Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades
Escuela de Comunicación Social
Trabajo Final de Concentración

REINVENCIÓN POSITIVA DEL ROL DEL ARTISTA VENEZOLANO EN TIEMPOS DE CRISIS. CASO DORA MAZZONE

Alumnos:
Javier Landaeta
María Alejandra Gouveia

Tutor:
Rafi Ascanio

Caracas, 12 de enero de 2024

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y mi fortaleza en todo momento.

A mis padres, por su amor incondicional y su apoyo inquebrantable.

A mi sobrino Samuel Gouveia, por ser mi inspiración y mi alegría.

A mis gatitos Lucca y Shara, por llenar mi vida de ternura.

A mis grandes amigas Enlhiana Silva, Andrea Barrera, Karina Pinto, Mariana Gómez, Genesis Prada y Arianni Gomes, por su amistad sincera y su compañía fiel.

A mis amigos Mario Di Vito, Aarón Salswach y Gabriel Yaacoub, por su gran amistad y apoyo.

A mi tutora Rafi Ascanio, por su orientación y su paciencia.

Y a mi gran compañero de TFC Javier Landaeta, por su responsabilidad y su dedicación con este trabajo.

A todos ellos, les dedico este trabajo de grado, como muestra de mi gratitud y mi cariño.

- **María Alejandra Gouveia**

Esencial y primeramente estoy muy agradecido con Dios, por permitirme vivir cada día, y darme las fuerzas para lograr cada una de mis metas.

Agradezco y honro a mi familia, mis padres quienes siempre han confiado en mis decisiones, mis hermanos quienes son mi apoyo.

A todos mis amigos que se han convertido en esa familia que he construido durante mi carrera.

Agradezco a mi compañera María Alejandra, quién ha sido un gran apoyo durante todo este proceso de investigación.

A la profesora Rafi por toda la guía y entrega que ofreció para la realización de nuestro trabajo, fue parte crucial.

Y a todas aquellas personas que nos apoyaron para poder llevar a cabo este gran estudio.

Siempre estaré honrado y agradecido.

- **Javier Landaeta**

AGRADECIMIENTOS

A Dios, primero que todo, por guiar nuestros pasos y otorgarnos la fortaleza necesaria para alcanzar este logro.

A nuestra querida tutora, Rafi Ascanio, le agradecemos por su dedicación, paciencia y sabiduría impartida a lo largo de este proceso. Su orientación ha sido invaluable, marcando el rumbo de nuestra investigación de manera significativa.

A nuestras familias, la familia Gouveia Hernández y la familia Landaeta Moscoso, les extendemos nuestro más sincero agradecimiento. Su constante apoyo, comprensión y amor incondicional nos han dado la fuerza necesaria para superar los desafíos que se presentaron en este camino.

A Dora Mazzone, agradecemos con cariño especial por brindarnos la entrevista que necesitábamos. Su generosidad y disposición fueron clave para enriquecer nuestra investigación.

Helena Rosas, experta informante, merece un reconocimiento especial. Agradecemos sinceramente por dedicar su tiempo a proporcionarnos una perspectiva invaluable que ha enriquecido significativamente nuestro trabajo.

Al Doctor Gustavo Hernández, nuestro validador, le expresamos nuestra gratitud por su expertise y contribuciones críticas que han elevado la calidad de nuestro Trabajo Final de Concentración.

A nuestra amiga Angit, por su colaboración valiosa, y a todos nuestros amigos que han brindado apoyo incondicional y palabras de aliento, les estamos eternamente agradecidos.

Finalmente, a la Universidad Católica Andrés Bello, nuestra casa de estudio, agradecemos por ser el cimiento de nuestra formación y por brindarnos la mejor educación posible.

Este logro no solo es nuestro, sino de todos aquellos que generosamente han contribuido a nuestro crecimiento y éxito. Estamos profundamente agradecidos por el apoyo y el amor que hemos recibido a lo largo de este camino.

Javier Landaeta y María Alejandra Gouveia

RESUMEN

La industria nacional de la actuación en Venezuela ha sido afectada por diversas causas que han modificado sus dinámicas internas. El presente estudio se enfocó en analizar cómo los artistas venezolanos han tenido que reinventar su imagen como figuras públicas debido a la crisis del país, con la práctica de roles diferentes. El estudio se abordó desde dos enfoques paradigmáticos: cuantitativo y cualitativo. Por lo tanto, es una investigación mixta bajo un tipo descriptivo y explicativo. Los investigadores emplearon tres técnicas de recolección de datos: la entrevista al sujeto de estudio y el experto informante, el cuestionario de *Google Forms online* y el análisis de participación del sujeto de estudio en las RRSS. El estudio concluyó en que existen diferentes causas (políticas, sociales, económicas y sanitarias) que han afectado a las producciones nacionales y a los espacios de desempeño donde los artistas realizan su actividad laboral. Lo que, a su vez, impulsó a la diversificación de roles dentro de los nuevos espacios disponibles. Cabe destacar que esta transformación no solo ha significado un proceso de reinvención dentro de la industria, sino también dentro de los artistas nacionales, como es el caso de Dora Mazzone. Ella ha diversificado su trabajo como artista, incursionando en otras plataformas como *Instagram* y *TikTok*, donde ha logrado crear sus comunidades para seguir difundiendo su contenido. Por último, se observó que existe una percepción positiva ante los nuevos roles de los artistas por la mayoría de los encuestados (84,3%), datos que confirmaron el sujeto de estudio y el experto informante respectivamente. De igual manera, los investigadores concluyeron que existe un cierto optimismo con respecto a las expectativas de la industria nacional, temática que puede ser objeto de estudio en una futura investigación.

Palabras Clave:

Artista, Resiliencia, Crisis, Proceso de transformación, Adecuación tecnológica, Figura pública.

ABSTRACT

The national acting industry in Venezuela has been affected by various causes that have modified its internal dynamics. The present study focused on analyzing how Venezuelan artists have had to reinvent their image as public figures due to the country's crisis, with the practice of different roles. The study was approached from two paradigmatic approaches, quantitative and qualitative, so it is a mixed research under a descriptive and explanatory type. The researchers used three data collection techniques: the interview with the study subject and the expert informant, the online Google Forms questionnaire, and the analysis of the study subject's participation in the RRSS. The study concluded that there are different causes (political, social, economic and health) that have affected national productions and the performance spaces where artists carry out their work activity, which in turn, promoted the diversification of roles within of the new spaces available. It should be noted that this transformation has not only meant a process of reinvention within the industry, but also within national artists, as is the case of Dora Mazzone; who has diversified his work as an artist, venturing into other platforms such as Instagram and *TikTok*, where he has managed to create his communities to continue spreading his content. Finally, it was observed that there is a positive perception of the new roles of artists by the majority of respondents (84.3%), data confirmed by the study subject and the expert informant respectively. Likewise, the researchers concluded that there is a certain optimism regarding the expectations of the national industry, a topic that can be the subject of study in future research.

Keywords:

Artist, Resilience, Crisis, Transformation process, Technological adaptation, Public figure.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

INTRODUCCIÓN..... 13
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 15
1.1 El problema..... 15
1.2 Objetivos..... 17
1.2.1 Objetivo general..... 17
1.2.2 Objetivos específicos..... 18
1.3 Justificación..... 18
1.4 Delimitación..... 20
CAPÍTULO II MARCO CONTEXTUAL..... 21
2.1 Historia de la industria de la actuación venezolana..... 21
2.2 Biografía de Dora Mazzone..... 23
CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO..... 26
3.1 Antecedentes..... 26
Bisbal, M. (2007). Los Medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?. Escuela de Sociología, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela..... 26
Rodríguez, S. (2023). El Uso de TikTok como Estrategia de Comunicación para Personal Branding. Escuela de Comunicación Social, Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador..... 27
Rojas, V. & Sierra, S. (2023). El Efecto en el Crecimiento del Capital de Marca de los Artistas en la Industria Musical. Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela..... 28
Bases teóricas..... 29
3.2 Artista..... 29
3.3 Figura pública..... 30
3.4 Crisis..... 31
3.5 Resiliencia..... 33
3.6 Estrategia..... 34
3.7 Transformación..... 36
3.8 Adecuación tecnológica..... 38
3.9 Redes sociales..... 39

CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO..... 41
4.1 Modalidad de la investigación..... 41
4.2 Tipo de investigación..... 42
4.3 Diseño de investigación..... 43
4.4 Definición de variables..... 44
4.5 Operacionalización de variables..... 47
4.6 Población, unidad de análisis y muestra..... 70
4.7 Técnicas de recolección de datos..... 71
4.8 Confiabilidad del instrumento..... 72
4.9 Validación del instrumento..... 73
4.10 Procedimiento..... 74
CAPÍTULO V ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN..... 76
5.1 Modelo de matriz descriptora de resultados, a partir de los instrumentos Nº I Y Nº II..... 78
5.2 Tabla N°3 Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a sujeto de estudio (instrumento N°I)..... 79
5.3 Interpretación de resultados de la matriz descriptora, a partir del instrumento N°I..... 83
5.4 Tabla N°4 Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a experto informante (instrumento N°II)..... 87
5.5 Interpretación de resultados de la matriz descriptora, a partir del instrumento N°II..... 91
5.6 Interpretación de resultados a partir de la encuesta en línea Google Forms (instrumento N°III)..... 95
5.7 Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de análisis de participación de Dora Mazzone en las Redes sociales (instrumento N°IV).... 158
5.8 Interpretación de resultados de la matriz descriptora, a partir del instrumento N°IV..... 166

