector prefieren el cara a cara para conocer al actor/actriz “Para mí lo importante es la persona en vivo y en directo. Es mucho más importante estar con esa persona en silencio, uno al lado del otro compartiendo ese silencio, que miles de horas de chateo” (JPC).

Desde su aparición, las redes sociales han ido ganando terreno a otras herramientas que ofrece la red, debido a su inmediatez y carácter gratuito, “lo que pasa es que como las páginas web es un tema más complicado, es más bien un rollo, porque las tienes que mantener, más personal etc, las redes sociales te permiten tener un canal de difusión de acceso gratuito”, “antes se mandaban muchos emails y ahora se considera spam, entonces te resulta más fácil lo de las RS” (Lucas U.A). “Para nosotros como sindicato son vitales, porque nos hemos enterado que la gente consulta más las redes sociales que los emails, entonces se enteran antes de muchas cosas cuando lo publicamos en redes sociales (...) les llega al instante” (Lucas U.A).

Además de ser un soporte para obtener información, “la gente lo usa bastante para subir su videobook, sus carteles, fotos de books o promocionar espectáculos o cualquier cosa que vayas haciendo (...) compartir con amigos a nivel público las cosas a nivel profesional” (Lucas U.A)

No se trata solamente de promocionarse como actor sino de promocionar sus obras “yo estuve en un grupo que se llamaba sónicos, que contratábamos a un cámara y nos reuníamos todos los martes para trabajar escenas, que luego se montaban y se colgaban en la página web de sónico” (I.V). “Tengo mis páginas de mis actividades como VIVERO o Júbilo Terminal y demás proyectos. Ese es mi trabajo y lo publicito y lo pongo en boca y conocimiento de la gente a través de internet que me parece una herramienta fabulosa” (JPC).

También son una herramienta muy utilizada por representantes, productoras, agencias, directores de casting etc, En ellas se realizan convocatorias de casting, cursos y se genera información útil y de interés para el actor/actriz, “Entonces he visto el videobook de este chaval o de esta chavala que no me conoce de nada, que no sabe que estoy buscando gente y yo ¿Cómo lo encuentro?, cojo su nombre me meto en el Facebook, puede que esté o cojo su nombre y lo meto en internet (...) si, lo utilizo, lo utilizo mucho, me ahorro mucho trabajo”(MDB). “Tú tienes tus videos alojados en un servidor de videos, tienes tus fotos alojadas en algún lado, tu currículum, porque a

verte ahora mismo, la gente no tiene tiempo de verte, entonces lo que hacen es que recurren a esto, a lo que está colgado allí” (Lucas U.A).

Además, existen redes sociales más utilizadas que otras para la promoción de actores, “las redes sociales más populares son Facebook y Twitter que son las que más tiran a nivel general. Por ejemplo Facebook gracias a esto de poder crear eventos, invitar a los amigos, las páginas de fans...entonces ves que la gente las aprovecha mucho, sobre todo a nivel profesional” (Lucas U.A). “Para contactar utilizo Facebook y Twitter, sobre todo Facebook porque Twitter tiene el inconveniente de que si esa persona no te sigue no la puedes mandar un mensaje, sin embargo en Facebook, si” (MDB).

III. METODOLOGÍA

○ *Planificación de la investigación*

La investigación se ha desarrollado entre los meses de Julio y Diciembre. En el siguiente cuadro he detallado los pasos que hemos seguido.

TABLA I. PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN					
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
revisión bibliográfica	revisión bibliográfica e idea de investigación	acotación de la idea de investigación y revisión	comienzo del proyecto. Planificación de la investigación	investigación empírica, recogida y análisis de datos. Resultados	conclusiones. Bibliografía y entrega

○ *Tipo de investigación*

La siguiente investigación es de carácter exploratorio ya que representa uno de los primeros acercamientos a la promoción de actores/actrices en redes sociales. A través de dicho trabajo se pretende arrojar luz sobre el tema de la promoción de actores/actrices en redes sociales en España y generar conocimiento básico e información útil para futuras investigaciones sobre dicho tema.

Por otra parte, la investigación sigue una lógica descriptiva, puesto que se trata de llegar a conocer cómo era la promoción de actores/actrices, antes y después de la existencia de RS, a través de la descripción de las actividades, lugares, costumbres etc de informantes privilegiados que vivieron y viven de primera mano dicha situación.

○ *Enfoque de la investigación*

El enfoque utilizado es mixto, con métodos cualitativos y cuantitativos, utilizando la recolecta de datos mediante entrevistas y encuesta.

Para la recolección de datos sobre antecedentes y marco teórico se procederá a realizar entrevistas semiestructuradas de preguntas abiertas, es decir, las preguntas precisas estarán redactadas y con un orden previsto aunque el entrevistado es libre de responder como desee, pero dentro del marco de la pregunta realizada. Las entrevistas serán cara a cara y grabadas. Hemos considerado necesaria este tipo de

método porque a través de la entrevista, podemos conocer la opinión, percepciones de los entrevistados y su experiencia, consiguiendo, de esta manera, una mayor riqueza informativa y un mayor conocimiento sobre este tema casi desconocido. El primer contacto ha sido realizado mediante email o a través de la red social Facebook.

Por otra parte, para la obtención de datos sobre promoción de actores en redes sociales en concreto, se procederá mediante cuestionario online. Hemos creído conveniente este método por la naturaleza misma del estudio. Se trata por tanto de un cuestionario estandarizado individual (donde el encuestador no interviene). Al tratarse de un cuestionario online las respuestas serán cerradas para una mayor comodidad del entrevistado, mayor precisión y claridad en el posterior análisis de datos.

○ *Periodo de estudio*

Se trata de una investigación transversal o transeccional porque la investigación sólo se realizará en un periodo de tiempo determinado, es decir, en el tiempo que dure el proyecto (durante el mes de noviembre de 2012).

TABLA II. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN. ENTREVISTAS

Planificación de la Investigación. Entrevistas						
	NOVIEMBRE					DICIEMBRE
	1º semana	2º semana	3º semana	4º semana	5º semana	1º semana
Elaboración de las preguntas de Los cuestionarios	29 OCTUBRE-4 NOVIEMBRE					
Selección de encuestados	29 OCTUBRE-4 NOVIEMBRE					
Envío de preguntas		5 -11 NOV				
Recogida de respuestas		5-11 NOV	12-18 NOV			
Descripción de datos				19-25NOV		
Análisis de resultados					26 NOV-2DIC	2DIC-5 DIC

Por otra parte, para el análisis nos basaremos en una línea temporal que corresponde de manera general a la premisa: antes de las redes sociales (desde los años 70 hasta el 2000 aprox) y con la aparición de redes sociales (del 2000 hasta el momento actual).

- *Ámbito de estudio*

Están incluidos todos los actores y actrices que hayan trabajado o estén trabajando como actores o actrices en España.

- *Definición de la población*

La población que nos interesa analizar, comprende a todos los actores y actrices españoles que trabajen profesionalmente en todos los ámbitos de actuación y en los que haya habido una labor de producción propia o mediante intermediarios (representantes, agencias u otros).

- *Muestra*

Hemos entrevistado a 4 informantes privilegiados con grandes conocimientos sobre promoción de actores, antes de la existencia de RS y actualmente:

1. José Pedro Carrión. Premio Nacional de Teatro.
2. Iñaki Vergara. Actor. Unión de Actores de Madrid.
3. Lucas. Asesor de promoción de actores en RS. Unión de actores de Madrid.
4. Mamen de Blas. Representante en Eclipse Imagina. Madrid

Por otra parte, para la elección de la muestra de encuestados se ha procedido mediante muestreo aleatorio simple, garantizando que cada uno de los elementos de la población tiene la misma oportunidad de pertenecer a dicha muestra. La muestra final son 15 actores/actrices de diferentes edades, sexo y lugares de residencia.

TABLA III. PERSONAS ENCUESTADAS Y ENTREVISTADAS

Cuestionarios	Entrevistas
Emma Caballero	Jose Pedro Carrión
Carlos M Martínez	Iñaki Vergara
Carlos Olalla	Mamen de Blas
Elisa Mouliáa	Lucas (unión actores)
Jose Pedro Carrión	
Antonio Gomiz	
Isabel Sánchez	
Raquel Pérez	
Carmen Losa	
Juan Polanco	
Nadia Torrijos	
Cecilia Voter	
Ana abañes	
Valery Tellechea	
Gorka Otxoa	

- *Selección de los encuestados y entrevistados.*

Se ha procedido mediante consulta de la guía online de la Unión de Actores y búsqueda en la red social Facebook. Los cuestionarios han sido enviados y recibidos a través de Facebook y email.

- *Método de transcripción de entrevistas*

El método utilizado ha sido el rudimentario. En Word y escuchando la grabación de las cintas.

IV. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

Antes de comenzar a describir los resultados de los datos de los cuestionarios, quiero advertir que al tratarse de un proyecto piloto, la muestra recogida no es significativa por ser tan reducida, por lo que los resultados no muestran gran fiabilidad. Sin embargo, éstos nos han proporcionado cierto conocimiento sobre los temas que me interesa analizar e indagar y serán una base inicial para futuras investigaciones.

La investigación por cuestionario se ha realizado a una muestra de 15 personas de diferentes edades, sexos y lugares de residencia del conjunto de España. Se trata de 6 varones y 8 mujeres (tabla 17- anexo), con una media de 41 años de edad (tabla 16- anexo), cuya residencia habitual se sitúa en Girona, Madrid, Almería o Granada.

De las 15 personas encuestadas 10 tienen un trabajo como actor o actriz actualmente (tabla 18-anexo), mientras que las 5 restantes se encuentran desempleadas.

En dicha investigación se ha querido analizar a actores o actrices profesionales, es decir, que hayan trabajado como tal, a cambio de una remuneración. Observamos que del total de entrevistados, el mayor porcentaje ha tenido un trabajo con remuneración.

TABLA NÚMERO 1. HA TRABAJADO CON REMUNERACIÓN COMO ACTOR O ACTRIZ.

HA TRABAJADO CON REMUNERACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	siempre	4	27	27	27
	bastantes veces	10	67	67	93
	algunas veces	1	7	7	100
	Nunca o casi nunca	0	0	0	0
	Total	15	100	100	

Elaboración propia

En relación a las herramientas de trabajo que utilizaban para su promoción, aquellos actores o actrices que llevan 10 o más años de experiencia profesional, observamos que un 53% utilizaban *book* como carta de presentación, frente a un 20% con *videobook* y muy por debajo encontramos el porcentaje de personas que utilizaban página web.

TABLA NÚMERO 2. HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN: 10 Y MÁS AÑOS TRABAJANDO.

HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN. 10 AÑOS Y MÁS TRABAJANDO							
	BOOK		VIDEOBOOK		WEB		OTROS
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
si	8	53	3	20	1	7	5
no	1	7	3	20	3	20	0
ns/nc	6	40	9	60	11	73	10
Total	15	100	15	100	15	100	15

Elaboración propia

Estos resultados tienen sentido, porque el *book* es la herramienta prioritaria para la promoción de actores a finales del siglo XX. Éstos se hacían fotos que llevaban impresas a las agencias y del perfil, hacían la preselección para los castings. Más adelante, surge la herramienta *videobook* y a principios del siglo XXI la página web.

Por otra parte, no todos los actores tenían un *book*, sino que un 33% de los encuestados, ha respondido que utilizaban otras herramientas de promoción, como eran el currículum o el acceso al casting directamente.

Más de la mitad de los encuestados consideran que la promoción de actores y actrices en España ha cambiado en los últimos años (tabla 19-anexo). La mayor parte usa alguna red social, siendo Facebook (tabla 20-anexo) la que goza de predominio absoluto respecto al resto. En segundo lugar se encuentra Twitter (tabla 24-anexo) con un 67% frente a LinkedIn (tabla 22-anexo) con un 53%; siendo Google + (tabla 21-anexo) y Tuenti (tabla 23-anexo) los porcentajes más bajos.

TABLA NÚMERO 3. REDES SOCIALES QUE UTILIZAN LOS ACTORES.

REDES SOCIALES QUE UTILIZAN										
	FACEBOOK		GOOGLE +		LINDKEDIN		TWITTER		TUENTI	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
si	15	100	4	27	8	53	10	67	1	7
no			3	20			1	7	4	27
ns/nc			8	53	7	47	4	27	10	67
Total	15	100	15	100	15	100	15	100	15	100

Elaboración propia

Sin embargo, en los datos de la cuarta oleada del observatorio de redes sociales¹⁵, observamos que Tuenti sigue siendo la segunda red social más utilizada en España por delante de Twitter, aunque esta última, está avanzando considerablemente mientras que Tuenti se encuentra estancada. En este caso habría que tener en cuenta la edad media de los encuestados, ya que Tuenti es una red social muy utilizada por jóvenes (menores de 25 años), mientras que en Facebook la edad media aproximada es de 30,5 años. Además de utilizar Facebook, observamos que lo hacen con mucha frecuencia frente al resto de redes sociales.

En cuanto a los motivos para utilizar redes sociales consideran prioritario que la red sea internacional para que más gente pueda conocer su trabajo (promoción), mostrando también bastante interés por conocer gente a nivel internacional. El segundo motivo tiene que ver con el fácil uso de las redes, seguido de la búsqueda de información o por tratarse de una red divertida.

¹⁵ The cocktail analysis (2011): *Las marcas empiezan a encontrar límites*. 4ª Oleada Observatorio de Redes Sociales. Disponible en: <http://tcanalysis.com/blog/posts/las-marcas-empiezan-a-encontrar-limites-en-la-utilizacion-de-las-redes-sociales>

TABLA NÚMERO 4. MOTIVOS DE USO DE LAS RS

MOTIVOS DE USO DE REDES SOCIALES		
	N	Media
divertida	15	3
red internacional donde puedo conocer más gente	15	5
red internacional donde puedo mostrar mi trabajo a más gente	15	5
Es una red específica de temas que me interesan especialmente	15	3
más fácil de usar	15	4
Dispone de mejores herramientas para encontrar un trabajo	15	2
uso otros	0	

Elaboración propia

Por otra parte, al especificar sobre la finalidad por la que utilizan Facebook, la mayor parte de encuestados responde que lo hace para promocionarse, mientras que comunicarse con otras personas y crear contactos serían las siguientes por orden de importancia.

Observamos en la tabla número 5, que buscar información y empleo se sitúa en un estadio intermedio del nivel de importancia, mientras que conocer gente o conseguir fans no está entre sus prioridades.

TABLA NÚMERO 5. FINALIDAD DE USO DE FACEBOOK

FINALIDAD DE USO DE FACEBOOK		
	N	Media
promocionarse	15	7
encontrar empleo	15	4
conocer gente	15	3
comunicarse	15	6
crear contactos	15	6
información	15	5
fidelización	15	3
fans	15	2
finalidad otros	4	2
N válido (según lista)	4	

Elaboración propia

Es preciso resaltar que la mayor parte de los encuestados a pesar de tener representante, siempre gestiona sus propias redes sociales (tabla 26-anexo) y que un 53% empezó su carrera profesional en solitario.

TABLA NÚMERO 6. REPRESENTANTE.

		REPRESENTANTE			
		¿Tiene representante?		¿Ha tenido representante desde el inicio de su carrera profesional?	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	si	11	73	3	20
	no	3	20	8	53
	Total	15	100	15	100

Elaboración propia

Gracias a la figura del representante, un porcentaje mayor de los encuestados ha conseguido un trabajo profesional y remunerado. Sin embargo, éstos les promocionan “poco” o “nada” a través de redes sociales (tabla 27-anexo).

TABLA NÚMERO 7. ¿HA CONSEGUIDO MÁS TRABAJOS POR TENER REPRESENTANTE?

¿HA CONSEGUIDO MÁS TRABAJOS DESDE QUE TIENE REPRESENTANTE?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	siempre	2	13	13	13
	bastantes veces	2	13	13	27
	algunas veces	5	33	33	60
	nunca	3	20	20	80
	ns/nc	3	20	20	100
	Total	15	100	100	

Elaboración propia

Las herramientas más utilizadas en Facebook para promocionarse son la biografía en primer lugar seguida de la página de fans. Los grupos son otra herramienta utilizada por la mitad de entrevistados. Son lugares de reunión virtual, donde pueden participar de temas comunes y obtener información de interés. Por otro lado, la página de la comunidad es gestionada por Facebook, por lo que tenerla o no, no depende del actor, actriz, representante etc.

TABLA NÚMERO 8. INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN EN FACEBOOK

HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN. ACTORES MÁS DE 10 AÑOS								
	BOOK		VIDEOBOOK		WEB		OTROS	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
si	8	53	3	20	1	7	5	33
no	1	7	3	20	3	20	0	0
ns/nc	6	40	9	60	11	73	10	67
Total	15	100	15	100	15	100	15	100

Elaboración propia

El 60 % de los encuestados afirma ser más reconocido@ por su trabajo de actor y actriz desde que utiliza redes sociales frente a un 40% que no ha visto aumentar su reconocimiento.

TABLA NÚMERO 9. ¿HA OBTENIDO MÁS RECONOCIMIENTO GRACIAS A LAS REDES SOCIALES?

MÁS RECONOCIMIENTO GRACIAS A RS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mucho	3	20	20	20
	bastante	6	40	40	60
	poco	4	27	27	87
	nada	2	13	13	100
	Total	15	100	100	

Elaboración propia

En cuanto a la posibilidad de haber encontrado un trabajo a través de redes sociales la mitad de encuestados asegura no haberlo conseguido mientras que la otra mitad si (tabla 28-anexo). Los ámbitos de interpretación donde los encuestados han encontrado más trabajos a través de redes sociales, han sido en cortometrajes, teatro y cine, frente a trabajos en TV, radio o publicidad (tabla 29-anexo). Otro ámbito de actuación muy demandado en las redes sociales son las series online.

Las redes sociales pueden ser un buen medio para conocer a gente y ponernos en contacto con personas de nuestra profesión. Pero ¿Los actores y actrices contactan con profesionales del cine, teatro, Tv etc?.

En la siguiente tabla observamos que el 47 % de los entrevistados nunca ha contactado con profesionales del sector, frente al 20 % que ha respondido que bastantes veces o el 33% que ha contactado algunas veces.

TABLA NÚMERO 10. CONTACTADO CON PROFESIONALES

¿HA CONTACTADO CON PROFESIONALES DEL SECTOR MEDIANTE RS?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastantes veces	3	20	20	20
	algunas veces	5	33	33	53
	nunca	7	47	47	100
	Total	15	100	100	

Elaboración propia

A pesar de que la mayor parte de encuestados nunca o algunas veces ha contactado con profesionales del sector audiovisual, escénico etc, lo cierto es que tod@s tienen entre sus *amig@s* a muchos contactos profesionales y el 53% de los encuestados, los han conocido mediante redes sociales.

TABLA NÚMERO 11. CONTACTOS EN REDES SOCIALES

¿TIENES CONTACTOS PROFESIONALES EN LAS REDES SOCIALES?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mucho	10	67	67	67
	bastante	5	33	33	100
	Total	15	100	100	

A las preguntas sobre redes sociales como medio eficaz de promoción para actores y actrices, un 47% de los encuestados está más bien de acuerdo, mientras que un 13% está muy de acuerdo. A diferencia de un 33% que está más bien en desacuerdo o un 7% que está en desacuerdo con esta afirmación.

Por otro lado, se les preguntó a los encuestados por la necesidad de las redes sociales como instrumentos de promoción, y el mayor porcentaje de respuestas fue afirmativa. A su vez, están de acuerdo en que las redes sociales facilitan la promoción del actor o actriz y un 60% consideran que el actor/actriz gana autonomía gracias a las redes sociales frente a un 40% de encuestados que no está de acuerdo.

TABLA NÚMERO 12. RS COMO INSTRUMENTO EFICAZ, NECESARIO Y FACILITADOR DE LA PROMOCIÓN.

REDES SOCIALES								
	¿SON LAS RS UN MEDIO EFICAZ DE PROMOCIÓN?		¿SON LAS RS INSTRUMENTOS NECESARIOS PARA LA PROMOCION?		¿LAS RS FACILITAN LA PROMOCIÓN DEL ACTOR O ACTRIZ?		¿EL ACTOR/ACTRIZ GANA AUTONOMÍA GRACIAS A LAS RS?	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
muy de acuerdo	2	13	8	53	5	33	3	20
más bien de acuerdo	7	47	3	20	7	47	6	40
más bien en desacuerdo	5	33	3	20	2	13	3	20
en desacuerdo	1	7	1	7	1	7	3	20
Total	15	100	15	100	15	100	15	100

Elaboración propia

Sin embargo, esta autonomía que se va adquiriendo gracias a las redes sociales no libera al actor de la necesidad de tener un representante. Observamos que 9 de las personas encuestadas frente a 6, consideran que la figura del representante sigue siendo imprescindible actualmente.

TABLA NÚMERO 13. REPRESENTANTE, FIGURA IMPRESCINDIBLE.

¿ES IMPRESCINDIBLE LA FIGURA DEL REPRESENTANTE?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy de acuerdo	3	20	20	20
	más bien de acuerdo	6	40	40	60
	más bien en desacuerdo	4	27	27	87
	en desacuerdo	2	13	13	100
	Total	15	100	100	

Elaboración propia

En relación al medio de promoción, los sujetos analizados opinan que la televisión es el medio más eficaz (tabla 30-anexo) de promoción para el actor o actriz, seguido en segundo lugar del cine, teatro y revistas, mientras que la radio, las fiestas, la publicidad o Internet se encuentran al final de la lista.

Por otro lado, consideran más adecuada la promoción de actores y actrices si se realiza a través de la televisión, teatro y cine, seguidos de la radio, periódicos e Internet y en última instancia, revistas y publicidad.

TABLA NÚMERO 14. REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE PROMOCIÓN ADECUADOS.

MEDIOS DE PROMOCIÓN ADECUADOS		
	N	Media
promo tv	15	5
promo teatro	15	5
promo radio	15	4
promo revistas	15	3
promo periódicos	15	4
promo publi	15	3
mp cine	15	5
promo internet	15	4

Elaboración propia

Finalmente, consideran la página web y las redes sociales como las plataformas más adecuadas para promocionarse dentro de internet, mientras que youtube y los blogs se encuentran en segundo lugar, siendo las revistas online las menos adecuadas según éstos.

TABLA NÚMERO 15. PLATAFORMA DENTRO DE LA RED, MÁS ADECUADA PARA LA PROMOCIÓN DE ACTORES Y ACTRICES

PLATAFORMA MÁS ADECUADA PARA PROMOCIONARSE EN INTERNET		
	N	Media
plataforma redes sociales	15	7
plataforma blog	15	6
plataforma web	15	7
plataforma foros	15	4
plataforma Youtube	15	6
plataforma email	15	3
plataforma anuncios internet	15	3
plataforma revistas online	15	2

Elaboración propia

V. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Son muchas las transformaciones que se han producido en la promoción de actores y actrices en España en los últimos 40 años, generados por las nuevas tecnologías y el uso de internet, en concreto de redes sociales. Actualmente existen más medios para la promoción de actores y actrices. Algunos, que ya se utilizaban antes del nacimiento de redes sociales hoy en día siguen vigentes, mientras que de otros no queda ni rastro. Ciertamente, que más que desaparecer han perdido peso o se ha transformado el medio por el que se utilizaban.

Por tanto actualmente se sigue utilizando book fotográfico pero ya no es necesario llevarlo impreso sino que con tenerlo publicado en internet o una red social es suficiente. Así pues, el videobook continúa teniendo mucha fuerza como seleccionador de actores/actrices, pero lo que ha cambiado ha sido el medio, ya que pasó de cinta de video, a CD y actualmente a *links* para compartir a través de internet o redes sociales.

Los medios se han vuelto más veloces, se han simplificado y han reducido el coste. A finales del siglo XX los actores y actrices tenían que patearse agencias con fotos de book impresas y CV y más tarde con los videobook, por lo que hacer copias y tener que desplazarse era más costoso. Además, el primer contacto se realizaba por teléfono y en la mayoría de los casos, comunicaba.

Otro cambio podemos encontrarlo en el punto de encuentro para los profesionales del sector. Antes de la existencia de redes sociales, existían lugares donde reunirse e intercambiarse información mientras que ahora esos medios son virtuales. Encontramos en redes sociales como en Facebook, grupos relacionados con las artes escénicas y audiovisuales donde se intercambian opiniones, experiencias, convocatorias a castings, cursos etc. Por tanto continúan existiendo y son más los que se han formado, pero lo que ha cambiado es la manera de comunicarse, el lugar y modo de acceder a dicha información.

Las redes sociales son las que más han acelerado este proceso, pues son más directas, llegan a más personas y en ellas es posible “colgar” todo tipo de información sobre nuestro perfil. Esto se convierte por un lado, en una ventaja porque nos hace visibles y no es necesario desplazarse, economizando nuestro tiempo y el del receptor del mensaje. Sin embargo, por otro lado, sigue primando el “cara a cara” frente

a la tecnología. La red social nos facilitan el primer contacto, pero luego el actor tendrá que enfrentarse al casting o prueba si quiere conseguir un trabajo o ser representado, etc, “yo prefiero a la persona en vivo y en directo porque luego hay que contrastar esa información”, “hay altísimas dificultades en el oficio, ahí también ha habido un deterioro en donde es más importante la apariencia, la presencia de tu book que habla de ti en lugar de lo que realmente tu sabes hacer”(JPC); “a lo mejor no se ve tu trabajo bien como tal” (MDB).

A pesar de ello se puede afirmar que las redes sociales aportan una serie de ventajas y mejoran la promoción de actores y actrices en España:

Las redes sociales proporcionan al actor cierta **libertad**, “Para los actores las redes sociales son muy importantes porque les dan libertad de promocionarse, porque muchos actores no trabajan en lo audiovisual, la mayoría tienen compañías de teatro, por lo que digamos es la única manera que tienen de dar a conocer su trabajo” (Lucas U.A). Además, te da libertad para decidir que quieres saber ya que en “los medios convencionales la información es super selectiva” (Lucas U.A)

También ofrecen **visibilidad**, “Creo que las redes sociales han dado visibilidad a la gente que se busca la vida y necesita darse a conocer porque los que son ya conocidos realmente no necesitan, es más bien como medio de contacto con la gente que le sigue y para mantener de alguna manera una imagen pública”(Lucas U.A). “Hay mucha más visibilidad en la industria que antes y yo le recomiendo a todo el mundo que se ponga un Facebook y que lo tenga abierto y que lo promocioe y que *linkee* su trabajo en Youtube o donde sea” (MDB).

Además, el acceso a la información y comunicación con profesionales del sector se ha visto favorecido, “por ejemplo, si a ti te gusta un director de cine y tienes la posibilidad de estar en contacto y hacer un seguimiento de las cosas que hace o de un actor que para ti es un ejemplo te vas enterando de las cosas que hace (...)” (Lucas U.A).

Por otra parte proporcionan **inmediatez** a diferencia con el pasado, donde el proceso era largo, lento y tedioso, “todo este trabajo en las redes, todo este trabajo de intermediarios que realizamos facilita mucho el contacto de la estrella con el último de la cadena que es el cliente” (MDB).