5.9 Interpretación de resultados a partir de la Triangulación de datos..... 170
5.10 Tabla N°15. Triangulación de resultados del tipo 1, según modelo de Denzin (1970)..... 171
5.11 Interpretación de resultados a partir de la triangulación de resultados del tipo 1, según modelo de Denzin (1970)..... 187
5.12 Tabla N°16. Triangulación de resultados del tipo 2, según modelo de Denzin (1970)..... 191
5.13 Interpretación de resultados a partir de la triangulación de resultados del tipo 2, según modelo de Denzin (1970)..... 195
5.14 Tabla N°17. Triangulación de resultados del tipo 4, según modelo de Denzin (1970)..... 197
5.15 Interpretación de resultados a partir de la triangulación de resultados del tipo 4, según modelo de Denzin (1970)..... 206
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 208
6.1 Conclusiones generales..... 208
6.1.1 Conclusiones a partir del cumplimiento de los objetivos..... 211
6.1.2. Conclusiones a partir de la triangulación de datos..... 219
6.2 Recomendaciones..... 220
REFERENCIAS..... 223
ANEXOS..... 232

íNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1. Definición de Variables.....44
Tabla Nº2. Operacionalización de Variables.....47
Tabla N°3. Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a sujeto de estudio (instrumento N°I).....79
Tabla N°4. Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a experto informante (instrumento N°II).....87
Tabla N°5. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 4.....101
libre..... 102
Tabla N°6. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 5.....103
Tabla N°7. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 6.....106
Tabla N°8. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 13.....123
Tabla N°9. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 14.....126
Tabla N°10. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 15...129
Tabla N°11. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 16...133
Tabla N°12. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 24...153
Tabla N°13. Análisis de participación de Dora Mazzone en Instagram.....158
Tabla N°14. Análisis de participación de Dora Mazzone en TikTok.....163
Tabla N°15. Triangulación de resultados del tipo 1, según modelo de Denzin (1970).....171
Tabla N°16. Triangulación de resultados del tipo 2, según modelo de Denzin (1970).....191
Tabla N°17. Triangulación de resultados del tipo 4, según modelo de Denzin (1970).....197

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1. Rango de edad..... 95
Gráfico N°2. Ocupación.....97
Gráfico N°3. Municipio de residencia..... 99
Gráfico N°4. Nivel de preparación académica..... 100
Gráfico N°5. Actividades de preferencia en el tiempo libre.....102
Gráfico N°6. Medios usados para disfrutar contenido audiovisual.....105
Gráfico N°7. Tiempo dedicado a la revisión de contenido audiovisual..... 107
Gráfico N°8. Disfrute del contenido de la industria de la actuación nacional.....109
Gráfico N°9. Tabulación de producciones emblemática..... 111
Gráfico N°10. Telenovelas nacionales recordadas.....115
Gráfico N°11. Artistas recordados en las producciones de telenovelas.....117
Gráfico N°12. Afectación por la crisis de la industria nacional de la actuación.....119
Gráfico N°13. Causas que han afectado a la industria de la actuación venezolana.....121
Gráfico N°14. Espacios con participación de actores que permanecen activos en el país.. 124
Gráfico N°15. Espacios a los que sigue asistiendo el público venezolano..... 128
Gráfico N°16. Roles distintos a la actuación que han asumido los artistas a partir de la crisis que vive Venezuela.....131
Gráfico N° 17. Tabulación de Artistas identificados con el uso de las plataformas digitales..... 134
Gráfico N° 18. Plataformas digitales donde identificaron a los artistas venezolanos..... 139
Gráfico N°19. Percepción de la transformación del rol de los artistas..... 141
Gráfico N°20. Argumentos a favor..... 143
Gráfico N°21. Argumentos en contra..... 143
Gráfico N°22. Reconocimiento de Dora Mazzone..... 146
Gráfico N°23. Seguimiento de la artista Dora Mazzone en sus redes sociales..... 147
Gráfico N°24. Percepción del proceso de reinvención en la carrera de Dora Mazzone. 149
Gráfico N°25. Percepción de la participación de la actriz Dora Mazzone en las redes sociales..... 151

INTRODUCCIÓN

En medio de la complejidad inherente a cualquier sociedad, se manifiesta la asombrosa capacidad de resiliencia del ser humano. Esta habilidad para adaptarse y transformar retos en oportunidades ha sido una constante a lo largo de los tiempos. En momentos de crisis, esta capacidad se vuelve aún más notoria, emergiendo como una señal de esperanza en medio de la adversidad (https://shorturl.at/uzCL3).

La resiliencia se entrelaza de manera intrínseca con la creatividad y la expresión artística. Los artistas, en sus roles multifacéticos como narradores de historias, críticos de la realidad y pioneros del pensamiento, han demostrado una y otra vez su habilidad para enfrentar los desafíos y encontrar nuevas formas de expresión, incluso en los momentos más difíciles. Venezuela, un país rico en diversidad cultural y talento artístico, no es ajena a esta dinámica. En tiempos de crisis económica y política, la comunidad artística venezolana ha demostrado una alta capacidad para redefinir sus funciones y reinventar sus prácticas creativas, especialmente a partir del año 2007, cuando se produjo el cierre de una de las televisoras de mayor arraigo en la población, Radio Caracas Televisión (RCTV).

En 1935, Albert Einstein afirmó que:

> La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y a países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia, como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis, se supera a sí mismo sin quedar superado (cp. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, 2020, pr. 1).

De esta manera, queda resaltado que la creatividad florece en momentos difíciles y que la resiliencia es el motor que impulsa la superación personal y colectiva.

Esta investigación se sumerge en la compleja red de resiliencia y creatividad que caracteriza a los artistas venezolanos en tiempos de crisis, centrándose en el caso particular de la actriz Dora Mazzone. En un contexto donde las limitaciones presupuestarias, la incertidumbre social y la falta de oportunidades profesionales han impactado la escena artística, la reinvención del rol del artista se convierte en una necesidad urgente. Esta redefinición no solo refleja la adaptabilidad del individuo, sino también la capacidad colectiva de la sociedad para resistir y transformarse frente a las adversidades.

Este estudio se estructura en seis capítulos que guiarán al lector en este viaje de exploración. En el Capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, delineando el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación. A continuación, en el Capítulo II, se explora el marco referencial y contextual, situando el contexto histórico, político y social de Venezuela. El Capítulo III se adentra en el marco teórico, donde se revisan los antecedentes y las bases teóricas que sustentan la investigación. El Capítulo IV detalla el marco metodológico, explicando la metodología utilizada para analizar el caso de la actriz venezolana Dora Mazzone. El análisis de los resultados se presenta en el Capítulo V. Finalmente, en el Capítulo VI, se presentan las conclusiones obtenidas a partir de la investigación, junto con recomendaciones para futuros estudios en este campo.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El problema

La actriz Dora Mazzone, objeto de estudio, ha sido un ejemplo de resiliencia debido a su capacidad de reinversión en la industria artística venezolana. Dora es una actriz y modelo venezolana que comenzó su carrera desde el colegio participando en obras de teatro, lecturas dramatizadas y eventos culturales; sin embargo, fue en 1984 cuando ingresó a la Escuela de Artes de la Universidad Central de Venezuela (UCV), y dos años después (1986) se unió a la Compañía Nacional de Teatro, en calidad de aprendiz (https://shorturl.at/jqFYZ).

Mazzone, a lo largo de su amplia trayectoria de más de 30 años, ha participado en diversos proyectos de cine, teatro y televisión. Algunas de las obras en las que se destaca son: *Cuchillos de fuego* (1990), *Disparen a Matar* (1990), *Luisa Fernanda* (1999), *Mariú* (1999), *Viva la Pepa!* (2000), *La niña de mis ojos* (2001), *La Mujer de Judas* (2002), *Punta y Raya* (2004), *Natalia del Mar* (2011), *Mi ex me tiene ganas* (2012), *Corazón Esmeralda* (2014), *Estrambótica Anastasia* (2021) (https://shorturl.at/gknyR).

Al igual que otros artistas venezolanos, Dora se vio afectada debido a los diversos factores (políticos, económicos, sociales) que han cambiado a la industria de la actuación a escala nacional. La disminución de la inversión en la industria del entretenimiento, los altos costos de la producción, el cierre de Radio Caracas Televisión (RCTV), el cierre de los espacios debido a la pandemia; así como las diversas regulaciones por parte del Estado han sido factores que han

influido de forma directa en la producción de contenido audiovisual (Bermúdez, 2022).

Es indispensable destacar que, debido a esta reducción de la industria de la actuación, diversos artistas tomaron la decisión de emigrar a otros países como España, Colombia, Estados Unidos y México. No obstante, otros intérpretes decidieron quedarse en Venezuela y reinventar su rol como figura pública en la industria nacional, como es el caso de Dora Mazzone.

Una de las alternativas que han escogido los artistas venezolanos son las redes sociales, por ejemplo el cómico José Alberto *Coco* Sánchez indica que "las redes sociales nos han ayudado a que esa imagen, esa cara del artista no se olvide tan rápido" (Voz De América, 2022, 2:17). Por su parte, la actriz y comediante Tania Sarabia comenta que las redes sociales son:

> La única salida. No hay otra. Me parece una maravilla porque es una forma de que los actores que hacemos teatro nos podamos comunicar con el público, para que la gente lo disfrute. Pienso que es una alternativa, este es nuestro oficio, nuestra pasión, nuestro amor (…) (Obelmejías, 2020, pr. 4).

Por su parte, Dora Mazzone ha entendido la importancia del uso de las redes sociales, tanto es así que la han nombrado como *la reina del TikTok* debido a la diversidad y el alcance de su contenido. Cabe mencionar que la actriz cuenta con más de 1.3 millones de seguidores en sus cuentas de *TikTok* e *Instagram* respectivamente (https://shorturl.at/foHT9). Desde la apertura de su cuenta de *TikTok* en 2020 "la actriz ha ido perfeccionando sus contenidos de forma y de fondo, perfilando su *performance* hacia los populares doblajes que ofrece la plataforma, interpretando personajes variopintos, famosos y desconocidos, que en pocos segundos desatan carcajadas" (Raydán, 2020, pr. 2).

Dicho de otra manera, el caso de Dora Mazzone llamó la atención de los investigadores, no solo por la capacidad de reinversión de roles en una Venezuela

distinta, sino además dentro de este espíritu de resiliencia, la actriz, no siendo tan joven le ha sacado provecho a una aplicación digital, que no solo la mantiene vigente frente a sus antiguos *fans*, sino que ha conquistado una audiencia distinta a la tradicional; además de significar para ella un ingreso de dinero por las empresas que representa.

Partiendo del planteamiento anterior, los investigadores se formularon las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuáles son las principales causas de la crisis que han impactado la industria de la actuación venezolana?
2. ¿Qué espacios disponibles para actores permanecen en el país?
3. ¿Cuáles son los roles de desempeño distintos a la actuación profesional en cine, teatro o televisión?
4. ¿Cómo ha sido el proceso de reinvención de la persona sujeto de estudio?
5. ¿Cuál es el nivel de aceptación en el público del nuevo rol de una artista como Dora Mazzone?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar cómo los artistas venezolanos, debido a la crisis del país, han tenido que reinventar su imagen como figuras públicas, con la práctica de roles diferentes. Caso: Dora Mazzone.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Identificar las principales causas de la crisis que han impactado la industria de la actuación venezolana.
2. Identificar los espacios disponibles para actores que permanecen en el país.
3. Identificar roles de desempeño distintos a la actuación profesional en cine, teatro o televisión.
4. Caracterizar el proceso de reinvención de la persona sujeto de estudio.
5. Conocer el nivel de aceptación en el público del nuevo rol de una artista como Dora Mazzone.

1.3 Justificación

Según Berganza & Ruiz (2005), todo proyecto de investigación debe tener una justificación que haga visible el aporte de dicho proyecto en el ámbito metodológico o teórico, donde el investigador exponga las diversas razones por las cuales seleccionó esa temática de estudio. Los autores también señalan que existen cinco criterios básicos que justifican la realización de una investigación: “conveniencia, proyección social, implicaciones prácticas, aporte teórico y aporte metodológico” (p. 47).

Los investigadores explican que el estudio sobre la reinvención del rol de los artistas venezolanos debido a la crisis del país es importante para comprender cómo la industria de la actuación en Venezuela, una de las más importantes de América Latina en el siglo XX, ha sido afectada por distintos factores políticos,

sociales y económicos. A través de este estudio se abordará la perspectiva y realidad de los actores venezolanos. Los resultados de la investigación serán útiles tanto para las empresas y productoras que aún están presentes en el país o desean ingresar al mercado nacional, como para otros artistas que no han logrado una reinvención exitosa o no han comprendido las nuevas condiciones que actualmente moldean a la industria de la actuación en Venezuela.

Desde el criterio de proyección social, el arte siempre será un espacio donde la sociedad puede expresar críticas o resaltar nuevos ideales, el hecho de que los artistas tengan que buscar o crear nuevos espacios (medios digitales), a consecuencia de las distintas limitantes que hoy día presentan los medios tradicionales (televisión, cine y teatro) modifica la realidad cultural de la sociedad venezolana. Con base en este planteamiento, se puede deducir que la oferta de contenido audiovisual (novelas, películas, obras de teatro) se ha visto obligada a cambiar debido a diversos factores que han afectado a la industria de la actuación nacional. Sin embargo, también es indispensable analizar que estos factores también han modificado la conducta de consumo del público. Como resultado, hoy en día, la audiencia venezolana tiene gustos y demandas de contenido diferentes a una época atrás. La presente investigación evaluará los diversos roles que los actores han tenido que asumir para satisfacer las nuevas demandas del público venezolano.

Por otra parte, este proyecto de investigación tendrá implicaciones prácticas, tal como explican Berganza & Ruiz (2005), quienes afirman que "una investigación tiene implicaciones prácticas cuando su objetivo es encontrar soluciones a problemas que afectan a instituciones, actores sociales o individuos en la sociedad" (p. 48). El presente estudio ofrecerá resultados que podrán utilizarse como recomendaciones y soluciones para lograr una reinvención positiva del rol del artista en la Venezuela actual. A través del análisis del sujeto de estudio, Dora Mazzone, se identificará los diversos aspectos que han impactado a la industria de la actuación venezolana, los espacios de actuación que todavía permanecen activos, y además el nivel de aceptación en el público

venezolano; esta información no solamente podrá beneficiar a otros artistas, sino también a los productores nacionales.

1.4 Delimitación

El presente estudio se enfoca en la reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempos de crisis, centrándose en el caso de la actriz Dora Mazzone. A pesar de que la reinvención del artista es un fenómeno que se puede observar a escala global, este estudio se limita geográficamente a los municipios Sucre, Libertador y Chacao de Caracas, Venezuela. Se tomó especial atención al período posterior al cierre de Radio Caracas Televisión (RCTV) en 2007, un hito crucial que transformó la dinámica de la industria del entretenimiento venezolano. Aunado al tema de la pandemia Covid-19, que contribuyó notablemente a cerrar toda posibilidad de espacios de actuación en el país.

El estudio se desarrollará durante un período específico, desde octubre de 2023 hasta enero de 2024. Estos cuatro meses permitirán una inmersión profunda en el proceso de reinvención de Dora Mazzone y proporcionarán una visión integral de su evolución artística en el contexto de la crisis venezolana.

Las metodologías empleadas incluirán entrevistas en profundidad con Dora Mazzone (con el objetivo de comprender su proceso de reinvención), así como con un productor de espacios para artistas. También se realizarán encuestas a la audiencia para evaluar la percepción pública de su nueva imagen, y se llevará a cabo un análisis de participación en redes sociales para examinar su presencia digital y la percepción de su contenido en plataformas como *TikTok* e *Instagram*.

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 Historia de la industria de la actuación venezolana

Desde mediados del siglo XX hasta principios de los 2000, la industria de la actuación en Venezuela experimentó una época dorada que la situó en el escenario mundial. Las telenovelas venezolanas, como *Cristal*, *Por estas Calles*, *Las Amazonas*, *Cosita Rica, El País de las Mujeres, Ciudad Bendita, La Mujer Perfecta* y *Kassandra*, ganaron reconocimiento internacional, atrayendo audiencias tanto a nivel nacional como global. Escritores de renombre como Delia Fiallo, César Miguel Rondón, Ibsen Martínez y Leonardo Padrón, junto con actores destacados como Ruddy Rodríguez, Grecia Colmenares, Jean Carlo Simancas, Tania Sarabia y Dora Mazzone, y casas productoras icónicas como RCTV y Venevisión, crearon personajes inolvidables y narrativas cautivadoras que se convirtieron en parte integral del patrimonio cultural venezolano (EFE, 2018).[1]

Sin embargo, esta era de gloria fue seguida por una serie de desafíos y restricciones. En 2004, la implementación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte) impuso limitaciones significativas a las tramas de las telenovelas venezolanas. Temas como violencia, drogadicción y delincuencia fueron censurados, lo que restringió la creatividad de escritores y productores. Esta autocensura marcó el comienzo de la declinación de la complejidad narrativa que una vez caracterizó a las producciones venezolanas. “Todo el mundo empezó a autocensurarse por miedo a ser castigado” (Alvarez, cp. Olmo, 2019, pr.30).[2]

[1] Extraído de la página web de EL NACIONAL
[2] Extraído de la página web de BBC NEWS MUNDO.

El gobierno liderado por el fallecido presidente Hugo Chávez jugó un papel crucial en el declive de la industria. El cierre abrupto de Radio Caracas Televisión (RCTV) en 2007, una de las principales casas productoras de telenovelas, fue un golpe devastador. Esta decisión dejó un vacío en la producción nacional, afectando la calidad y cantidad de las telenovelas venezolanas y reduciendo su competitividad internacional (https://shorturl.at/alpVX).[3]

Por otro lado, la industria del entretenimiento venezolana fue golpeada duramente por la crisis económica que sacudió al país. La inflación descontrolada, la devaluación de la moneda y el control cambiario ahuyentaron tanto a artistas como a auspiciadores. Muchos profesionales del cine, teatro y televisión, desde escritores y productores hasta actores y técnicos, buscaron oportunidades en el extranjero, contribuyendo a una diáspora artística que privó a Venezuela de su talento más brillante (Agelvis, 2018).[4]

Además, la pandemia de COVID-19, que paralizó el trabajo de los artistas, exacerbó aún más los retos de la industria del entretenimiento en Venezuela. Las restricciones impuestas por parte del Estado para contener la propagación del virus limitaron la producción y la exhibición de contenidos artísticos, afectando los ingresos y la visibilidad de los profesionales del medio.

A pesar de estos desafíos abrumadores, la industria de la actuación venezolana no se rindió por completo. En medio de la adversidad, surgieron nuevas formas de creatividad y expresión. Artistas como Dora Mazzone se convirtieron en ejemplos vivos de resiliencia. Estos profesionales adaptaron sus habilidades al mundo digital, encontrando en las redes sociales un refugio para su creatividad y un medio para conectarse con audiencias globales.

[3] Extraído de la página web de La República.
[4] Extraído de la página web de THEOBJECTIVE.

2.2 Biografía de Dora Mazzone

Dora Paula Mazzone León es una actriz y modelo venezolana, nacida el 2 de junio de 1970 en la ciudad de Caracas. Mazzone es hija de padres extranjeros, siendo su madre ecuatoriana y su padre italiano; además la actriz tiene una hija: Graziella Simancas Mazzone.