Sin embargo, a pesar de los grandes cambios todavía persisten los mismos problemas que había hace 20 años, puesto que “lo que se ofrece, las ofertas de trabajo y cómo nos enteramos de ellas, ahí hay una laguna brutal” (I.V). Por lo tanto se ha ganado en visibilidad, inmediatez, libertad etc pero la dificultad en cuanto al acceso en la industria continúa existiendo, el boca a boca y el tener amigos o popularidad que nos ayude a conseguir trabajos continúa a la orden del día, “A veces haces un casting, montones de pruebas a un montón de actores que están super ilusionados y cuando tienes el personaje te dicen que lo hace alguien famoso que no ha hecho ni prueba”, “A los de casting, incluso a algunas productoras, nos gustan las caras frescas, pero las cadenas no apuestan por gente nueva. Sus propuestas siempre son de gente que ha estado en otras series” (Luis Gimeno).

Por otra parte tampoco se puede afirmar que los actores y actrices ganen autonomía e independencia totalmente, sino que es necesario matizar dicha afirmación. Ciertamente es que las redes sociales proporcionan cierta autonomía a los actores y éstos ganan algo de independencia respecto al pasado. Esto es debido a que ellos mismos pueden abrir sus cuentas, crear eventos, hacerse sus páginas de fans, promocionar sus obras, subir sus videos y fotos etc, “se puede conseguir trabajos por ti mismo” (MDB). Pero la figura del representante aunque no es obligatoria, continuará siendo útil, por lo menos durante bastante tiempo porque el papel del representante es de “gestor de una carrera, que le va a aconsejar por donde debe ir su carrera, que le va a crear una imagen personal y profesional, porque a lo mejor es un gran actor pero no sabe comportarse en los castings, no tiene acceso a los contactos, no sabe cuidar su imagen (...), negociación de contrato...”, “si el representante es un mero intermediario para llevarse una comisión, al actor no le hace falta” (MDB). “No solo te busca el trabajo sino que te cuida, si es bueno, te propone, te vende, te aconseja, te negocia el precio de la sesión o del contrato” (I.V).

A pesar de ello, el trabajo del actor no para al conseguir a un representante. Un actor no deja nunca de buscar, “no termina nunca de aprender” (JPC). El actor y actriz deben seguir en la lucha, rastreando, promocionándose, deben ponerse en contacto con el director de casting, con el director etc, y para esto las redes sociales son muy útiles, “No te puedes quedar de brazos cruzados”, “cada día hay que dedicar tiempo a entrar en las redes sociales, ver que se está haciendo, tener un listado de productoras (...) hacerse visible todo lo que se pueda” (I.V).

Las redes sociales ofrecen la posibilidad de contactar con profesionales del sector y quizá acelere y facilite el acceso a un trabajo. Sin embargo, no todos los actores o actrices generan redes y utilizan las redes sociales con este fin, sino que ya tenían un gran bagaje y experiencia y poseían esos contactos. Esta cuestión sería interesante analizarla en profundidad para futuras investigaciones, puesto que no es lo mismo conseguir contactos a través de redes sociales que ya disponer de ellos, ni ser actor o actriz con gran trascendencia que intentar darse a conocer.

Por otra parte, gran parte de los encuestados afirma haber conseguido algún trabajo gracias a redes sociales, sin embargo no todos los trabajos eran remunerados. Ciertamente es, que la visibilidad que ofrece internet y gracias a las nuevas tecnologías que abaratan los costes, todas las personas que tengan acceso a los medios pueden crear. Por tanto, mucha gente, intenta darse a conocer, o por gusto personal, crea sus propios videos o cortometrajes para subirlos a Youtube o a las redes sociales y conseguir fans. Es por ello, que entre otras razones, se consiga acceder de manera mayoritaria a los cortometrajes, puesto que éstos seguramente se hayan multiplicado, gracias a las facilidades que existen actualmente.

Los medios de promoción más utilizados continúan siendo en primer lugar la televisión, seguidos del teatro y el cine. Por tanto, a pesar de existir numerosas ventajas en redes sociales para la promoción de actores y actrices, los medios de comunicación y exhibición convencionales siguen manteniendo su vigencia y liderazgo. Sin embargo, puede afirmarse que los actores y actrices utilizan, en su mayoría, las redes sociales para promocionarse y mostrar sus trabajos.

Las redes sociales más usadas son Facebook y Twitter aunque sería interesante realizar los cuestionarios con una muestra más amplia y por grupo de edad para comprobar cuáles son las más utilizadas según sexo y edad de los encuestados.

VI. CONCLUSIONES

Efectivamente la promoción de actores ha cambiado en los últimos años, a la par que lo ha hecho la sociedad, gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías, al uso de Internet y redes sociales. Esto es un hecho. Sin embargo, a mi me gustaría hacer una pequeña reflexión e ir más allá. No se trata de cambios sino de modificaciones, transformaciones o/y avances. No se ha producido un cambio en el contenido o en las herramientas ya que algunas se han mantenido, sino que el formato o el medio han sido sustituidos. Internet y las redes sociales nos permiten una gran conectividad con todo el mundo, rompen las fronteras geográficas, culturales, etc y nos permiten expresarnos como nunca antes había sido posible. Por tanto, en este caso, considero que la premisa de McLuhan “el medio es el mensaje¹⁶” en este proyecto cobra sentido e importancia.

Las fotografías y el videobook siguen siendo las herramientas más utilizadas para preseleccionar actores. Sin embargo ya no es necesario llevar a pie, las fotos impresas, sino que teniendo una página web, una biografía o página de fans entre otros, puedes colgar tus fotos, links, trabajos y mostrárselo a las personas interesadas, de manera instantánea. Por tanto, son avances porque la promoción mejora, se vuelve más accesible, facilitadora, autónoma, rápida, visible, ya que podemos llegar a muchas más personas en poco tiempo, y podemos generar redes, contactos profesionales, o por lo menos conocer algo más de ellos, gracias a las posibilidades que nos brindan.

Sin embargo, las redes sociales son un formato novedoso, que aunque está ganando terreno velozmente, todavía no es utilizado mayoritariamente por los representantes para la promoción de sus actores. Son ellos mismos los que se promocionan en ellas pues éstas les confieren cierta autonomía e independencia y les permite seguir promocionándose en solitario. Todo lo contrario ocurre en el caso de páginas web, que es el formato más utilizado para promocionar actores en la red, ya que todas las agencias, representantes, productoras etc poseen una y rastrean otras para la búsqueda de actores o actrices.

¹⁶ Por tanto no es el contenido lo que cambia sino la manera en que nos llega: el medio, siendo éste el que genera los cambios en la promoción.

A pesar de ser los medios convencionales los más utilizados para promocionar actores, Internet y las redes sociales son imprescindibles y necesarias hoy en día para el actor/actriz, porque si no estás en ellas, no existes, “yo he estado de ayudante de producción en Ispani y haces eso o te metes en la guía online de la unión de actores o simplemente si no está en esa guía, metes el nombre y ves donde está. Con la gente mayor de 55 es más difícil encontrar material, ¿Qué pasa? Que con la gente de 50 para abajo si ahora no están en Internet no existes” (I.V).

○ *CONSIDERACIONES FINALES*

Consideramos que la promoción de actores y actrices en España es un tema apasionante, novedoso y que no ha sido analizado académicamente, por tanto son muchas las cuestiones que podrían analizarse en profundidad ya que al igual que otras profesiones esta es de gran interés social, cultural y académica.

No sabemos que nos depara el futuro, pero está claro que las redes sociales estarán en él y cada vez se tratará de herramientas más sofisticadas. Por lo que es interesante continuar ahondando en estas cuestiones de una manera más detallada puesto que formamos parte de una era de grandes transformaciones y tenemos que seguir adaptándonos a ellas, analizándolas y entendiéndolas.

Por tanto, planteamos algunas cuestiones en las que sería interesante ahondar en futuras investigaciones: ¿Cuáles son los límites que diferencian a los actores profesionales, amateurs y aficionados?, ¿Las redes sociales crearán autonomía suficiente para que un actor pueda representarse a sí mismo?, ¿Las redes sociales ganarán peso respecto a los medios convencionales (cine, teatro y televisión) para la promoción de actores y actrices?

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, L. (1993): “Sujeto y Discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa”, en Delgado J y Gutiérrez J, *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, Madrid, Síntesis, Cap.8, págs. 225-226.

BREA, J. (2002): *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos "neomediales" dispositivos neomediales*. Salamanca. Casa.

CEA D'ANCONA, M.A. (2001): “La investigación social mediante encuesta” en *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, Síntesis, Cap 7. págs. 239-291.

LOZANO DELMAR, J y HERMIDA CONGOSTO, A. (2010): *La metamorfosis publicitaria digital. Nuevas estrategias de promoción en la industria del cine y la televisión a través de internet*, Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Málaga.

SÁNCHEZ SABINO, G. (2011): *25 años de casting en la producción de ficción televisiva para las cadenas públicas y privadas de España*. Proyecto fin de máster. Universidad del País Vasco. San Sebastián. Inédito.

SERNA, A. (1999): *El trabajo del actor de cine*. Madrid, Catedra Signo e imagen.

VALLES, Miguel S. (1997): “Técnicas de conversación, narración (I): las entrevistas en profundidad” en *Técnicas cualitativas de investigación social*. Reflexión metodológica y práctica profesional, Madrid, Síntesis, Cap 6, Pág 195.

REFERENCIAS WEB

GRZMIL, AD. (2008): *El concepto del artista y de la obra frente a los cambios tecnológicos en el mundo digital; la evolución del proceso de la creación en la obra de David Lynch*. Programa de Doctorado de Comunicación Audiovisual, Revolución Tecnológica y Cambio Cultural. Universidad de Salamanca. Inédito. Disponible en: http://terminal5.org/es/phocadownload/Aneta_Diana_Grzmil/el%20concepto%20del%20artista%20y%20de%20la%20obra%20en%20el%20mundo%20digital-david%20lynch.pdf

COLINA, C. (2005): “McLuhan y las tecnologías de la comunicación” en Portal temático en Humanidades. Disponible en: <http://www.uco.es/dptos/ciencias-juridicas/diego/nuevodercho/doctorado/comunicacion/McLuhan.pdf>

MORALES VALLEJO, P. (2011): *Guía para construir cuestionarios y escalas de actitudes*. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Disponible en: <http://www.upcomillas.es/personal/peter/otrosdocumentos/Guiaparaconstruirescalasdeactitudes.pdf>

RAE. Real Academia Española de la lengua. Vigésimo segunda edición. Disponible en <http://www.rae.es/rae.html>

THE COCKTAIL ANALYSIS. (2011): *Las marcas empiezan a encontrar límites*. 4ª Oleada Observatorio de Redes Sociales. Disponible en: <http://tcanalysis.com/blog/posts/las-marcas-empiezan-a-encontrar-limites-en-la-utilizacion-de-las-redes-sociales>

WEB UNIÓN DE ACTORES: <http://www.uniondeactores.com/>

ANEXO

GUIÓN DE LAS ENTREVISTAS

El guion de las entrevistas recoge los objetivos de la investigación sin embargo éste no está estructurado secuencialmente. Se trata de que el entrevistado genere información sobre ciertos temas pero sin indagar sobre cada tema en un orden ya determinado.

- Preguntas a agencias, directores de casting y representantes, unión de actores.

Mi objetivo: generar información sobre la promoción de actores desde aproximadamente 1980 hasta el momento actual. La entrevista estará dividida en tres partes: una presentación sobre vosotros, en la segunda parte hablaremos del pasado de la promoción de actores/actrices y en tercer lugar sobre el presente de la promoción de actores/actrices en las redes sociales.

- **PRESENTACIÓN:**

Buenos días, mi nombre es Mar López del Castillo.

Soy estudiante de un máster de comunicación social que imparte la universidad de Almería y estoy analizando, para mi proyecto fin de máster, la promoción de actores en redes sociales. Debido a la escasa documentación que sobre dicho tema existe, creo lo más conveniente, realizar entrevistas a personas, instituciones, empresas etc que estén relacionadas con ello y por lo tanto puedan ayudarme a arrojar luz sobre esta profesión tan apasionante.

Antes de nada, me gustaría que usted se presentase, me dijera nombre y apellidos, donde trabaja, el tiempo que lleva dedicándose a su oficio y en qué consiste.

Una vez finalizada su presentación, comenzaremos la entrevista.

- **ANTECEDENTES**

1. ¿Cómo era la promoción de actores y actrices en España antes de la existencia de redes sociales?
2. ¿Qué figuras (intermediarios) existían para su promoción?

3. ¿Qué herramientas (book, videobook, casting, audiciones, etc) existían para su promoción?
4. ¿Cuáles eran los medios más habituales para su promoción?
5. ¿Qué resultados tenían y tienen estas herramientas y canales respecto al mercado de trabajo?

▪ MOMENTO ACTUAL

6. ¿Considera que las redes sociales han contribuido a mejorar la promoción del actor/actriz? ¿porqué? ventajas e inconvenientes.
7. ¿Cuál cree usted que es la mejor manera que tiene un actor de promocionarse? ¿Porqué?
8. ¿Cree usted que con el uso de RS la profesión, el acceso al casting, la promoción etc es más asequible?
9. ¿Cree usted que gracias a las redes sociales un actor o actriz puede promocionarse por su cuenta?
10. ¿Qué necesita un actor/actriz para promocionarse?
11. ¿Desde vuestro trabajo se utilizan redes sociales para encontrar actores/actrices para las producciones en las que trabajáis?
12. ¿Hacéis uso de las redes sociales para promocionar actores? ¿Qué redes sociales? ¿Por qué unas y no otras?

4. PARA FINALIZAR.

13. ¿Cree que las redes sociales sirven como herramienta útil para el actor y en general para la profesión?