Desde temprana edad, Dora mostró una gran sensibilidad artística, tanto así que a los 9 años decidió enfrentarse a sus padres para expresarles su deseo de convertirse en artista. Este deseo contradecía las aspiraciones que sus padres tenían para su futuro, ya que su padre esperaba que se convirtiera en arquitecta y su madre en periodista (Varnagy, 2023).[5]

Mazzone inició su carrera artística a través de actos culturales, obras y dramatizaciones en el colegio. Sin embargo, en 1984, Dora ingresó a la Escuela de Artes de la Universidad Central de Venezuela (UCV). En un principio, prometió a sus padres que se cambiaría a la carrera de periodismo al cabo de un año, pero nunca cumplió esta promesa, ya que se enamoró de la profesión de artista. En 1986, Dora también decidió unirse a la Compañía Nacional de Teatro como aprendiz. Durante este período de preparación y formación, Mazzone tuvo la oportunidad de ser estudiante de grandes artistas venezolanos como Isaac Chocrón, José Ignacio Cabrujas, Martin Hahn y César Bolívar (Varnagy, 2023).[6]

La actriz, de igual manera, aprovechó su etapa de preparación para participar en diversas obras de teatro como *La tempestad de Shakespeare, El Burgués Gentil Hombre y El Avaro de Molière, La Viuda Alegre de Goldini, Don Juan Tenorio de Zorrilla, Sainetes Venezolanos de Guinand y Leoncio Martínez, A Bailar con Billo's musical y Fuenteovejuna*. También, durante esta etapa de

[5] Extraído de la página web de Unión Radio.
[6] Extraído de la página web de Unión Radio.

formación, Dora recibió la invitación del director Román Chalbauld para participar en su largometraje *Cuchillos de Fuego*, lo cual marcó el inicio de su carrera en la pantalla grande. Además de esta película, ella participó en siete producciones más: *Disparen a Matar, Señora Bolero, Sucre, Punto y Raya, Despedida de Soltera, Todo lo que Sube Baja y El Ángel Número Diez* (https://shorturl.at/gouBF).[7]

Así mismo en 1990 cuando Dora inició con 20 años en la industria de las telenovelas en Radios Caracas Televisión (RCTV) donde estuvo presente en diversas producciones como: *Caribe, Por estas Calles, De Oro Puro, Dulce Ilusión, Entrega Total, Volver a Vivir, Amores de fin de Siglo, Niña Mimada, María de los Ángeles, Luisa Fernanda, Viva La Pepa!, Mariú, A Calzón Quitao, La Niña de mis Ojos, Mi Gorda Bella, La Mujer de Judas, La Cuaima, Ser Bonita no Basta, Y los Declaro Marido y Mujer, Amor a Palos, Estrambótica Anastasia, Y Nadie me Dirá Cómo Quererte.*

Tras una larga trayectoria de 18 años en RCTV, Dora evidentemente se vio afectada por el cierre del canal en el año 2007. Es a razón de esta causa, que en 2011 se une a la familia de Venevisión, donde se integró al reparto de *Natalia del Mar*, *Mi ex me tiene ganas* (2012), *Corazón esmeralda* (2014), *Para verte mejor* (2016) y más recientemente en *Dramáticas* (2023). No obstante, Mazzone ha participado con otras productoras como VIP 2000 (*Escándalos*), BGCreativos/*Oduber Productions* (*Carolay*) y con RCTV Producciones (*Piel Salvaje, Almas en pena*) (https://shorturl.at/jnpLQ).[8]

Es evidente que los diversos factores que afectaron a la industria de la actuación en Venezuela modificaron la carrera artística de Dora. El cierre de RCTV, la baja producción de contenido audiovisual en el país y el cierre de los espacios de actuación debido a la pandemia Covid-19 fueron algunos de los motivos que llevaron a la actriz a utilizar las redes sociales como estrategia de reinvención.

[7] Extraído de la página web de Venevisión.
[8] Extraído de la página web de LA VANGUARDIA.

Las principales redes que ha empleado Dora han sido *Instagram* y *TikTok,* donde cuenta con más de 1.3 millones de seguidores en cada red. Su impacto en esta última ha sido tan significativo que se le ha nombrado *La reina del TikTok*. Mazzone (2021) ha declarado que siempre ha sido una actriz completa, profesional y puntual, además de creer en el potencial de su trabajo. También indica que gracias a la nueva herramienta *TikTok*, puede utilizar sus habilidades como actriz para la creación de contenido, interpretando personajes, realizando cambios de voces y creando comedia (https://shorturl.at/BFIT4).[9]

Esta estrategia de reinvención ha sido aceptada por gran parte de las diferentes audiencias, que siguen a la actriz. Además, Dora (2023) confirma que:

> La diferencia que hay en mí (con toda la humildad), es que tengo más de 30 años de trayectoria en teatro, cine y televisión y todo lo que aprendí en canales, principalmente en RCTV y en Venevisión, lo llevo en el consciente; entonces, a la hora de montar un contenido en las redes se me hace fácil técnicamente hablando (Bravo, 2023, pr.14).[10]

[9] Extraído de la página web de PRODUCTO.
[10] Extraído de la página web de Últimas Noticias.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1 Antecedentes

Bisbal, M. (2007). Los Medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?. Escuela de Sociología, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

Este estudio realizado por el profesor e investigador Marcelino Bisbal analiza el estado de los medios de comunicación en Venezuela. También aborda diferentes temáticas como el sistema de medios en el país y su inserción en el espacio cultural. Además, el investigador centra su estudio no solo en los medios tradicionales, sino también evalúa los nuevos medios digitales.

Los medios de comunicación son espacios donde los artistas pueden incursionar, por lo tanto, cualquier medio de comunicación podría convertirse en un espacio de difusión de las obras creadas por los diferentes actores culturales presentes a escala nacional. Comprender el estado y sistema de los medios de comunicación, y cómo los diferentes factores nacionales configuran los espacios donde los artistas pueden estar presentes es fundamental para entender qué acciones han tenido que realizar los actores, como en el caso de la investigación de Dora Mazzone, para seguir siendo visibles ante las diferentes audiencias.

Rodríguez, S. (2023). El Uso de *TikTok* como Estrategia de Comunicación para *Personal Branding*. Escuela de Comunicación Social, Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador.

Este proyecto de investigación consistió en un análisis del contenido publicado por la alcaldesa de la Cabecera Cantonal de Santa Elena (2023-2027), María del Carmen Aquino, en su cuenta de *TikTok*, con el fin de construir y potenciar su *personal branding*. El objetivo principal fue "determinar los factores que influyen en el uso de *TikTok* como estrategia comunicativa para gestionar una marca personal" (Rodríguez, 2023, p.VIII). La investigadora empleó una metodología de investigación cualitativa de carácter no experimental para la recolección de datos, utilizando dos técnicas: entrevista y observación. Asimismo, Rodríguez (2023) concluyó "las estrategias comunicativas para generar notoriedad como marca personal en *TikTok* son importantes al momento de posicionar una marca en el mercado con clientes potenciales concretos" (p.VIII).

Este proyecto está relacionado con la presente investigación debido al uso de *TikTok* como herramienta comunicativa dentro de una estrategia de creación de marca personal. La figura pública estudiada, Dora Mazzone, ha empleado la aplicación *TikTok* siendo uno de los principales instrumentos para compartir su contenido. Además, es importante mencionar que Rodríguez evaluó los diferentes factores que influyeron en el uso de esta plataforma digital en la gestión comunicacional de una figura pública.

Rojas, V. & Sierra, S. (2023). El Efecto en el Crecimiento del Capital de Marca de los Artistas en la Industria Musical. Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Las investigadoras evaluaron cómo el surgimiento de *TikTok* ha favorecido la promoción de los artistas musicales y de su contenido a través de la aplicación. Las estudiantes emplearon una investigación tipo documental-descriptiva, bajo un enfoque cualitativo; la recolección de datos fue a través de las técnicas de *focus group* y fuentes de un experto informante. El estudio dejó diversas conclusiones, entre las cuales se destaca que *TikTok* “funciona como herramienta para los artistas para impulsar tanto su música como su marca personal” (Rojas & Sierra, 2023, p.4).

Es fundamental evaluar cómo los artistas pueden emplear las diferentes herramientas digitales para promocionar su marca personal, así como el contenido que crean.

Bases teóricas

3.2 Artista

Según la definición de la Real Academia Española (RAE) (2022) el artista es aquel individuo que posee habilidades o cualidades para desarrollar una de las bellas artes. En este sentido, Tolstói (cp Freeland, 2003) indica que:

> La tarea principal del artista es expresar y comunicar emociones a un público: «Evocar en uno mismo un sentimiento que ha experimentado y, habiéndolo evocado en uno mismo, después, mediante movimientos, líneas, colores, sonidos, o formas expresadas en palabras, transmitir este sentimiento de manera que otros experimenten el mismo sentimiento: ésta es la actividad del arte…». (p.86).

Como se puede analizar, el artista es un individuo que crea y se expresa a través de diferentes herramientas a su disposición. En este punto, es fundamental destacar, como señala Pascual (2012), que la técnica que utiliza el artista puede ser la misma que utiliza un artesano; sin embargo, la diferencia entre estos dos roles radica en que el artista emplea las diferentes técnicas "no como fin en sí mismo, sino como medio para aspirar a eso que se entiende por arte" (p. 53).

Es indispensable señalar, que una de las diferencias más destacables que tiene el artistas es que puede emplear diferentes técnicas dependiendo del arte en el cual realice su trabajo, no son técnicas exclusivamente manuales; porque como indica la RAE (2022) un artista también es una “persona que actúa profesionalmente en un espectáculo teatral, cinematográfico, circense, etc., interpretando ante el público” (pr.3).

En este sentido, se puede apreciar que existen diferentes tipos de artistas. Según el instituto Euroinnova (https://shorturl.at/vEOQ8) existen varios tipos de

artistas, como autónomos, profesionales liberales, empresarios, plásticos, musicales, visuales, digitales, bíblicos, callejeros, locales y de *performance*. Esta tipología demuestra diferentes aspectos que pueden determinar las categorías existentes en el ámbito artístico. Por lo tanto, pueden existir artistas regionales, locales, nacionales o internacionales, que de cierta forma se han convertido en figuras públicas gracias al reconocimiento que han obtenido por su trabajo y labor.