Muchísimas gracias por su atención

TRANSCRIPCIONES DE LAS ENTREVISTAS

JOSE PEDRO CARRION ACTOR

Había cosas que dejan de haber y ahora no queda ni rastro, salvo que haya algún documento de eso. Y eso esta en los libros de algunos actores que mes estoy leyendo ahora: la Loreto y un humilde servidor que era un actor que se llamaba enrique chicote, y formaban pareja.

Entonces él cuenta de quién es hijo, la familia, el barrio, Madrid etc y cómo de pronto él pica en el teatro porque lo ve y quiere ser actor, entonces ¿Qué hace? hablar con los actores, y se presenta en un teatro y dice que quiere ser actor, que lo es y no le dejan entrar y luego vuelve diciendo que es actor, finalmente vuelve y tiene la suerte de que caen 4 frases o una frase o un monosílabo pero ya sale al escenario con la lanza, ¿de que estoy hablando? Del origen de todo oficio. El origen de todo oficio siempre ha sido alguien que se puso a hacerlo, lo hizo tanto que lo dominó y alguien lo miró, lo vio, le interesó y aprendió a hacerlo viéndolo hacer, imitando, como aprendemos a hablar, imitando.

Cuando yo empiezo en el teatro estaba el meritorio, la figura del meritorio, que era un joven actor que tenía talento o no, y quería ser actor y que tenía condiciones o no, tenía talento o no, lo cual no es definitivo en teatro porque puedes tener talento y ser un vago o puedes ser un tipo muy obsesionado con el trabajo y no tener talento, de uno a otro la medida, la mezcla es infinita por tanto hay muchas posibilidades de que un tipo haga una carrera pero hacer una carrera se debe empezar como cualquier oficio desde abajo.

¿Qué ha pasado? Que de ahí, se ha ido poco a poco a dejar ese sistema de aprendo haciendo y aprendo a hacer y se ha pasado al sustituto de las escuelas donde se ha degenerado de tal manera el siglo XXI que se ha convertido en un estercolero de ideas sobre la actuación que no se pueden actuar y que las imparte gente que en general, tampoco están en activo y que han pasado de tener una escuela a que sea una secuela es una continuación de algo o de alguien que era un maestro.

En otros tiempos no había maestros, el maestro era, tantos actores como buenos actores había y tantos directores como buenos actores había. Luego vino la figura del director, la figura del enseñante y esta gente joven que tampoco ha ido manteniendo la estela del teatro en la educación sino que también se ha ido perdiendo.

Yo mismo con 12 años estoy estudiando y tengo acceso a subir al escenario porque en mi escuela, en mi instituto había teatro, yo podía hacerlo y pude levantar la mano para ser voluntario. Cuando yo llegue a la escuela de arte dramático que no a un teatro de meritorio, yo ya había practicado. Hablando de mi, para decir que ese es el proceso que hemos vivido.

Del No queda mas remedio que acudir a un teatro y pedir por favor déjenme entrar que quiero ser actor y usted escucha y tiene una frase y poco a poco va llegando a ser el primer actor y tiene una compañía, a la escuela de arte dramático y sucedáneos, hasta llegar ahora a la gente que no ha tenido el teatro en su educación con 18 años, 20 años ya un poco tarde, pero nunca es tarde si la dicha es buena, es verdad que si uno tiene una vocación y es el camino que encuentra para hacer, el camino que encuentra para hacer, y si ahora es internet es internet, seguirá habiendo en juego talento, vocación y trabajo duro y la combinación de eso, sea en un medio en otro no hay garantía de nada, lo único que importa es que este es un oficio muy misterioso que para aprenderlo no hay más que hacerlo y verlo hacer y que cuanto antes aprendas a hacerlo mejor porque más cerca estará de tu aprendizaje como persona y que solo será el que irá marcando el teatro que vamos haciendo y cuáles son los sitios en donde el teatro se hace y cuál es el modo en que la gente tiene una oferta desde microteatro por dinero a centro de la compañía de teatro nacional clásico con un gasto sobre el dinero público más elevado y que tiene más o menos utilidad si es verdad que el teatro lo pagan todos debería ser de todos.

Yo conocí el teatro en un origen muy rudimentario y ahora la tecnología está por medio y está invadiendo este territorio tan personal, tan de tú a tú como es el teatro. El cine, tv, radio, necesitan mecanismos, artefactos, pero siempre habrá teatro en cuanto haya un grupo de personas, y haya una historia que alguien cuenta, entonces eso será teatro. Entonces me parece acorde con los tiempos que ahora una tipo que ahora tiene 18, 20 años, 15 años, no sé cuando se empieza a ser adulto ahora, quiere ser actor y busque en la red la manera de proyectarse.

Yo hice una elección, no habían casting, castigo, castingo, lo que había...poco a poco fueron viniendo las pruebas. Lo que había era ese procedimiento que te cuento, tú tienes doce años, levantas la mano de voluntario, haces el payaso durante 7 años y finalmente descubres tu vocación. Te vas a la escuela de arte dramático, te das cuenta de la estafa, y

entonces decides irte a un sitio donde te abran la puerta, como tienes un maestro en la escuela, has descubierto un maestro pues le sigues y te vas a pequeño teatro. Pequeño teatro es una sala que en 1971 en Madrid en la calle Magallanes se abre como pequeño teatro y allí acudo. El curso está cerrado, bueno yo insisto, no tengo dinero para pagar el curso además, así que vétele pensando, bueno pues nada está cerrado. Finalmente pasa, limpia los focos, colocas las butacas, vendes las entradas, limpias el polvo y asistes a clase. Y en las clases un día alguien se fija y te dan un papelito en una obra de dos horas y media dos minutos y medio, llamas la atención y estas en el siguiente montaje y te doy los nombres: terror y miseria del tercer Reich, se iba a montar y los actores de ese laboratorio de William Layton, fuimos requeridos para ese personaje con lo cual nos encontramos en la mano con cada uno diez o doce personajes, porque había muchos personajes entonces podías en un solo personaje juntarte con diez o doce.

Antes el teatro estaba más definido. Teatro era teatro y era más claro quién lo hacía. Ahora teatro lo hace cualquiera como cualquiera hace la política, como cualquiera... está un poco más pervertido.

De modo que mi procedimiento fue ese, ir allí donde me parecía que se hacía el teatro que yo quería hacer y empecé de menos a más y de ahí a terror y miseria del III Reich vino ya Cándido de Voltaire con varios personajes pero ya, más protagonistas y ahí vino ya el primer gran trabajo que fue Tío Vania con Layton en el que yo con 28 años acabé haciendo un personaje de 48, di una llamada de atención, la gente preguntaba quién es este chico y ya entré en la profesión.

Antes el videobook eras tú mismo, tu presencia, tu insistencia, tu obsesión, tus ganas de ser actor y un tipo de actor, depende de tu sueño y en mi caso un actor que no termina nunca de aprender.

(...) la mejor manera de aprender es con el público, y para mi hay que diferenciar lo que es un actor de teatro y lo demás. Yo no quito ningún merito a cualquier medio de comunicación como puede ser cine, tv, radio o cualquier cosa que tenga un soporte técnico. Yo elijo teatro porque me gusta la cosa en vivo y en directo.

Y creo que teatro es una persona en el escenario, con otras personas que son el público y con algo que es una historia, que les une, que les tiene entretenidos allí, y que en el fondo de lo que se trata es de que se mantenga la pregunta, quien es mas actor, quien es

mas artista, quien es mas protagonista, el que se sienta en el patio de butacas y sueña y construye la obra contigo o tu que te has aprendido un texto, has ensayado un poco y estas intentando salir al escenario a hacer lo que te da la gana si es que realmente te lo has planteado. Bueno, ahí hay altísimas dificultades en el oficio, ahí también ha habido un deterioro en donde es más importante la apariencia, la presencia de tu book que habla de ti en lugar de lo que realmente tu sabes hacer.

Ahora tengo a alguien que se ocupa de mis cosas en televisión y tal pero yo en teatro no necesito representante, ya soy mi propio representante si es que representante es una forma de llamarle al actor: ¿a quién representa? Eso ya... ¿al personaje o al público?

¿Cómo has conseguido trabajos?

Creendo mucho en tu trabajo, por mucho maestro que tengas...han pasado tantos por los ojos de Layton! tanta gente ha pasado, yo creo que la relación maestro discípulo ahí es interesante discernir que pasa ahí, pero el mejor maestro es el publico.

De lo que se trata es de estar siempre en esta búsqueda de qué misterio es este del teatro y que puedo hacer para ir descubriendo en ese propio misterio mi propia técnica, mi propia manera de hacer y eso no lo haces solo, lo haces con los demás y con la propia vida y es la vida la que te va ofertando cosas y tú dices si y no y uno termina siendo lo que ha hecho como lo que no ha hecho y en ese sentido yo he tenido mucha suerte, he sido un gran privilegiado porque he tenido un momento en la historia de este país que había un dinero disponible para el teatro y he entrado en ese formato de producto cultural, de centro dramático nacional, de teatro del ayuntamiento como era el español y durante 9 años seguidos he podido hacer 12-14 funciones de los más grandes títulos.

Un personaje seguía a otro, porque uno cocía en ese aprendizaje. Digamos que más que venderme, he sido comprado o alquilado.

¿Confías en la suerte del actor o actriz?

Por un lado es suerte pero por otro lado trabajo duro. Lo más importante es encontrar lo que quiere hacer, lo puede hacer, pero lo más importante es encontrar la manera de hacer lo mejor posible lo haga, y sino que no haga nada, porque para colaborar en la mierda o en la mediocridad ya se ocupa la vida.

¿Qué opinas sobre la promoción de actores y actrices en RS?

Me encanta internet y las redes sociales. Me parece una herramienta maravillosa. Yo utilizo solo correo, tengo una cuenta de twitter pero no entro mucho y yo uso un poco más Facebook y también tengo las páginas de mis actividades como *Vivero* o la página de *Júbilo Terminal* y demás proyectos. Eso es mi trabajo y lo publicito y lo pongo en boca y conocimiento de la gente a través de internet que me parece que es una herramienta fabulosa.

Es fascinante, en el futuro me gustaría que no solo hiciéramos la sesión (vivero) sino que también pudiera ser grabada y puesta en directo a través de estos mecanismos como puede ser skipe.

Por un lado está el medio por el que tu llegas a hacer algo y por otro lado está ese algo, y ese algo tiene suficiente misterio.

Un actor para mí es una persona que se transforma en otra delante de otros, es decir, que a través de un texto escrito, un actor que sabe leer, lee en el personaje algo de lo que ya está dentro y con eso, con lo que está dentro de sí mismo, (porque si tu abres un libro está dentro de ti, y si tu lees un personaje de la historia del teatro habla de ti) entonces ese que tu eres, a través de esas palabras ante otras personas, te transformas en el personaje y se produce o no se produce ese milagro, esa magia del teatro que ninguno podemos dominar, pero todos andamos buscando.

Entonces es una búsqueda, todos, o algunos, o quien se lo proponga, conscientes de que nunca se llega a ningún sitio, que siempre es un Ítaca, ir hacia una forma de perfección que no existe, aceptando que el camino de tu aprendizaje es tu propio error y que darte contra la pared una y otra vez en tu obsesión por ser actor no es más que una pelea, que la única recompensa está en que es la pelea que tu quieres y que tus chichones son tuyos y que de vez en cuando hay un *Cun laude*.

Si tú me traes un cv yo no voy a escuchar tu cv yo voy a escuchar tus ojos a mirar tu voz, qué dices y cómo lo dices, qué haces y cómo lo haces, mucho más que en lo que en un papel tú dices que tu eres. Yo prefiero a la persona en vivo y en directo, porque hay que contrastarlo quien me dice que es verdad esa información o es mentira.

Yo puedo ver tu nombre en una empresa de casting y tu cara, pero si por lo que seas me llamas la atención voy a intentar verte, hablar contigo y ver quién eres. Pero si sería un primer paso y en el fondo lo considero estupendo, me parece que es un mecanismo de relación estupendo, lo que pasa es que como todo, tiene sus perversiones y puede ser un mecanismo también de ocultación, más bien de la ocultación de lo real, porque mucha gente confía en que internet es mejor que la persona y yo creo que no.

Para mí lo importante es la persona en vivo y en directo, es mucho más importante estar con esa persona en silencio, uno al lado del otro compartiendo ese silencio, que miles de horas de chateo, yo lo prefiero.

Consejo: Mi consejo es no dar consejo. Con internet o sin internet aquí o en Pekin, (...) haz lo que da la gana para cumplir tu sueño.

- **IÑAKI GUEVARA Unión de Actores**

¿Consideras que la promoción de actores y actrices en España ha cambiado, en qué sentido?

A pesar de ello el cambio en la producción de actores sigue teniendo los mismos problemas que tenía hace 20 años, puesto que “lo que se ofrece, las ofertas de trabajo y cómo nos enteramos de las ofertas de trabajo, ahí hay una laguna brutal”. A diferencia de otros países como por ejemplo Nueva York donde hay una revista donde ofertan todos los casting diarios.

Sin embargo hasta hace unos años, no existían tantos medios y lo más habitual era el boca a boca debido a la poca cantidad de actores y actrices y de producciones que existían “en un principio cuando había pocos actores se enteraban entre ellos, había puntos de contacto donde se intercambiaban información, que en un principio fue *Boccaccio*, donde se apuntaban no solamente actores y actrices sino también intelectuales y más tarde fue la cafetería de María Guerrero que ahora es la sala princesa. Ahora actualmente no hay ningún punto de encuentro.

Era un trabajo de rastreo, de boca a boca, de que tuvieses un amigo que era ayudante de dirección que te decía que tal película se iba a hacer.