3.3 Figura pública

Según los Estándares PSB (https://shorturl.at/pqEU7), "una figura pública es alguien que, aunque no es un funcionario del gobierno, todavía tiene poder e influencia sobre la sociedad" (pr.16). Dentro de este espectro de influencia existen dos tipos de figuras públicas: figuras públicas de propósito general y figuras públicas de propósito limitado (https://shorturl.at/pqEU7).

Con respecto a estos dos tipos el caso legal de Gertz contra Robert Welch, Inc., 418 US 323 establece que las figuras públicas de propósito general son aquellas personas que están en cargos o puestos de influencia y poder, en cambio las figuras públicas de propósito limitado son aquellos individuos que "se han puesto al frente de controversias públicas particulares para influir en la resolución de las cuestiones involucradas" (*JUSTIA U.S Supreme Corte,* 1974, pr.118).

Estas definiciones permiten analizar que la terminología de figura pública está relacionada de manera directa con los cargos públicos y la influencia de las personas. Según Warren, Samuel & Brandels (1890), se considera figura pública a aquellos individuos que han asumido cargos públicos o importantes y, al tomar estas decisiones, dan permiso para estar en una posición de mayor exposición. De igual manera, el tratado *The American Restatement of Torts, Second* (1977)

definió a la figura pública como esa persona que “en virtud de su cargo, actividades o posición, se ha transformado en objeto de la atención pública” (*American Law Institute*, cp, Covarrubias, 2005, p.169).

Evidentemente, las figuras públicas son individuos que tienen una gran influencia dentro de su sociedad y los medios prestan atención a las actividades que realizan en su vida diaria. Sin embargo, las figuras públicas también son personas que pueden ser afectadas por diversas circunstancias o cambios que ocurran en su entorno. Por lo tanto, cualquier crisis no solo afectará a los ciudadanos comunes, sino también a las figuras públicas.

3.4 Crisis

La crisis se puede entender como un “cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que estos son apreciados” (RAE, 2022, pr.1). Por su parte, Erikson comprende a la definición de crisis como “un proceso progresivo de cambio de las estructuras operacionales, o un proceso de estancamiento (o regresivo) en el mismo, manteniendo las estructuras operacionales” (Erikson, cp, Bordignon, 2005, p.52).

Con respecto, a estos procesos de cambio, Kuhn (cp Lang, 2014) señala que parte de que una organización o situación esté en crisis es debido a que las personas no han realizado los cambios que el entorno está exigiendo. En concordancia, Caplan (1964) explica que la crisis sucede:

> Cuando una persona enfrenta un obstáculo para alcanzar objetivos importantes en la vida que, por un tiempo, es insuperable mediante la utilización de métodos habituales de resolución de problemas. Sobreviene un período de desorganización, un período de malestar, durante el cual se hacen muchos intentos fallidos de solución. Eventualmente se logra algún

> tipo de adaptación, que puede o no ser lo mejor para esa persona y sus compañeros (p.18).

Se puede observar que tanto Kuhn como Caplan mencionan la necesidad de comprender el entorno y desarrollar habilidades de adaptabilidad ante los cambios que pueden suceder en el ambiente. Es fundamental destacar que "(…) las crisis no son exclusivas, se mueven en cualquier radio de acción, no distinguen entre áreas de producción, servicios, ideas, sectores de gobierno o privados, seguidores de una corriente política o de otra, figuras públicas y notoriedades" (Ascanio, 2020, p. 212).

Por otra parte, Fita (2000) explica que es complicado predecir todas las circunstancias que puedan desembocar en una crisis en un momento determinado; no obstante, las organizaciones hoy día tienen el poder de las herramientas comunicacionales para contrarrestar los efectos que pueda causar una situación de crisis. Ya decía Einstein (cp Machado, 2013) que:

> (…) Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia. Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto, trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora, que es la tragedia de no querer luchar por superarla (p. 1).

Es este poder, la fuerza de reinvención que permite la resiliencia en la esencia humana, esa fortaleza del hombre de superar aspectos negativos en su vida, y de inclusive aprender de ellos.

3.5 Resiliencia

La resiliencia se puede interpretar como una capacidad, “una forma de ser creativo y potenciar lo espiritual de la conducta humana personal o grupal. El individuo se mantiene integrado, a pesar de la adversidad, y puede lograr un desarrollo positivo de acuerdo a sus metas personales” (Frankl, cp, Oporto, 2019, prs. 21-22). Por su parte, Wagnild & Young (1993) señalan que:

> La resiliencia como característica de la personalidad que modera los efectos negativos del estrés y promueve la adaptación ha sido un tema de investigación durante varios años. Con frecuencia, la calidad de la resiliencia se atribuye a individuos que, en frente a una adversidad abrumadora, son capaces de adaptarse y restablecer el equilibrio de sus vidas y evitar los efectos potencialmente nocivos del estrés (p. 165).

Vanistendael (2018) también indicó que “la resiliencia es la capacidad de las personas o los grupos humanos para desarrollarse de manera positiva y crecer, en presencia de grandes dificultades” (p. 25). Por lo tanto, se evidencia que la resiliencia forma parte del ser humano, es esa fortaleza que permite al hombre anteponerse a circunstancias complejas.

En cierta medida, ciertos individuos pueden tener una mayor capacidad de resiliencia que otros. Un ejemplo de esta adaptabilidad es el sujeto de estudio de la presente investigación, Dora Mazzone. Ella ha logrado modificar su rol como artista a raíz de la recesión económica nacional, el cierre de canales y los efectos de la pandemia Covid-19. A través de los medios digitales, principalmente *Instagram* y *TikTok*, Mazzone ha seguido reivindicando su posición como figura pública. Además, ha logrado comprender las nuevas tendencias que hoy en día interesan a la audiencia venezolana.

En este sentido, es importante explicar también el nivel de aceptación que puede tener el público. Según la RAE (2022), aceptar se define como "aprobar, dar por bueno, acceder a algo" (pr.2), mientras que el término nivel se refiere al "grado o altura que alcanzan ciertos aspectos de la vida social" (RAE, 2022, pr.6). Por lo tanto, el nivel de aceptación se puede entender como el grado de aprobación que tiene el grupo hacia un determinado aspecto de la vida social, en este caso el proceso de reinvención de Mazzone.

Otra definición que es primordial tener presente, es la que realiza Garnider (1994) la cual señala que "la resiliencia es una interacción creativa entre los recursos personales y los recursos sociales" (Gardiner, cp, Badilla, S/F, p.23). Este concepto expande el carácter personal de la resiliencia, debido a que esta capacidad que ofrece la resiliencia puede tener conexión con el entorno de los individuos; en consecuencia, el individuo puede crear e ingeniar distintas estrategias o tácticas para la realización de sus objetivos.

3.6 Estrategia

En el ámbito empresarial, la estrategia ha sido abordada por diversos expertos con enfoques complementarios. La Real Academia Española (2022) contribuye con una definición concisa, describiendo a la estrategia como "el arte, traza para dirigir un asunto" (pr.2). Esta definición subraya la habilidad y creatividad necesarias para guiar una organización hacia sus metas y objetivos.

Halten (cp Ronda, 2021) aporta una definición más detallada, describiendo la estrategia como:

El proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la

obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y elegir los competidores (…) (pr. 13).

En esta definición, se puede observar cómo Halten enfatiza la importancia de la acción basada en un cuidadoso análisis de los recursos y habilidades disponibles, así como una evaluación realista de los competidores.

Por otro lado, Hax presenta una perspectiva clara: "la esencia de la estrategia radica en relacionar una empresa con su entorno. A través de esta relación, una empresa se posiciona" (Hax, cp bac & asociados, 2010, pr. 7). Esta subraya la importancia de la posición de una empresa en el mercado y cómo esta posición es esencial para determinar su éxito.

Drucker (1985) agrega otra dimensión al concepto de estrategia, la planeación estratégica, la cual define como:

> El proceso continuo que consiste en adoptar ahora decisiones (asunción de riesgos) empresariales sistemáticamente y con el mayor conocimiento posible de su carácter futuro; en organizar sistemáticamente los esfuerzos necesarios para ejecutar éstas decisiones, y en medir los resultados de éstas decisiones comparándolos con las expectativas mediante la retroacción sistemática organizada (pr.2).

Como se puede comprobar, las diversas dimensiones abordadas por los autores demuestran que la estrategia es un proceso dinámico y continuo que requiere esfuerzo y planificación. Como menciona Mintzberg (1978) la estrategia ha sido definida de diversas maneras, pero la mayoría de las definiciones concluyen que "es un conjunto consciente y deliberado de orientaciones que determinan las decisiones hacia el futuro" (Mintzberg, cp Montoya, 2009, pr. 31).

En conjunto, estas definiciones muestran la necesidad de evaluar y analizar el entorno para poseer herramientas de planificación y estrategia internas. Evidentemente, el hecho de que una organización, sociedad o individuo utilice estas herramientas puede provocar cambios que pueden resultar en una transformación tanto interna como externa.

3.7 Transformación

La transformación es un concepto fundamental en el ámbito del cambio y la evolución, ha sido descrita y analizada por varios expertos, cada uno aportando una perspectiva única. Mannucci (S/F) proporciona una visión profunda al afirmar que:

> Las condiciones de cambio se generan por decisiones o por crisis. La transformación, implica la creación de nuevas condiciones de vida interna que permitan una adaptación activa a las exigencias del entorno. La particularidad de los sistemas sociales es que la calidad de las emociones define el resultado del proceso de transformación y el modo de adaptación. Transformar la estructura de un sistema humano, no significa cambiar la imagen de “lo que somos” (…), sino cambiar “la forma como vivimos (pr.1).

Esta declaración subraya la importancia de las experiencias y emociones en la transformación, y cómo estas pueden influir en la adaptación efectiva a nuevas realidades.

La Real Academia Española (2022) define que transformar es "hacer cambiar de forma a alguien o algo" (pr.1). Por su parte, Anderson & Ackerman (cp Calderón, Cuartas & Álvarez, 2001) explican que la transformación:

> Es un tipo de cambio que se diferencia de los demás (cambios de crecimiento y cambios de transición) por su profundidad y complejidad. En su opinión, las transformaciones modifican profundamente las maneras de pensar, las creencias, las estrategias, los sentimientos, los valores y todo aquello que inconscientemente se tiene asumido como bueno y verdadero, y modifica la parte más íntima de la mente de las personas (p.158).

Ulrich (1997) también indica que estas transformaciones causan cambios profundos, estos cambios pueden modificar o cuestionar los valores, creencias y supuestos establecidos. Como se puede observar, las transformaciones son procesos complejos que superan las barreras superficiales. En concordancia, Montero (2004) explica que dentro de los procesos de transformación existe una dimensión de fortalecimiento, ella señala que es:

> El proceso mediante el cual los miembros de una comunidad (individuos interesados y grupos organizados) desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para controlar su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos (p.7).

Comprendiendo este proceso de cambios, se puede analizar que existe un proceso de adaptabilidad ante el entorno, lo que da como consecuencia una transformación interna como individuo.

En relación a esta temática de transformación y cambio, es interesante observar cómo uno de los principales aspectos que ha modificado la realidad ha sido la evolución tecnológica. Saunders (2017) explica que "la tecnología siempre ha impulsado el crecimiento económico, mejorado las condiciones de vida y abierto nuevos y mejores tipos de trabajo" (pr.1). En este sentido, *PowerData* (https://shorturl.at/atFTZ) define la transformación digital como "la aplicación de capacidades digitales a procesos, productos y activos para mejorar la eficiencia,

mejorar el valor para el cliente, gestionar el riesgo y descubrir nuevas oportunidades de generación de ingresos" (pr.1).

Entonces, se puede inferir que la capacidad de transformación se ha reforzado aún más con la adecuación tecnológica, donde la tecnología actúa como herramienta facilitadora e impulsora del desarrollo del ser humano.

3.8 Adecuación tecnológica

La RAE define que el verbo adecuar significa “adaptar algo a las necesidades o condiciones de una persona o de una cosa” (p.1). Por otra parte, el concepto tecnológico o tecnológica, proviene de la palabra tecnología que se refiere a un “conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico” (RAE, 2022, p.1).

Entonces se puede inferir que la relación de estas dos palabras, se refiere a una adaptación a través del uso de estas teorías y técnicas; Hernández & Sánchez (2002) indican que “estas transformaciones generan nuevos mecanismos de competencia entre las empresas que modifican las condiciones estructurales del sector y definen y reorientan su trayectoria tecnológica, debido a que existen patrones diferentes en la propensión a innovar (…)“ (Hernández & Sánchez, cp, Robayo, 2016, pr.41). Es evidente, que existe una transformación sistémica debido a los cambios tecnológicos, ya señalaba Briceño, Corre, Valdés & Hadweh (2020) que en la realidad de hoy existe “una etapa dominada por las tecnologías digitales y los recursos asociados a las telecomunicaciones, que hacen posible la convergencia de distintos medios en aparatos integrados” (p.287).

Incluso estos cambios pueden tener consideraciones estratégicas. Como explica Porter (2008), los cambios no se derivan exclusivamente del uso de estas nuevas herramientas tecnológicas, sino también de los métodos y formas que ahora convergen en nuestra realidad cotidiana.

Es fundamental destacar que estos avances tecnológicos han promovido las relaciones digitales. Según Schwab (2016), esta era "se caracteriza por un internet más ubicuo y móvil, con sensores más pequeños y potentes que son cada vez más baratos" (p.9). Otros aspectos que han caracterizado la época actual son el uso cotidiano de los dispositivos móviles, como los teléfonos, y el uso de las redes sociales.

3.9 Redes sociales

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya, cp Herrera, 2012, p.123). Esta definición demuestra el carácter transversal de la comunicación en redes sociales. Peiró (2020), por su parte, indicó que “las redes sociales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet” (pr.1); a su vez, señala que cada red social tiene su propio objetivo.

Con respecto a la finalidad y uso de cada red, Burgos, Llavaneras & Urbina (S/F) señalan que:

> Cada uno de los medios sociales o plataformas de difusión de contenido han desarrollado algoritmos que se retroalimentan y modifican en función de los usos e interacciones con los mismos. No obstante, en un espacio

> tan grande y prácticamente infinito de códigos informáticos, es necesaria la colaboración colectiva de todos los usuarios para la mejora de cada algoritmo (…) (p.14).

Esta explicación explora la variedad de opciones disponibles para los usuarios en las redes sociales actuales. Algunas están destinadas a informar (*X*), otras se enfocan en el entretenimiento (*TikTok*), compartir imágenes y contenido (*Instagram, Facebook*), mensajería (*WhatsApp, Telegram*) e incluso buscar oportunidades laborales (*LinkedIn*).

Según Regalado (2019) es “indispensable que las empresas escuchen a sus clientes y estén atentas a sus demandas porque, si estos cuentan con una amplia red de contactos en las redes, tienen la capacidad de difundir reclamos que dañen la imagen de cualquier marca” (Regalado, cp Conexión Esan, 2019, pr.1).

Es evidente que las redes sociales han permitido a los usuarios tener un mayor poder de interacción y autonomía en comparación con los medios tradicionales como la radio, la televisión y la prensa. Sin embargo, la influencia y el poder de las redes sociales no solo han sido positivos para los usuarios, sino también para los propios creadores de contenido.

Santoyo (2013) señala que en la actualidad los usuarios tienen el poder de segmentar el contenido que desean consumir. El rol principal de los creadores, como su nombre lo indica, es seguir creando contenido de interés para su audiencia, adaptando dicho contenido a los formatos que están en tendencia.

Por su parte, Dora Mazzone es una creadora de contenido que ha experimentado un crecimiento exponencial. Abrió su cuenta de *TikTok* en 2020 y actualmente (en 2023) cuenta con 1.3 millones de seguidores tanto en *TikTok* como en *Instagram*. Estos números demuestran que la actriz ha comprendido la naturaleza de estas redes sociales, las cuales, según el *Digital 2022: Global Overview Report* 2022, se encuentran entre las más utilizadas a nivel mundial, siendo *Instagram* la cuarta red social más usada y *TikTok* la sexta.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Modalidad de la investigación

Toda investigación debe estar vinculada a un área específica del conocimiento humano, el presente estudio atiende a una problemática comunicacional, específicamente el tópico de las Comunicaciones Corporativas; debido a como explica Peña (2019):

> Esta línea de investigación hace énfasis en el estudio de la dinámica organizacional desde un enfoque multidisciplinario que incluye las teorías de la organización, evaluación del entorno, planificación estratégica, gerencia de empresas y proyectos, comunicación, comportamiento organizacional, identidad e imagen corporativa; así como el manejo de la comunicación en situación de crisis (…) (pr.26).

Es indispensable, también destacar que pueden existir tres objetivos de una investigación bajo la línea de investigación en el área de comunicaciones corporativas, sin embargo el objetivo del presente estudio está en relación con "diagnosticar y analizar la dinámica organizacional, su identidad, imagen, clima y cultura en el marco de su entorno interno y externo; y relaciones con sus públicos clave" (Peña, 2019, pr.29); debido a que en la investigación de la ***reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempos de crisis*** se realizará un análisis de lo que ha sido la dinámica dentro de la industria de la actuación venezolana, bajo la modalidad de un análisis del manejo comunicacional en tiempos de crisis a partir del caso de estudio Dora Mazzone.

4.2 Tipo de investigación

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque mixto, debido a que el estudio de ***la reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempos de crisis*** será realizado con "un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada", esto con la finalidad de tener un mayor conocimiento de la temática de estudio (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014, p.534).

Con respecto al tipo de investigación, el estudio de la reinvención del artista venezolano es un proyecto de investigación descriptivo/explicativo. Es fundamental precisar, en una primera instancia, que un estudio explicativo es aquel proyecto de investigación que establece las causas o los motivos que promovieron la temática de estudio; en la presente investigación la causa es la crisis nacional que ha afectado a la industria de la actuación y la problemática es la reinvención de los artistas (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014).

Por otra parte, las investigaciones descriptivas tienen como finalidad detallar, y como su nombre indica, describir los aspectos de una problemática (contextos, circunstancias), con la finalidad de lograr tener una mayor comprensión del área de estudio; la presente investigación analizará el contexto de la industria de la actuación venezolana, los aspectos que han permitido la reinvención del sujeto de estudio (Dora Mazzone), la identificación de los roles actuales de los artistas y los espacios de actuación que todavía permanecen activos a escala nacional. (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014).

4.3 Diseño de investigación

Es fundamental explicar que existen dos tipos de investigación, las investigaciones experimentales y las no experimentales. Las experimentales son aquellos estudios que implican la manipulación de una o varias variables; a diferencia de las investigaciones no experimentales que no manipulan ninguna variable (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014). El estudio de la ***reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempos de crisis*** es una investigación no experimental debido a que no se manipulará ninguna variable.

Cabe destacar que las investigaciones no experimentales tienen dos tipos de diseños, el longitudinal y el transeccional. El diseño longitudinal son aquellos estudios que recaudan los datos en diferentes períodos de tiempo; en cambio, las investigaciones transeccionales son las que realizan la recolección de datos “en un solo momento, en un tiempo único” (Liu, 2008 & Tucker, 2004, cp Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014, p.154). El presente proyecto de investigación tiene un diseño transeccional debido a que la recolección de datos se realizará en un momento determinado.