De lo que más nos enteramos son de las series de televisión porque las series de televisión tienen una continuidad, porque aunque ya hayan cogido a personajes fijos saben que van a haber episódicos.

¿Cuáles eran las herramientas que se utilizaban para la promoción?

Todo el trabajo antes de la existencia de redes sociales se basaba en tener fotos, un book y el currículo. Entonces tú cuando te enterabas de que una productora de teatro, de televisión o cine estaba haciendo algo ibas con ese material. Ibas en persona, no había directores de casting todavía.

También en la unión de actores había una bolsa de trabajo que en un principio figuraba como referente. Si llamaban productoras pero cuando tú decías a los afiliados, tal productora está buscando x personajes se presentaban MIL, con lo cual se les colapsaba. Entonces las productoras dejaron de hacer eso, por ese tipo de colapso.

Entonces hasta ahora en la bolsa de trabajo hasta ahora los chicos y chicas que había lo que hacían era rastrear qué se estaba haciendo y a veces llegaban muy tarde, es decir, al cine y al teatro se llega muy tarde, con lo cual, el actor o tienes contactos, de que es mi amigo o conocido o no entras.

Para una obra de teatro hicieron el casting entre amigos y todo el reparto eran amigos.

Hay una anécdota por ejemplo, yo me presenté a una productora a boca a boca y no me acuerdo que proyecto era y de repente pasa el ayudante de dirección de otra película que estaba en otro despacho y pasa al baño y me ve y dice hombre Iñaki pues a lo mejor te puedo dar algo, osea que si no llega a tener ganas de ir a mear yo no trabajo en tu película ¿no?. O peor, en la penúltima película que hice que fue con santigao zannou me llama una directora de casting que no conozco, y le pregunto porque me has llamado y me dice, porque mi hermana era directora de casting y se murió hace dos años y le cogí el fichero, osea se tiene que morir tu hermana para que yo pueda acceder al casting.

Luego también está el representante. Si tú tienes un representante se supone que esta persona está dotada para buscar o si eres de primera división para que las productoras te manden los proyectos, entonces ya saben lo que se va a hacer y tu presentas a tus actores. Si es un representante que no le mandan los proyectos pues se tiene que buscar la vida. Ahora a través de internet te la puedes buscar más o menos, puedes entrar en muchas páginas, pero antes ¿Qué había? Pues la revista de la academia a principios de año sacaban los proyectos cinematográficos, pero sino lo único que había era el contacto de estos representantes con los contactos que tuvieran ellos.

También aquí ha habido y sigue existiendo la guía de la unión de actores, gráfica, que si han estado utilizando mucho junto con el cineguía que ahora ya menos y la guía de la unión de actores. Luego también está con internet la guía online.

También está esta cosa de haber si me invitan a este estreno, voy y husmeo. Esto no ha cambiado. Los estrenos son, voy allí, a ver si me ve alguien y si me entero de algo. Que la mayoría de las veces no te enteras de nada, pero puede pasar.

Es un poco la suerte. Yo un día me senté al lado de la directora de “entre rojas” y de repente me ofreció ir a una prueba porque se sentó al lado y le caí simpático pero esto es, absolutamente anecdótico.

Después del book llega el videobook, con el material, llevar tu pedazo de cinta e intentar ir a las productoras que saben que van a hacer algo e incluso a las que sabes que no van a hacerlo. Y luego entran los directores de casting.

Y estamos encantados porque pensamos que esto va a ser una puerta abierta pero no, es un filtro. Si entra aquí una persona que hay que asesorarle lo primero que le damos es una lista de los directores de casting y está la propia pelea del actor o actriz intentando que le vea, que cada vez ven menos. Ya no les puedes mandar ni tan siquiera un dvd, les mandas un link de tu videobook en la red o de tu página web.

Entonces lo más fundamental es que uno puede buscarse a través de las páginas web de las productoras, puede acceder, estás en la red con lo cual si se saben tu nombre pueden pinchar. Hay también iniciativas, yo estuve en un grupo que se llamaba sónicos, que contratamos a un cámara y nos reuníamos todos los master para trabajar escenas, que luego se montaban y se colgaban en la página web de sónico, otra puerta abierta. Tienes puertas abiertas a nivel internacional, donde puedes apuntarte, meter tus videos, tus fotos...todo.

Es cierto es que lo que ha cambiado es que ya un director de casting lo que hace es trabajar a través de eso, de redes sociales.

Facebook funciona a nivel laboral, no se si hay directores de casting que se meten, yo se que quizá ponen en google Iñaki Vergara y a ver que sale. Yo lo he hecho. Yo he estado de ayudante de producción en Ispani y haces eso o te metes en la guía online de la unión de actores o simplemente si no está en esa guía, metes el nombre y ves donde está. Con la gente mayor de 55 es difícil encontrar material, que pasa que con la gente de 50 para abajo si ahora no están en internet no existes.

Se continua usando la guía grafica de la unión de actores, es lo más cómodo y los productores la siguen utilizando, porque es el único libro de referencia. Esta claro que el presente es la red junto con lo grafico pero está claro que el futuro es la red, para hacer cualquier cosa.

A pesar de ello, la figura del representante sigue siendo necesaria porque “no solo te busca el trabajo sino que te cuida si es bueno, te propone, te vende, te aconseja, te negocia el precio de la sesión o del contrato... es difícil, a lo mejor lo que si es que los buenos quedaran y los malos irán cayendo. Hay mucha competencia. Yo no creo que..

Yo por ejemplo no tengo representante, porque el que me gusta me dijo que no. Un representante te tiene que decir que te lleva, como digas que te lleve siempre te va a decir, no es que llevo mucha gente, tengo gente de tu perfil, aun así, aunque tengas representante y bueno, el trabajo del actor de seguir promocionándose, hablar con el director, con el director de casting, hay un trabajo... que no te puedes quedar de brazos cruzados, a no ser que seas famoso, si eres famoso no tienes que hacer mucho. En un famoso lo que hace el representante es negociar y aconsejarle, no es buscarle trabajo.

¿Consideras que hay más actores actualmente?

Más actores que antes hay. No tenemos una estadística objetiva pero por ejemplo en AISGE nuestra sociedad de gestión intelectual hay como 7000 asociados. Nosotros aquí en Madrid tenemos afiliados 2500, pues ponte que haya más de 10.000 actores o actrices. Se ha incrementado mucho, porque además el teatro, el cine y la televisión están a la orden del día y la gente se ve más estimulada. Antes era, yo me imagino en los años 60-70, esta de cosa de “que vas a hacer hijo mío estás loco” pero si ha aumentado mucho. No sé hasta qué edad aguantan. Con 18 años te crees que te van a dar un Oscar, con veintitantos empiezas a ver q no es tan fácil, a los 30 te planteas si sigo o no sigo y hay gente según va pasando el tiempo se va dedicándose a otra cosa, porque hay mucha precariedad. Hace 10 años había un 70% de actores y actrices que se trabajaban en otra cosa, ahora el porcentaje tiene que ser altísimo, por cómo está todo.

¿Podrías dar algún consejo a los actores y actrices españoles para su promoción?

Cada día hay que dedicar tiempo a entrar en las redes, ver que se está haciendo, tener un listado de productoras, de directores de casting, hacerse visible todo lo que se pueda. Es no quedarse en casa y seguramente de 100 emails que mandes, 100 llamadas que hagas de esas te pueda salir 1 pero esa una te pueda dar de comer medio año o un año.

También está IDMB. Es una especie de archivo internacional donde las productoras mandan todos los repartos. Esto lo conoce en toda Europa. Ésta cualquier actor europeo, director. Lo conoce todo el mundo entonces un director de casting o director lo usa.

- **LUCAS UNIÓN DE ACTORES**

Internet ha abierto un mundo nuevo para los actores. Ahora mismo por ejemplo a nivel de trabajo todo se mueve por el tema de internet, quiere decir, ahora mismo no hay convocatorias directas, todo se hace por email, digamos lo que es la preselección y tal y luego a nivel promocional, la gente es vital que tenga presencia en internet, porque ahora mismo es casi obligatorio que tengas presencia en internet porque a la hora de una consulta o de buscar a un actor todo se hace a través de la red; no hablamos de redes sociales hablamos de internet. Tú tienes tus videos alojados en un servidor de videos, tienes tus fotos por algún lado, tu currículum, porque a verte ahora mismo la gente no tiene tiempo de verse, entonces lo que hacen es que recurren a todo esto, a lo que está colgado allí.

Se siguen haciendo casting pero también se ha masificado demasiado, en el sentido de que hay muchísimos actores, hay muchas escuelas y hay mucha gente sin preparación.

El problema que hay con internet es que es demasiado abierto muchas veces, entonces por ejemplo las productoras serias que trabajan en el sector han sufrido un ataque informático, porque por ejemplo tú pones una convocatoria en internet y en 5 minutos recibes 1000 mails de todos lados: según donde las cuelgas, te invaden las cuentas de emails; es que hay gente que incluso no quiere dar sus cuentas de email muchas veces, porque no pueden trabajar.

Luego lo que son las redes sociales, para nosotros mismos como sindicato, son vitales porque nos hemos enterado que la gente consulta más redes sociales que los emails, entonces se enteran antes de muchas cosas cuando lo publicamos en redes sociales antes de que les mandemos cosas por emails. Es super curioso porque entre los dispositivos que tienen aplicaciones, les llega en el instante.

Para los actores las redes sociales son muy importantes porque les dan libertad de promocionarse, porque muchos de los actores que no trabajan en lo audiovisual, la mayoría tienen compañías de teatro, por lo que digamos que es la única manera que tienen de dar a conocer su trabajo.

¿Qué RS son las que más utilizáis?

Las redes sociales más populares son Facebook y twitter que son las que mas tiran a nivel general. Por ejemplo Facebook, gracias a esto de crear eventos, invitar a los amigos, página de fans...entonces ves que la gente aprovecha mucho, sobre todo a nivel profesional todas las cosas que les están ocurriendo. Dan bastante uso y de alguna manera rellenar el vacío que hubo antes. Que antes si no tenias la pagina no había sitio donde expresarte o promocionarte y ahora mismo la gente lo usa bastante, para subir tu videobook, tus carteles, fotos de books o promocionar tus espectáculos o cualquier cosa que vayas haciendo...los rodajes...lo que suelen hacer en el perfil de los actores es compartir con amigos o a nivel publico las cosas a nivel profesional que están haciendo y la verdad es que yo veo que la gente saca bastante provecho y está muy bien.

En el caso de twitter a mí personalmente me resulta más fácil a la de trabajar porque es más inmediato.

No nos fijamos en más redes, a nivel sindicato nos hemos centrado en las más populares para hacer un poco más visible nuestro trabajo y tal. He hablado con gente en tuenti, más joven pero con casi todo el mundo con quien he hablado tiene Facebook, digamos como que es más masificado y mucha gente tiene twitter. Pero Facebook lo tiene todos. Es lo que más se usa y yo creo que es importante que la gente lo use.

Es muy útil porque por ejemplo tú creas un pequeño formato, aquí por ejemplo hay microteatro y es un canal de información alternativa.

Tenemos medios oficiales, la empresa oficial, nacional tal tal, que esta información quizá no te llegaría nunca si fuese a través de esos canales, pero de alguna manera se crea por otro lado otro canal de información que es tu libertad de elegir lo que quieres que te llegue y a mi personalmente me parece super práctico porque quizá lo que hay en los medios oficiales a mi no me interesa personalmente. Por ejemplo tú tienes una obra de teatro y necesitas darle una salida que la gente lo conozco y tal, a traer público y esta es la mejor manera. Antes se mandaban muchos emails y ahora se considera spam, entonces te resulta más fácil lo de las redes sociales porque te haces amigos.

Hay tres canales especializados. Toda la prensa especializada, toda la prensa que publica ocio, cultura y teatro, nosotros tenemos una revista también...pero más bien era eso, es lo que se solía utilizar. Se sigue utilizando porque coges una guía de ocio y ves un resumen de l semana de todas las cosas que va a haber así que a nivel promocional sí

que la gente lo consulta y tal. Yo reconozco que ahora todo el mundo consulta internet y pasan 20 kilos de medios convencionales, quizá en el caso de la crítica de cine o crítica teatral pues no porque los medios impresos son un referente.

(muestra de revistas)

1 revista: han abierto una librería y son del país vasco.

Hay mucha prensa especializada. Yo creo que también es necesaria porque hay personas (mayores sobre todo) que están acostumbradas a este formato y les gusta. Si en futuro todos tenemos tablets e ibooks pues creo que el tema del papel se olvidaría. Seguirá vigente bastante tiempo, yo lo veo muy retro la verdad pero, por otro lado según como lo mires, yo lo veo muy cómodo la verdad y no estás pegado a una pantalla, en ese sentido me mola más.

Creo que las redes sociales han dado visibilidad a la gente que se busca la vida y necesita darse a conocer porque los que ya son conocidos realmente no necesitan, es más bien como un medio de contacto con la gente que le sigue y para mantener de alguna manera una imagen pública. Por ejemplo también, a ti te gusta un director de cine y tienes la posibilidad de estar en contacto y hacer un seguimiento de las cosas que hace, o de actor que por ejemplo para ti es un ejemplo y te vas enterando de cosas que hace, digamos como que ellos tienen su propia fuente de información y no tienen que depender ya de los medios convencionales. Hay tanta información ya... también estamos un poco sobreinformados. En los medios convencionales la información es super selectiva pero las redes sociales te dan una cierta libertad de decidir que es lo que quieres saber.

Pienso que para la gente que es conocida, la gente que está empezando es cuestión de suerte y talento y de muchos elementos que se pueden dar y la gente que se busca la vida y que está empezando pues es una herramienta de trabajo para que se te vea lo que estás haciendo y tal. Lo que pasa es que como las páginas web es un tema más complicado, es más bien un rollo, porque las tienes que mantener, más personal etc, las RS te permiten tener un canal de difusión con acceso gratuito.

Yo no sé por qué camino va a ir pero va a haber esta o va a haber más en el futuro, porque ahora mismo tenemos todo como monopolizado, hay cosas que sí y cosas que no, porque twitter por ejemplo se ha convertido en una empresa.

MAMEN DE BLAS REPRESENTANTE

Yo te puedo hablar desde el tema de promoción de presentadores de tv que es donde tengo más experiencia, yo me he desarrollado en el mundo de la televisión y eso incluye la promoción.

Es presentar a quien tú quieres, proponer para llevarlo a una cadena concretamente.

La promoción que conlleva una vez que ya tienes a un presentador tienes que moverlo por todos lados. Cuando va a presentar un programa tú haces su propia promoción.

Aquí lo que se hace es que se gestiona la carrera de los presentadores y actores y artistas porque aquí tenemos por ejemplo a...chicote y.... A actores de musicales...aquí se llevan a una serie de artistas y lo que se hace es una promoción de su talento a un nivel global. Es una agencia del tipo tenemos una serie de fotografías de personas, lo que se hace es presentarlos a todos a todos los castings para intentar colocar a la gente en lo máximo posible y lo que sea, crear una carrera profesional al estilo americano.

Garbiñe viene del mundo de la moda y lo que ella ha hecho en su vida profesional es crear presentadores a partir de modelos y lo que ha hecho es crear su imagen y darle una salida profesional porque les ha visto un potencial de talento. Igual con presentadores que han llegado a ser actores, se ha visto que hay unas posibilidades de talento de artistas y lo que hacemos es crearles una imagen y les decimos te vamos a presentar a este tipo de pruebas aunque no haya sido lo tuyo hasta ahora porque creemos que lo puedes hacer bien,

Como empieza la promoción de un artista desde el momento en que la agencia empieza a presentarle su material a todos los directores de casting y productoras de tv. Directores de casting me refiero a cine y productoras de ficción: globomedia, videomedia, 4 cabezas, ida y vuelta, producciones todas estas que hacen series para tv. A directores de casting de cine que muchos son independientes y que son contratados y que a la gente que van viendo la proponen para directores. Luego están los productores de televisión o los directores de contenidos de tv que proponen un formato a una cadena van a venderla y dicen yo creo que este programa lo podría hacer Jesús Vázquez, le pega, o yo creo que este programa lo podría hacer Pilar Rubio. O sea que desde que la agencia ofrece los servicios y presenta la fotografía y el videobook todo esos artistas ya empieza a ser una forma de promoción porque tu lo presentas a toda esa gente y luego toda esa gente lo

dirige a sus clientes que son las cadenas, los anunciantes, los empresarios teatrales, los directores de cine, los productores de cine, los productores de cine que son los que ponen el dinero. Es una promoción que va en cadena. Muchas veces no sale el trabajo para ese artista o ese presentador o ese profesional pero todo ese proceso ha sido una promoción para él. ¿qué ocurre? que los resultados no son inmediatos, entonces mucha gente del oficio dice claro es que yo tengo representante pero no me sale nada... claro no te sale nada ahora mismo pero quien te dice que dentro de 6 meses todo lo que hayas ido sembrando no lo puedas recoger, a lo mejor no porque no eres lo que se busca en este momento que están de moda los vampiros, los cuentos, la comedia, el drama, pero quien sabe si dentro de un año esto ya no se lleva se lleva el drama social porque estamos con los desahucios que estamos y se llevan las actrices o los actores dramáticos. Entonces todo ese material, si la gente es profesional, lo ha visto lo ha visionado, te conoce y la gente vuelve a presentarte en el momento que cree que debe. Entonces todo eso es promoción.

Ahora existen las herramientas que ahora son de gran inmediatez, porque las cadenas y los productores tienen unas agendas muy apretadas a nivel de tengo que crear formatos, tengo que crear guiones, tengo que coger ideas para hacer, no puedo estar todo el día recibiendo a representantes de actores porque hay mil. Hay gente que lleva a un actor hay gente que lleva a 30, hay gente que lleva a actores, presentadores, bailarines... entonces no se puede.

Entonces ahora con las herramientas web es super fácil. Mira tengo mi página web, entra y mira la gente que te puede interesar, yo te preselecciono las fotos, te las mando por email, te mando un videobook o te hago una presentación especial para ti, ¿Qué estas buscando? ¿alguien que te dé de vampiro? Pues te voy a buscar a 10 chavales, que te pueden dar este look, entonces te voy a buscar a 10 tíos de 20 a 25 que tengan este rollo gótico, te los voy a presentar de esta manera, y tal y cual. Te los voy a intentar colocar como sea, porque además creo q valen para eso, entonces te voy a preparar fotos de este estilo, si la agencia tiene mucha pasta, si no se les dice oye tíos buscaros la vida, haceros estas fotos, me las mandáis y yo se las mando y esa recepción es inmediata. Oye estoy buscando a gente para un casting de tal, espera que te la mando y ellos ya directamente te dicen, oye este este y este no me la mandes. Antes el proceso imagínate lo largo y lento que era.

Ahora existe la página web, twitter, las redes sociales Facebook y linkedin que se está utilizando para ello, también el instagram, pinterest, pero eso ya para los aficionados a las redes sociales que quieren echarle un ojo más ¿Qué pasa? que esto tiene sus ventajas para trabajar y sus inconvenientes para los artistas. Que puedes estar en este momento dando el perfil que te piden en esa foto pero a lo mejor no se ve tu trabajo bien como tal pero bueno, digamos que es una herramienta previa, que luego ya te citan para un casting e intentas ver más en profundidad, sobre todo para trabajos largos y más serios como cine, un largometraje o un programa de televisión que va a tener una continuidad en el tiempo, no como para una frase o algo así. Entonces todo este trabajo en las redes, todo este trabajo de intermediarios que realizamos facilita mucho el contacto de la estrella con el último de la cadena, que es el cliente, el emisor.

¿Consideras que se puede encontrar un trabajo a través de redes sociales?

Si por supuesto, yo estoy viendo en youtube gente que me gusta su videobook y la cito.

Bueno, yo me refiero a herramientas de internet: youtube lo utilizo mucho, para contactar con personas utilizo Facebook y twitter, sobre todo Facebook porque twitter tiene el inconveniente de que si esa persona no te sigue no la puedes mandar un mensaje, sin embargo en Facebook si. Todo el mundo tiene ahora Facebook, empresas, productos; el Facebook de una empresa, el Facebook de un producto, el Facebook de un programa de televisión, de un presentador etc, entonces el Facebook es de todo entonces he visto el videobook de este chaval de esta chavala que no me conoce para nada, que no sabe que estoy buscando a gente, que es bueno, que no se van a poner en contacto conmigo y yo como lo encuentro, cojo su nombre me meto en el Facebook y puede que esté, lo meto en internet y a ver si hay algún conocido...si que lo utilizo, lo utilizo mucho, me ahorro mucho trabajo y el correo electrónico me ahorra tiempo y dinero, estar todo el día con un teléfono es agotador.

Entonces con RS llego a mucha más gente, llego más rápido, llego antes, voy directa a lo que quiero, elimino lo superficial, si luego en ese proceso de selección ya vamos mas adelante ya vamos mas a los detalles, pero ahora vamos a hacer el casting, vamos a ver qué has hecho, yo te cuento lo que es la empresa, pero luego es otro proceso, es una contratación y ahí entramos ya más en detalle, pero por el teléfono es agotador. Creo que es fundamental, yo trabajo para todo con las redes y el correo electrónico.

Hay mucha mas visibilidad en la industria que antes y yo le recomiendo a todo el mundo que se ponga un Facebook y que lo tenga abierto y que lo promocioe y que linkee su trabajo en youtube o donde sea.

Ahora se puede conseguir trabajos por si mismo pero que el actor sepa manejar el solo su carrera eso es otra cosa. Si el representante es un mero intermediario para llevarse una comisión, al actor no le hace falta. Si el representante es el gestor de una carrera que le va a aconsejar por donde debe ir su carrera, que le va a crear una imagen personal y profesional porque a lo mejor es un gran actor pero no sabe comportarse en los castings, no tiene acceso a los contactos, no sabe cuidar su imagen, no te digo ya en un casting sino en un restaurante, o sea tú no puedes montar estos pollos en un avión, tu no puedes hacer tal o yo que sé, que no sabe como dosificar su presencia en los medios de comunicación. Un famoso no puede estar hasta en la sopa tampoco, no sabe que tipo de contratos tiene que aceptar, no sabe a qué casting debe presentarse porque a un director de casting no le puedes estar con la misma gente todo el rato. No sabe que cosas debe decir y que no, que enemigos debe hacerse o no, con temas políticos con muchas cosas, con intereses comerciales, si debe hacer o no esta publicidad, llevar una imagen como si fuese un producto que eso es lo que ha hecho un representante y lo ha hecho siempre en EEUU que es donde se ha creado esta industria y donde han inventado todo y luego que pasa pues el tema de la promoción, que el tema de la promoción y venta ¿lo va a hacer él? Porque si él lo sabe hacer bien puede eliminar el punto intermedio para tener un acceso, a lo mejor, pero todo ese trabajo de gestión de carrera de pulir una imagen, de llevarle, aconsejarle, moverle, y luego la negociación de los contratos, el actor o el presentador muchas veces no sabe por dónde se la quieren colar, entonces se firman muchos contratos que a veces por no pagar un 20 por ciento de la comisión te están colando el gol, en derechos de imagen, en la reproducción de una serie que les hacen firmar, que a lo mejor esa serie tiene 8 pases más, en vez de cobrar por cada vez que esa serie se pase, el actor tiene derechos de imagen por eso y el actor le han colado que si la ponen otra vez en la 1 en la 2 o en la 3 el actor no va a cobrar nada, pues muchas cosas de esas que o tiene un buen asesor legal que al final es un representante también o... es un tema de ver si al actor le interesa. Hay representantes y representantes buenos y malos, agentes al estilo más moderno o luego también hay “a ver todo lo que tengo aquí, son un montón de fotos, que queréis morenos o rubios” eso no es un representante o no debería ser.

Mi idea del showbusiness es que cuanto más nos parezcamos a los americanos que tanto denostamos aquí, que aprendamos de sus formulas, de su venta del espectáculo, del cine y la televisión, la radio, la publicidad, el teatro, los eventos, todo como espectáculo creo que será mejor para representantes, anunciantes, actores y todo, pues todas estas serie de cosas que poco a poco se van haciendo como estrenar una serie con alfombra roja en la gran via pues eso es cojonudo para todos, para los actores es una promoción buenísima y esto antes era impensable pues que los actores sean completos, sepan bailar, cantar, que sepan hacer drama, comedia, que se trabajen todas las artes, o si no tienen un talento especial que las estudien, que se preparen para ello, también muy bueno y que tengamos sentido del espectáculo y que las cadenas dejen de estereotipar a las personas y los directores de cine dejen de hacer películas tristes de la guerra civil y que todo sea como mucho mas, contenidos más diversificados para que los actores y presentadores puedan tener sitios donde trabajar y mostrar lo que valen porque yo creo que como está todo tan tipificado y hay topic sides, lugares tan tópicos como las películas españolas con esta temática y ahora afortunadamente se está empezando a hacer fantasía, ciencia ficción y demás pues creo q esto va a ser fantástico.

CUESTIONARIO. ACTORES Y ACTRICES

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad:

Sexo:

Lugar de residencia:

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)		
Videobook		
Página web		
N/C		

Otros*		
---------------	--	--

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook		
Google +		
Lindkedin		
Twitter		
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook				
Google +				
Lindkedin				
Twitter				
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	
Es más divertida	
Es internacional y puedo conocer a más gente	
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	
Es más específica sobre el tema que me interesa	
Es la que me resulta más fácil de utilizar	
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérela por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	
Encontrar un empleo	
Conocer gente	
Comunicarse con amigos	
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	
Buscar información	
Crear fidelización	
Conseguir fans	
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		
Biografía		
Grupos		
Página de comunidad		
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores?
Enumere por orden de importancia.

0 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	
Tv	
Radio	
Revistas	
Fiestas	
Publicidad	
Internet	
otros	

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						
Cine						
Teatro						
Radio						
Revistas						
Periódicos						
Publicidad						
Internet						

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet? Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	
Blog	
Página web	
foros	
Youtube	
Correo electrónico	
Anuncios en internet	
Revistas online	

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIOS ACTORES Y ACTRICES**CUESTIONARIO 1**

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 37

Sexo: Varón

Lugar de residencia: Girona

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)		
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +	X	
Lindkedin	X	
Twitter	X	
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				X
Lindkedin			X	
Twitter			X	
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	5
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	7
Es más específica sobre el tema que me interesa	4
Es la que me resulta más fácil de utilizar	2

Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	3
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	8
Encontrar un empleo	6
Conocer gente	4
Comunicarse con amigos	5
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	7
Buscar información	1
Crear fidelización	3
Conseguir fans	2
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	
No	X
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans	X	
Biografía		X
Grupos	X	
Página de comunidad		X
N/C		
Otros	X	

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	X
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	X
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	X
Cortometrajes	X
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

1 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	1
Revistas	3
Fiestas	2
Publicidad	4
Internet	5
otros	

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine					X	
Teatro					X	
Radio			X			
Revistas			X			
Periódicos		X				
Publicidad				X		
Internet				X		

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
 Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	8
Blog	6
Página web	7
foros	3
Youtube	5
Correo electrónico	2
Anuncios en internet	4
Revistas online	1

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno): A pesar de la importancia de las RS para la auto-promoción del actor, no hay que obviar la importancia del representante por dos motivos. El primero es que un representante de prestigio recibe propuestas de trabajo de los directores de casting a las cuales no se puede acceder por cuenta propia y la segunda es la necesidad de una gestión de la carrera del actor para que este se pueda dedicar de pleno y dedicar su concentración total al campo interpretativo.