4.4 Definición de variables

Una variable se describe como “una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (Hernández Sampieri et al, 2014, p.105).

En consonancia con esta definición, el presente estudio identifica cinco variables para su observación, las cuales han sido determinadas en función de los objetivos específicos de la investigación.

Tabla Nº 1. Definición de Variables

Objetivo	Variable	Definición	Conceptual	Operacional
Identificar las principales causas de la crisis que han impactado la industria de la actuación venezolana.	Causas del impacto de la crisis en la industria de la actuación.	Factores que han contribuido a los cambios y desafíos que enfrenta la industria actoral en Venezuela.		✔

Identificar los espacios disponibles para actores que permanecen en el país.	Espacios disponibles para actores.	Lugares donde los actores pueden desarrollar su trabajo artístico, expresar su talento y participar en actividades artísticas y culturales en Venezuela.		✔
Identificar roles de desempeño distintos a la actuación profesional en cine, teatro o televisión.	Roles de desempeño.	Diversas ocupaciones y funciones que los artistas pueden asumir fuera de los contextos tradicionales de cine, teatro y televisión, espacios de farándula como entrevistados, presentadores de programas.		✔
Caracterizar el proceso de reinvención de la persona sujeto de estudio.	Proceso de reinvención.	“una forma de ser creativo y potenciar lo espiritual de la conducta humana personal o grupal. El individuo se mantiene integrado, a pesar de la adversidad, y puede lograr un desarrollo positivo de acuerdo a sus metas personales” (Frankl, cp, Oporto, 2019, pr.21-22)	✔	

Conocer el nivel de aceptación en el público del nuevo rol de una artista como Dora Mazzone.	Nivel de aceptación.	Según la RAE (2022), aceptar se define como "aprobar, dar por bueno, acceder a algo" (pr.2), mientras que el término nivel se refiere al "grado o altura que alcanzan ciertos aspectos de la vida social" (RAE, 2022, pr.6). Por lo tanto, el nivel de aceptación se puede entender como el grado de aprobación que tiene el grupo hacia un determinado aspecto de la vida social.	✔	

Fuente: Elaboración propia (2024)

4.5 Operacionalización de variables

Para continuar con la investigación, es conveniente aclarar el significado de la operacionalización de variables, es por eso que Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2014) lo define como:

> La operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable. Por ahora, se comentará que cuando se construye un instrumento, el proceso más lógico para hacerlo es transitar de la variable a sus dimensiones o componentes, luego a los indicadores y finalmente a los ítems o reactivos y sus categorías (p.211).

Tabla Nº2. Operacionalización de Variables

Objetivo Específico 1	Variables	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub-indicadores	Ítem	Instrumento	Fuentes
Identificar las principales causas de la crisis que han impactado la	Causas del impacto de la crisis en la industria de la actuación.	Factores que han contribuido a los cambios y		Sociales	Migración de talento	13	III	Cuestionario
						1	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

industria de la actuación venezolana.		desafíos que enfrenta la industria actoral en Venezuela.	Motivos			1	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Económicos	Disminución de la inversión en obras de teatro, películas y novelas	13	III	Cuestionario
						1	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						1	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Inflación	13	III	Cuestionario
						1	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						1	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Políticos	Censura	13	III	Cuestionario
						1	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						1	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Regulaciones	13	III	Cuestionario
						1	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						1	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Cierres de canales y salas de teatro	13	III	Cuestionario
						1	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						1	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Covid–19	Regulaciones	13	III	Cuestionario
						2	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						2	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Cierre de espacios	13	III	Cuestionario
						2	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						2	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Tecnológicos	Producciones independientes	13	III	Cuestionario
					Nuevas plataformas de *streaming*	13	III	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla Nº2. Operacionalización de Variables

Objetivo Específico 2	Variables	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub-indicadores	Ítem	Instrumento	Fuentes
Identificar los espacios disponibles para actores que permanecen en el país.	Espacios disponibles para actores.	Lugares donde los actores pueden desarrollar su trabajo artístico, expresar su talento y participar en actividades artísticas y culturales en Venezuela.	Tipos de lugares	Teatro	Montaje de obras	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Telenovelas	*Dramáticas*	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Series	*Las Doñas del Cafetal*	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Cine	Producciones cinematográficas	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Medios digitales	*TikTok*	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Facebook	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Instagram	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					YouTube	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Espacios educativos	Teatro UCAB	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Fundación CICA	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Gama Producciones	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Escuela Superior de Artes Escénicas Juana Sujo	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					T-Jireh Producciones	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Escuela de Cine y Televisión	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Publicidad	Ejercicio independiente	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Agencias de mercadeo	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
				Presentaciones	Eventos en vivo	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Entrevistas en espacios de farándula	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
					Anclas en *shows*	14	III	Cuestionario
						3	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						3	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)

Fuente: Elaboración propia (2024),

Tabla Nº2. Operacionalización de Variables

Objetivo Específico 3	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub-indicadores	ítem	Instrumentos	Fuentes
Identificar roles de desempeño distintos a la actuación profesional en cine, teatro o televisión.	Roles de desempeño.	Diversas ocupaciones y funciones que los artistas pueden asumir fuera de los contextos tradicionales de cine, teatro y televisión, espacios de farándula como	Ocupaciones diferentes	Modelos		4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
				Embajadores de marca		4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
				Influencers	Comerciales	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

		entrevistados, presentadores de programas.				4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
					Motivacionales	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
				Creadores de contenido	*Youtubers*	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario

					Tiktokers	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
					Instagrammers	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
				Presentadores	Eventos en vivo	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)

						16	III	Cuestionario
					Programas de farándula	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
				Conferencistas motivacionales	De superación personal	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
					Apoyo psicológico	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
					Formación personal, valores y ética	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
				Coaching	De superación personal	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario

					Apoyo psicológico	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario
					Formación personal, valores y ética	4	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						4	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						16	III	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla Nº2. Operacionalización de Variables

Objetivo Específico 4	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub-indicadores	Ítem	Instrumentos	Fuentes
Caracterizar el proceso de reinvención de la persona sujeto de estudio.	Proceso de reinvención .	"una forma de ser creativo y potenciar lo espiritual de la conducta humana personal o grupal. El individuo se mantiene integrado, a pesar de la adversidad, y puede lograr un	Auto-percepción	Cambios en el enfoque profesional	De lo tradicional a lo moderno	5	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						6	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						23	III	Cuestionario
				Formación adicional	Cursos	8	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
					Talleres	8	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
			Motivaciones externas	Uso de nuevas plataformas	*TikTok*	8	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
					Instagram	8	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
					YouTube	8	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)

		desarrollo positivo de acuerdo a sus metas personales" (Frankl, cp, Oporto, 2019, pr.21-22).		Proyectos innovadores	*Artista Digital El Podcast by Dora*	9	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
					Dramáticas	9	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
					Las Doñas del Cafetal	9	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
					Monólogos de la Vagina	9	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
					El Hombre de la Mancha	9	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
				Publicidad	*Influencer*	3	IV	Análisis de la participación de Dora Mazzone en las RRSS.

					Embajador de marcas	3	IV	Análisis de la participación de Dora Mazzone en las RRSS.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla Nº2. Operacionalización de Variables

Objetivo Específico 5	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub-indicadores	Ítem	Instrumentos	Fuentes
Conocer el nivel de aceptación en el público del nuevo rol de una artista como Dora Mazzone.	Nivel de aceptación	Según la RAE (2022), aceptar se define como "aprobar, dar por bueno, acceder a algo" (pr.2), mientras que el término nivel se refiere al "grado o altura que	Percepción	Opinión pública	Positiva	10	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						11	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						19	III	Cuestionario
						20	III	Cuestionario
						24	III	Cuestionario
					Negativa	10	I	Entrevista a sujeto de estudio (Dora Mazzone)
						11	II	Entrevista a experto informante (Helena Rosas)
						19	III	Cuestionario
						20	III	Cuestionario

		alcanzan ciertos aspectos de la vida social" (RAE, 2022, pr.6). Por lo tanto, el nivel de aceptación se puede entender como el grado de aprobación que tiene el grupo hacia un determinado aspecto				24	III	Cuestionario
				Reacciones en las redes sociales	De burla	24	III	Cuestionario
						2	IV	Análisis de la participación de Dora Mazzone en las RRSS.
					De aprobación	24	III	Cuestionario
						2	IV	Análisis de la participación de Dora Mazzone en las RRSS.
				Asistencias del público a eventos	*Sould out*	15	III	Cuestionario
				Cobertura mediática	Menciones en medios de comunicación	18	III	Cuestionario
						17	III	Cuestionario
				Número de seguidores	Inicio	1	IV	Análisis de la participación de Dora Mazzone en las

		de la vida social.						RRSS.
					Actualidad	1	V	Análisis de la participación de Dora Mazzone en las RRSS.

Fuente: Elaboración propia (2024).

4.6 Población, unidad de análisis y muestra

Toda investigación tiene una población que “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008, cp, Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014, p.174). A su vez, el investigador o los investigadores deberán definir las unidades de análisis que se estudiarán y analizarán en esta población según los objetivos planteados, estas unidades de análisis centrarán «qué o quiénes», es decir, en los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio. (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista et al).

Por otra parte, la gran mayoría de estudios por las diversas limitaciones que presentan para analizar a la población entera, toman una muestra. “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población.” (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista et al).

En el presente trabajo de investigación, los investigadores seleccionaron como población a los habitantes de la Gran Caracas, que según la Plataforma Urbana y de Ciudades (2023) son 2.901.918 personas. Con respecto a la unidad de análisis, los investigadores seleccionaron los municipios Chacao, Sucre y Libertador, debido a que estos municipios tienen trayectoria en la industria cultural y del entretenimiento. Estos municipios también poseen diversos espacios donde se pueden realizar prácticas culturales como plazas, teatros, auditorios, colegios, etc. Por último, la selección de la muestra fue realizada a través del programa *QuestionPro* con un 95% de nivel de confianza y 7% de margen para representar una muestra de 197 personas.