CUESTIONARIO 2

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 41

Sexo: Varón

Lugar de residencia: Almería

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	
No	x
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	x
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	x	
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	
Poco	x
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	x	
Google +	x	
Lindkedin	x	
Twitter	x	
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook			x	
Google +		x		
Lindkedin			x	
Twitter			x	
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	7
Es más divertida	5
Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	4
Es más específica sobre el tema que me interesa	1
Es la que me resulta más fácil de utilizar	3

Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	2
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	5
Encontrar un empleo	4
Conocer gente	3
Comunicarse con amigos	8
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	6
Buscar información	7
Crear fidelización	2
Conseguir fans	1
Otros (especifique cuál)	0

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>
Bastantes veces	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>
Nunca o casi nunca	<input type="checkbox"/>

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input checked="" type="checkbox"/>
N/C	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		x
Biografía	x	
Grupos		x
Página de comunidad		x
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	
Poco	x
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	
Poco	x
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	x
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	x

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	x
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	
Bastante	x
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	x
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	x
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	x
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	x

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	x

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

2 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	5
Revistas	4
Fiestas	2
Publicidad	1
Internet	3
otros	0

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión					x	
Cine					x	
Teatro					x	
Radio					x	
Revistas			x			
Periódicos			x			
Publicidad	x					
Internet				X		

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
 Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	3
Blog	7
Página web	8
foros	6
Youtube	5
Correo electrónico	4
Anuncios en internet	2
Revistas online	1

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 3

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 53

Sexo: Mujer

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	
No	x
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	x
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	x	
Videobook		x
Página web		x
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
--------------	--

Bastante	x
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	x	
Google +		x
Lindkedin	x	
Twitter	x	
Tuenti		x
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	x			
Google +				x
Lindkedin			x	
Twitter		x		
Tuenti				x
Otros				x

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	7
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	2
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	4
Es más específica sobre el tema que me interesa	5
Es la que me resulta más fácil de utilizar	6
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	3
Otros (especifique cuál):	0

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	4
Encontrar un empleo	0
Conocer gente	1
Comunicarse con amigos	8
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	5
Buscar información	7
Crear fidelización	3
Conseguir fans	2
Otros (especifique cuál) Conocer el trabajo de otros	6

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>
Bastantes veces	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>
Nunca o casi nunca	<input type="checkbox"/>

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input checked="" type="checkbox"/>
N/C	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	x

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		x
Biografía	x	
Grupos		X
Página de comunidad		X
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	
Poco	x
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	
Poco	x
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	x
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	x

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	x
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	x
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	x
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	x
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	x
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	x
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	x
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

3 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	4
Revistas	1
Fiestas	0
Publicidad	3
Internet	2
Otros (Teatro)	5

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						x
Cine						x
Teatro					x	
Radio					x	
Revistas			x			
Periódicos					x	
Publicidad			x			
Internet					x	

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	6
Blog	5
Página web	7
foros	4
Youtube	8
Correo electrónico	3
Anuncios en internet	1
Revistas online	2

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 4

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 35

Sexo: MUJER

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	X	
Videobook		
Página web	X	
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +	X	
Lindkedin	X	
Twitter	X	
Tuenti		X
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +			X	
Lindkedin			X	
Twitter		X		
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	2
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	4
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	6
Es más específica sobre el tema que me interesa	5
Es la que me resulta más fácil de utilizar	2
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	3
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	8
Encontrar un empleo	6
Conocer gente	1
Comunicarse con amigos	5
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	7
Buscar información	2

Crear fidelización	4
Conseguir fans	3
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		
Biografía	X	
Grupos		
Página de comunidad		
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	X
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	X
Cortometrajes	X
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	

En desacuerdo	
---------------	--

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

4 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	5
Tv	7
Radio	4
Revistas	3
Fiestas	2
Publicidad	1
Internet	6
otros	

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión					X	
Cine					X	
Teatro					X	
Radio					X	
Revistas					X	
Periódicos					X	
Publicidad					X	
Internet					X	

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet? Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	8
Blog	5
Página web	7
foros	2
Youtube	4

Correo electrónico	1
Anuncios en internet	6
Revistas online	3

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 5

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 32

Sexo: Mujer

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	X	
Videobook	X	
Página web		
N/C		

Otros*	X	
--------	---	--

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	
Poco	X
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	x	
Google +		
Lindkedin		
Twitter	x	
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook		x		
Google +				
Lindkedin				
Twitter	x			
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	4
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	7

Es más específica sobre el tema que me interesa	5
Es la que me resulta más fácil de utilizar	3
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	2
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	8
Encontrar un empleo	2
Conocer gente	3
Comunicarse con amigos	5
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	6
Buscar información	7
Crear fidelización	4
Conseguir fans	1
Otros (especifique cuál)	0

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	x
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans	x	
Biografía	x	
Grupos		x
Página de comunidad		X
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
--------------	--

Bastante	
Poco	X
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	
Poco	x
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	X
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	
Bastante	x
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	

En desacuerdo	
----------------------	--

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

5 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	3
Revistas	5
Fiestas	1
Publicidad	2
Internet	4

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión					x	
Cine				x		
Teatro				x		
Radio			x			
Revistas			x			
Periódicos			x			
Publicidad		x				
Internet				x		

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
 Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	8
Blog	6
Página web	7
foros	4
Youtube	5
Correo electrónico	2
Anuncios en internet	1
Revistas online	3

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 6

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 41

Sexo: Mujer

Lugar de residencia: Granada

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	x
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
----------------	--

Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)		X
Videobook		X
Página web		X
N/C		
Otros*	X	

*Especifique cuál: Casting, CV

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		X
Lindkedin	X	
Twitter		X
Tuenti		X
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				X
Lindkedin			X	
Twitter				X
Tuenti				X
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	7
Es más divertida	5
Es internacional y puedo conocer a más gente	2
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	4
Es más específica sobre el tema que me interesa	1
Es la que me resulta más fácil de utilizar	6
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	3
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	7
Encontrar un empleo	6
Conocer gente	3
Comunicarse con amigos	5
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	8
Buscar información	4
Crear fidelización	2
Conseguir fans	1

Otros (especifique cuál)

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
--------------	--

Bastante	
Poco	X
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		X
Biografía	X	
Grupos	X	
Página de comunidad		X?
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	X
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	X
Cortometrajes	X
Otros*	X

*Especifique cual: Series web

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X

En desacuerdo	
---------------	--

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

6 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	1
Revistas	3
Fiestas	4
Publicidad	5
Internet	2
otros	

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión				X		
Cine					X	
Teatro						X
Radio			X			
Revistas		X				
Periódicos			X			
Publicidad		X				
Internet					X	

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet? Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	5
Blog	6
Página web	8
foros	2
Youtube	7
Correo electrónico	4
Anuncios en internet	3
Revistas online	1

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

Internet es una herramienta que bien usada podría ser un arma estupenda de autopromoción, sin embargo proliferan cada vez más las ofertas de empleo o castings para “trabajos” no remunerados, aunque algunas (pocas) plataformas empiezan a poner filtros a este tipo de ofertas de colaboración o, al menos, subdividen las ofertas entre Remuneradas y No remuneradas.

Por otro lado, creo que en la encuesta falta tener en cuenta las Webs dedicadas a castings de actores/actrices, que es otra herramienta muy usada y de las que habría mucho de qué hablar.

CUESTIONARIO 7

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad:

Sexo:

Lugar de residencia:

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	
No	X
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)		
Videobook		

Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		X
Lindkedin	X	
Twitter	X	
Tuenti		X
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				
Lindkedin			X	
Twitter		X		
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	4
Es más divertida	1

Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	7
Es más específica sobre el tema que me interesa	2
Es la que me resulta más fácil de utilizar	5
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	3
Otros (especifique cuál):	0

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	6
Encontrar un empleo	3
Conocer gente	5
Comunicarse con amigos	7
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	8
Buscar información	2
Crear fidelización	1
Conseguir fans	4
Otros (especifique cuál)	0

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
----	---

No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de RS?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans	X	
Biografía		
Grupos		
Página de comunidad		
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	X
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	X
Radio	
Publicidad	
Teatro	X
Cortometrajes	X
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	

Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

7 el menos eficaz y 1 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	3
Tv	7

Radio	1
Revistas	2
Fiestas	5
Publicidad	4
Internet	6
otros	0

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine						X
Teatro						X
Radio					X	
Revistas				X		
Periódicos					X	
Publicidad			X			
Internet						X

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
 Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	8
Blog	5
Página web	6
foros	3
Youtube	7
Correo electrónico	1
Anuncios en internet	2
Revistas online	4

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 8

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 36

Sexo: MUJER

Lugar de residencia: ALICANTE

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)		
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		

Lindkedin		
Twitter		
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				
Lindkedin				
Twitter				
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	3
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	4
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	7
Es más específica sobre el tema que me interesa	6
Es la que me resulta más fácil de utilizar	5
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	2
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérela por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	8
Encontrar un empleo	7
Conocer gente	1

Comunicarse con amigos	6
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	5
Buscar información	4
Crear fidelización	3
Conseguir fans	2
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	
No	
N/C	X

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	
N/C	X

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
----------------	--

Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans	X	
Biografía	X	
Grupos		
Página de comunidad		
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	X
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	X
TV	X
Radio	
Publicidad	X
Teatro	
Cortometrajes	X
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
-----------------------	--

Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

8 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	5
Radio	
Revistas	6
Fiestas	6
Publicidad	6
Internet	
otros	

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine						X
Teatro					X	
Radio					X	
Revistas						X
Periódicos						X
Publicidad						X
Internet					X	

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
 Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	7
Blog	1
Página web	8
foros	4
Youtube	5
Correo electrónico	6
Anuncios en internet	3
Revistas online	2

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 9

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 62

Sexo: V

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
--	-----------	-----------

Book (composits)		
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*	CURRICULUM	

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		
Lindkedin		
Twitter		
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				
Lindkedin				
Twitter				
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	7

Es más divertida	6
Es internacional y puedo conocer a más gente	5
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	2
Es más específica sobre el tema que me interesa	3
Es la que me resulta más fácil de utilizar	4
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	1
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad. 0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	5
Encontrar un empleo	1
Conocer gente	6
Comunicarse con amigos	8
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	4
Buscar información	7
Crear fidelización	3
Conseguir fans	2
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
----	---

No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		
Biografía		
Grupos		X
Página de comunidad		
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	X
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	X
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

9 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	5
Revistas	4
Fiestas	3
Publicidad	1
Internet	2
otros	

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
--	----------------------	----------------------	----------------------	-----------------	--------------------------	------------------------

Televisión				X		
Cine			x			
Teatro				x		
Radio	X					
Revistas				X		
Periódicos				X		
Publicidad				X		
Internet				X		

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	8
Blog	7
Página web	6
foros	5
Youtube	4
Correo electrónico	2
Anuncios en internet	3
Revistas online	1

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 10

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 33

Sexo: V

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	

Nunca o casi nunca	
--------------------	--

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	X	
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		
Lindkedin		
Twitter	X	
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook			X	

Google +				
Lindkedin				
Twitter	X			
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	6
Es más divertida	7
Es internacional y puedo conocer a más gente	5
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	4
Es más específica sobre el tema que me interesa	3
Es la que me resulta más fácil de utilizar	2
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	1
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérela por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	8
Encontrar un empleo	3
Conocer gente	7
Comunicarse con amigos	6
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	5
Buscar información	4
Crear fidelización	2
Conseguir fans	1
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de RS?

Mucho	
Bastante	
Poco	X
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		
Biografía		
Grupos		
Página de comunidad		
N/C		
Otros	X	

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	
N/C	X

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	

Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Sin opinión	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
--------------	----------

Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	
N/C	X

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

29. el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	1
Revistas	5
Fiestas	4
Publicidad	3
Internet	2
otros	0

30. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine						X
Teatro						X
Radio						X
Revistas	X					
Periódicos			X		X	
Publicidad			X			
Internet						X

31. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet? Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	6
Blog	8
Página web	7
foros	3
Youtube	5
Correo electrónico	1
Anuncios en internet	2
Revistas online	4

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 11

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 41

Sexo: M

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	X	
Videobook	X	
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	
Poco	X
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		
Lindkedin		
Twitter	X	
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook		X		
Google +				
Lindkedin				
Twitter		X		
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	6
Es más divertida	2
Es internacional y puedo conocer a más gente	4
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	3
Es más específica sobre el tema que me interesa	5
Es la que me resulta más fácil de utilizar	7
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	1
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérela por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	8
Encontrar un empleo	7
Conocer gente	2
Comunicarse con amigos	1
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	5
Buscar información	6
Crear fidelización	4
Conseguir fans	3
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de RS?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans	X	
Biografía		
Grupos		
Página de comunidad		
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	X
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	X
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	X
-----------------------	---

Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	X

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

0 el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	5
Tv	7
Radio	4
Revistas	3
Fiestas	6
Publicidad	2
Internet	1
otros	0

29. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine					X	
Teatro					X	
Radio		X				
Revistas		X				
Periódicos					X	
Publicidad		X				
Internet					X	

30. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	8
Blog	7
Página web	6
foros	5
Youtube	4
Correo electrónico	3
Anuncios en internet	2
Revistas online	1

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 12

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 23

Sexo: M

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
--	----	----

Book (composits)		
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		
Lindkedin	X	
Twitter	X	
Tuenti	X	
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				
Lindkedin			X	
Twitter	X			
Tuenti		X		
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	4
Es más divertida	5
Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	7
Es más específica sobre el tema que me interesa	3
Es la que me resulta más fácil de utilizar	1
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	2
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérela por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	8
Encontrar un empleo	3
Conocer gente	2
Comunicarse con amigos	7
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	6
Buscar información	1
Crear fidelización	5
Conseguir fans	4
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	X
No	
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de RS?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans	X	
Biografía	X	
Grupos	X	
Página de comunidad	X	

N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	X
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	X
TV	
Radio	
Publicidad	X
Teatro	X
Cortometrajes	X
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	X
Nunca o casi nunca	

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

29. el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	5
Tv	7
Radio	2

Revistas	6
Fiestas	1
Publicidad	3
Internet	4
otros	

30. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine						X
Teatro						X
Radio						X
Revistas					X	
Periódicos			X			
Publicidad			X			
Internet						X

31. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet? Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	8
Blog	2
Página web	6
foros	3
Youtube	7
Correo electrónico	5
Anuncios en internet	1
Revistas online	4

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 13

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 54

Sexo: V

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	X
No	
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	X	
Videobook	X	
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +	X	

Lindkedin		
Twitter	X	
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				
Lindkedin			X	
Twitter		X		
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	7
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	5
Es más específica sobre el tema que me interesa	3
Es la que me resulta más fácil de utilizar	4
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	2
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	6
Encontrar un empleo	2
Conocer gente	5

Comunicarse con amigos	7
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	3
Buscar información	8
Crear fidelización	4
Conseguir fans	1
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	
No	X
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	X

Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		
Biografía	X	
Grupos		
Página de comunidad		
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	X
No	
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	X
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	X
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	X
No	
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	

En desacuerdo	
----------------------	--

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

29. el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	4
Revistas	3
Fiestas	2
Publicidad	1
Internet	5
otros	

30. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine					X	
Teatro					X	
Radio		X				
Revistas		X				
Periódicos			X			
Publicidad	X					
Internet			X			

31. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet? Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
--------------------	-----------------

Red social	7
Blog	8
Página web	6
foros	3
Youtube	4
Correo electrónico	5
Anuncios en internet	1
Revistas online	2

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

CUESTIONARIO 14

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 29

Sexo: Mujer

Lugar de residencia:

- ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	
No	X
N/C	

- ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

- ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
--	----	----

Book (composits)		
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*		

*Especifique cuál:

- ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

- ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		
Lindkedin		
Twitter		
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

- ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook	X			
Google +				
Lindkedin				
Twitter				
Tuenti				
Otros				

- ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	7
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	5
Es más específica sobre el tema que me interesa	4
Es la que me resulta más fácil de utilizar	3
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	2
Otros (especifique cuál):	

- ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	7
Encontrar un empleo	4
Conocer gente	6
Comunicarse con amigos	8
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	5
Buscar información	3
Crear fidelización	2
Conseguir fans	1
Otros (especifique cuál)	

- ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

- ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

- ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	X
No	
N/C	

- ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

- ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	X

- Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		
Biografía		
Grupos		
Página de comunidad		

N/C	X	
Otros		

- ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	
Poco	X
Nada	

- ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	
Poco	X
Nada	

- ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	X
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

- ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	
Otros*	

*Especifique cual:

- ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

- ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

- ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

- ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

- ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	X
N/C	

- ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

- ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	X
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

- ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

- ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	X
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	
En desacuerdo	

- ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.
- el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	6
Tv	7
Radio	1

Revistas	2
Fiestas	4
Publicidad	3
Internet	5
otros	

- ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine						X
Teatro				X		
Radio				X		
Revistas				X		
Periódicos				X		
Publicidad		X				
Internet				X		

- De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet? Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	7
Blog	6
Página web	5
foros	4
Youtube	8
Correo electrónico	3
Anuncios en internet	2
Revistas online	1

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno).

CUESTIONARIO 15

Marque con una x la respuesta que usted considere según su punto de vista.

Edad: 51

Sexo: V

Lugar de residencia: Madrid

1. ¿Trabaja actualmente como actor o actriz?

Si	
No	X
N/C	

2. ¿Trabaja o ha trabajado como actor o actriz a cambio de una remuneración?

Siempre	X
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

En el caso de llevar más de 10 años trabajando profesionalmente, responda a la siguiente pregunta. En caso contrario pase a la pregunta número 5.

3. ¿Cuál era la herramienta demandada para su promoción cuando empezó a trabajar? Señale las todas las que quiera.

	SI	NO
Book (composits)	X	
Videobook		
Página web		
N/C		
Otros*	X	

*Especifique cuál:

4. ¿Considera que ha cambiado la promoción de actores desde que comenzó a trabajar y actualmente?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

5. ¿Qué red o redes sociales utiliza? Señale todas las que quiera.

	SI	NO
Facebook	X	
Google +		

Lindkedin	X	
Twitter		
Tuenti		
Ninguna		
Otros*		

*Especifique cuál o cuáles:

Si usted no utiliza ninguna red social continúe por la pregunta número 24. En caso contrario continúe con la siguiente pregunta.

6. ¿Cuál es, de las anteriores, la que utiliza con más frecuencia? Señale todas las que quiera.

	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
Facebook		X		
Google +				
Lindkedin		X		
Twitter				
Tuenti				
Otros				

7. ¿Cuál es el motivo principal para la utilización de dicha red social? Enumera de 0 a 7 según orden de importancia: 0 el menos importante, 7 el más importante.

MOTIVOS	ENUMERA
Es la que utilizan la mayoría de mis amigos	7
Es más divertida	1
Es internacional y puedo conocer a más gente	6
Es internacional y más gente puede ver mi trabajo	5
Es más específica sobre el tema que me interesa	3
Es la que me resulta más fácil de utilizar	4
Es la que mejores herramientas tiene para encontrar trabajo	2
Otros (especifique cuál):	

8. ¿Con qué finalidad utiliza las redes sociales? Enumérelas por orden de prioridad.

0 el menos prioritario y 8 el más prioritario

FINALIDAD	ENUMERA
Promocionarse	4
Encontrar un empleo	2
Conocer gente	5

Comunicarse con amigos	8
Crear contactos con actores/actrices, directores, agencias, representantes etc	3
Buscar información	7
Crear fidelización	6
Conseguir fans	1
Otros (especifique cuál)	

9. ¿Es usted quien gestiona su propia promoción en redes sociales?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

10. ¿Tiene usted representante, agencia etc?

Si	X
No	
N/C	

Si su respuesta es negativa continúe por la pregunta número 14.

11. ¿Desde que empezó su carrera profesional ha sido representado/a?

Si	X
No	
N/C	

12. ¿Consiguió usted más trabajos profesionales a partir de estar representado?

Siempre	X
Bastantes veces	

Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

13. ¿Le representan a través de redes sociales (RS)?

Mucho	
Bastante	
Poco	X
Nada	

14. Si utiliza Facebook (usted o quien le represente). ¿Qué instrumento de promoción utiliza?

	SI	NO
Página de fans		
Biografía	X	
Grupos	X	
Página de comunidad	X	
N/C		
Otros		

15. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza redes sociales?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

16. ¿Considera que es más reconocido/a usted o su trabajo desde que utiliza Facebook?

Mucho	
Bastante	X
Poco	
Nada	

17. ¿Ha conseguido algún papel como actor/actriz gracias a su promoción en RS?

Si	
No	X
N/C	

En caso negativo pase a la pregunta número 20.

18. ¿En qué ámbito de actuación? Marque el número de casillas que desee.

Cine	X
TV	
Radio	
Publicidad	
Teatro	
Cortometrajes	X
Otros*	

*Especifique cual:

19. ¿Se trataba de trabajos remunerados?

Siempre	
Bastantes veces	X
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	

20. ¿Ha contactado con directores de casting, directores, productores etc a través de RS para conseguir un trabajo?

Siempre	
Bastantes veces	
Algunas veces	
Nunca o casi nunca	X

21. ¿Consideras que utilizar RS para promoción de actores/actrices es un método eficaz para conseguir un trabajo?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

22. ¿Tiene entre sus contactos en RS a personas relacionados con la profesión?

Mucho	X
Bastante	
Poco	
Nada	

23. ¿Los ha conocido a través de RS?

Si	
No	X
N/C	

24. ¿Considera que las redes sociales son instrumentos necesarios de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

25. ¿Considera que las RS facilitan el proceso de promoción?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

26. ¿considera que el actor/actriz gana autonomía debido al uso de RS?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X

En desacuerdo	
----------------------	--

27. ¿Cree usted imprescindible la figura del representante o agencia de actores/actrices actualmente?

Muy de acuerdo	
Más bien de acuerdo	
Más bien en desacuerdo	X
En desacuerdo	

28. ¿Cuál cree usted que es el canal más eficaz de promocionar actores? Enumere por orden de importancia.

29. el menos eficaz y 7 el más eficaz

M.C	Enumerar
Cine	3
Tv	7
Radio	5
Revistas	6
Fiestas	1
Publicidad	3
Internet	2
otros	

30. ¿Considera adecuados estos medios de comunicación para la promoción de actores?

	Nada adecuado	Poco adecuado	Algo adecuado	Adecuado	Bastante adecuado	El más adecuado
Televisión						X
Cine					X	
Teatro					X	
Radio		X				
Revistas		X				
Periódicos			X			
Publicidad	X					
Internet			X			

31. De estas plataformas ¿cuál cree usted que es la más adecuada para promocionarse en internet?
Enumérela por orden de prioridad: 1 nada adecuada, 8 la más adecuada.

PLATAFORMAS	ENUMERAR
Red social	3
Blog	4
Página web	7
foros	5
Youtube	6
Correo electrónico	1
Anuncios en internet	2
Revistas online	8

Observaciones (escriba si lo que considera oportuno)

TABLAS

TABLA NÚMERO 16. EDAD MEDIA DE LOS ENCUESTADOS.

EDAD MEDIA DE LOS ENCUESTADOS		
	N	Media
edad	14	41
N válido (según lista)	14	

TABLA NÚMERO 17. SEXO DE LOS ENCUESTADOS.

SEXO DE LOS ENCUESTADOS			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	hombre	6	40
	mujer	8	53
	Total	14	93
Perdidos	Sistema	1	7
Total		15	100

TABLA NÚMERO 18. TRABAJA ACTUALMENTE COMO ACTOR O ACTRIZ.

TRABAJA ACTUALMENTE COMO ACTOR O ACTRIZ			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	si	10	67
	no	5	33
	Total	15	100

TABLA NÚMERO 19. CAMBIO EN LA PROMOCIÓN

CAMBIO EN LA PROMOCIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mucho	5	33	33	33
	bastante	4	27	27	60
	poco	3	20	20	80
	ns/nc	3	20	20	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 20. FRECUENCIA CON QUE UTILIZA FACEBOOK

FRECUENCIA CON LA QUE UTILIZAN FACEBOOK					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mucho	10	67	67	67
	bastante	3	20	20	87
	poco	2	13	13	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 21. FRECUENCIA CON QUE UTILIZA GOOGLE +

frecuencia google					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	2	13	13	13
	poco	2	13	13	27
	nada	3	20	20	47
	ns/nc	8	53	53	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 22. FRECUENCIA CON QUE UTILIZA LINKEDIN

frecuencia linkedin					
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válidos	poco	7	47	47	47
	ns/nc	8	53	53	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 23. FRECUENCIA CON QUE UTILIZA TUENTI

frecuencia tuenti					
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válidos	bastante	1	7	7	7
	nada	2	13	13	20
	ns/nc	12	80	80	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 24. FRECUENCIA CON QUE UTILIZA TWITTER

frecuencia twitter					
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válidos	mucho	3	20,0	20,0	20,0
	bastante	5	33,3	33,3	53,3
	poco	2	13,3	13,3	66,7
	nada	1	6,7	6,7	73,3
	ns/hc	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

TABLA NÚMERO 25. FRECUENCIA CON QUE UTILIZA OTRAS REDES SOCIALES.

frecuencia otros					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	1	7	7	7
	ns/hc	14	93	93	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 26. GESTIÓN DE LAS RS

GESTIÓN PROPIA DE LAS REDES SOCIALES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	siempre	11	73	73	73
	bastantes veces	2	13	13	87
	algunas veces	1	7	7	93
	ns/hc	1	7	7	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 27. ¿LE REPRESENTA A TRAVÉS DE RS?

¿LE REPRESENTA A TRAVÉS DE RS?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mucho	1	7	7	7
	bastante	3	20	20	27
	poco	3	20	20	47
	nada	4	27	27	73
	ns/hc	4	27	27	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 28. ¿HA CONSEGUIDO ALGÚN TRABAJO DESDE QUE UTILIZA RS?

¿HA CONSEGUIDO ALGÚN TRABAJO DESDE QUE UTILIZA RS?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	7	47	47	47
	no	7	47	47	93
	ns/nc	1	7	7	100
	Total	15	100	100	

TABLA NÚMERO 29. ¿EN QUE ÁMBITO DE ACTUACIÓN HA CONSEGUIDO UN TRABAJO DE ACTOR O ACTRIZ A TRAVÉS DE RS?

	CINE		TV		RADIO		PUBLICIDAD		TEATRO		CORTOS		OTROS	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
si	4	27	2	13			2	13	5	33	7	47	1	7
no			1	7	2	13	1	7	1	7				
ns/nc	11	73	12	80	13	87	12	80	9	60	8	53	14	93
Total	15	100	15	100	15	100	15	100	15	100	15	100	15	100

TABLA NÚMERO 30. CANAL MÁS EFICAZ PARA PROMOCIONAR ACTORES.

CANAL MÁS EFICAZ DE PROMOCIÓN		
	N	Media
mp cine	15	5
mp tv	15	7
mp radio	15	3
mp revistas	15	4
mp fiestas	15	3
mp publicidad	15	3
mp internet	15	3