4.7 Técnicas de recolección de datos

Establecida la modalidad, el tipo de investigación, la definición de variables, población, unidad de análisis y muestra; se da inicio a la etapa de recolección de datos, lo cual conlleva a la elaboración de un plan de procedimiento que establece los propósitos específicos con los cuáles se van a recolectar los datos; de igual manera, dentro de la redacción del plan se determinan las técnicas de recolección, estas técnicas son los instrumentos que emplearán los investigadores para medir las variables de interés de la investigación (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014).

El primer y segundo instrumento que se empleará en el presente proyecto de estudio es la entrevista, Janesick (1998, cp, Hernández Sampieri, Fernández & Baptista 2014) explica que la entrevista:

> Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (p.403).

Teniendo presente la definición de Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2014), de que la entrevista es “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p.403), es importante destacar que dentro de esta reunión, frecuentemente se utiliza el formato de pregunta-respuesta alrededor de una temática en específico. En el estudio de la ***reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempos de crisis,*** se utilizará el manejo de la entrevista para dos expertos informantes: en primer lugar, el sujeto de estudio de la presente

investigación, Dora Mazzone; en segunda instancia, un productor de espacios para artistas.

El tercer instrumento presente en el plan de procedimiento es el cuestionario. Es fundamental explicar que el cuestionario es “un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009, cp, Hernández Sampieri, Fernández & Baptista 2014, p.217). El cuestionario del presente proyecto de investigación abordará la temática de cambio y transformación que han tenido que realizar los artistas a razón de la crisis y la recepción a estos nuevos (*influencer*, embajadores de marca, etc).

La cuarta, y última, técnica de recolección de datos es el análisis de participación. Este análisis se llevará a cabo a través de una matriz de participación de la actriz en sus cuentas de *Instagram* y *TikTok.* Es importante señalar, que el análisis de participación cualitativo “es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico” (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014, p.251). Los criterios que se establecieron en la matriz de participación fueron el número de seguidores, las interacciones del público con el contenido publicado y la línea de contenido en las cuentas de *Instagram* y *TikTok* de Dora Mazzone. La duración de este análisis de contenido será de dos semanas.

4.8 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento de medición es un aspecto crucial en esta investigación, ya que asegura la coherencia y estabilidad de los resultados obtenidos. Según Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2014), la confiabilidad se refiere a "el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales" (p.200). En el contexto de este

estudio sobre ***la reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempos de crisis***, la confiabilidad del instrumento será evaluada a través de métodos que garantizan resultados coherentes y consistentes en las respuestas obtenidas del cuestionario, las entrevistas y el análisis de participación del sujeto de estudio (Dora Mazzone) en sus cuentas de *Instagram* y *TikTok*. La coherencia en las respuestas a lo largo de estas técnicas indicará la confiabilidad del instrumento utilizado para recopilar datos en esta investigación. La confiabilidad del instrumento es esencial para asegurar que los resultados sean precisos y puedan ser confiablemente utilizados para analizar y comprender la dinámica de la reinvención del artista venezolano en tiempos de crisis.

4.9 Validación del instrumento

La validación del instrumento en esta investigación es un paso fundamental para asegurar que las herramientas utilizadas midan con precisión la variable que se pretende estudiar. Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2014) definen la validez como "el grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir" (p.200). Esta definición subraya la importancia de que los instrumentos sean específicos y precisos en su medición. Para ilustrar este concepto, Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2014) ofrecen ejemplos claros:

> Un instrumento válido para medir la inteligencia debe medir la inteligencia y no la memoria. Un método para medir el rendimiento bursátil tiene que medir precisamente esto y no la imagen de una empresa. Un ejemplo —aunque muy obvio— de completa invalidez sería intentar medir el peso de los objetos con una cinta métrica en lugar de con una báscula (p.200).

En el contexto de esta investigación sobre ***la reinvención del rol del artista venezolano en tiempos de crisis***, los instrumentos diseñados para recopilar datos serán validados por el Doctor Gustavo Hernández Díaz, director del Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. La validación será crucial para asegurar que el cuestionario, las entrevistas y el análisis de participación se centren en los aspectos específicos relacionados con las variables a medir. Esta validación se llevará a cabo siguiendo los estándares definidos por Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, garantizando así la precisión y la relevancia de los datos recopilados en este estudio.

4.10 Procedimiento

Para la realización de la presente investigación los cuatros instrumentos que se emplearon fueron validados por el Doctor Gustavo Hernández Díaz el día 16 de noviembre de 2023.

Los investigadores realizaron dos entrevistas, las cuales, sus guías de preguntas obtuvieron la aprobación del Doctor Hernández.

La primera entrevista se le realizó al sujeto de estudio, Dora Mazzone, quién respondió las preguntas el 01 de diciembre de 2023, vía *WhatsApp* a uno de los investigadores, a través de notas de voz. Está modalidad digital fue propuesta por el sujeto de estudio, debido a que en el periodo que los investigadores la contactaron estaba de viaje.

Por su parte, la segunda entrevista se llevó a cabo en el estudio del programa *Sábado Sensacional*, dónde la experta informante, Helena Rosas, concedió de manera presencial la entrevista el 05 de diciembre de 2023. Rosas permitió la

grabación de la entrevista, la cuál posteriormente fue transcrita (igual que la entrevista de Dora).

Ambas entrevistas abordaron los distintos factores que han afectado a la industria nacional de la actuación y las diversas modificaciones que han tenido que realizar los artistas para reinventarse ante los distintos retos actuales.

El tercer instrumento, el cuestionario, posterior a la validación del Doctor Hernández; los investigadores procedieron a importar las preguntas a un *Google Forms*, el cual fue contestado por 197 personas, muestra esperada y planificada por los investigadores. El cuestionario de ***la Reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempos de crisis, caso Dora Mazzone***, estuvo disponible desde el 20 de noviembre hasta el 28 de noviembre de 2023.

La última técnica de recolección de datos, el análisis de participación, fue llevada a cabo a través de una matriz que tuvo cuatro *ítems*: número de seguidores, comentarios, reacciones y línea de contenido. Los investigadores analizaron la participación del sujeto de estudio en sus cuentas de *TikTok* e *Instagram* durante 15 días, desde el 17 de noviembre hasta el 01 de diciembre de 2023. El análisis fue realizado durante el 03 y 04 de diciembre de 2023.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se exponen los hallazgos derivados del empleo de los instrumentos I, II, III y IV durante la recolección de datos en el estudio llevado a cabo por los investigadores mediante un enfoque de investigación mixta. Hernández y Mendoza (2008), c.p. Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2014), definen el enfoque de investigación mixta de la siguiente manera:

> Conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (p.534).

La decisión de emplear un enfoque mixto se fundamenta en las particularidades de los instrumentos utilizados. Mientras los instrumentos I, II y IV son de naturaleza cualitativa, el instrumento III se caracteriza por su enfoque cuantitativo. El instrumento I se refiere a la entrevista realizada a la actriz Dora Mazzone, sujeto de estudio de esta investigación. Ella ofreció un enfoque detallado sobre las causas que, a partir de la crisis, impactaron a la industria de la actuación, los espacios disponibles para los actores venezolanos que permanecen activos en el país, los roles diferentes a la actuación que han tenido que asumir los actores venezolanos a partir de la crisis, el proceso de transformación de los artistas, su propio proceso de reinvención y la percepción que, desde su punto de vista, ha tenido el público respecto a los distintos roles a la actuación que ha venido desempeñando en las plataformas digitales, como orientación fundamental de esta investigación.

Por otro lado, el instrumento II se refiere a la entrevista realizada a Helena Rosas, Productora de Venevisión, quien ofreció su perspectiva sobre las causas que, a partir de la crisis, impactaron a la industria de la actuación venezolana, los tipos de producciones que se están realizando en el país, la adaptación de los productores a los nuevos roles de los artistas, su percepción acerca de la reinvención que han tenido que llevar a cabo debido a la falta de producciones nacionales, su propio proceso de adaptación como productor en cuanto a los cambios que produjo la crisis, las alianzas que se han tenido que hacer para enfrentar las adversidades que presenta la industria de la actuación, su visión acerca de un resurgir dentro de las producciones nacionales y la percepción y receptividad del público ante los roles distintos a la actuación que los artistas han tenido que asumir, a partir de la crisis.

El instrumento III hace referencia a la encuesta llevada a cabo por los investigadores utilizando la plataforma *Google Forms*, la cual consistió en 24 preguntas de selección mixta, selección múltiple y preguntas abiertas. Se administró a un total de 197 encuestados entre los municipios Sucre, Libertador y Chacao del Distrito Capital.

El instrumento IV consistió en el análisis de participación de las cuentas de *Instagram* y *TikTok* (mediante una matriz) de Dora Mazzone, sujeto de estudio de esta investigación. Durante un periodo de 15 días, se observaron y registraron el número de publicaciones analizadas, la cantidad de seguidores, las reacciones, los comentarios y la línea de contenido de dichas cuentas. Esto proporcionó información complementaria clave para el estudio.

Los investigadores han desarrollado una matriz descriptora como parte del diseño de su estudio cualitativo, para así presentar y facilitar la interpretación de los resultados obtenidos de los instrumentos I y II.

5.1 Modelo de matriz descriptora de resultados, a partir de los instrumentos Nº I Y Nº II

Nº Pregunta	Entrevistado

5.2 Tabla N°3 Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a sujeto de estudio (instrumento N°I)

Tabla N°3. Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a sujeto de estudio (instrumento N°I)

Nº Pregunta	**Entrevistado (Dora Mazzone, actriz venezolana)**
1.- ¿Qué factores políticos, sociales, económicos han afectado a la industria de la actuación nacional?	Hasta que sucedió lo que sucedió en el año 2007 - 2008 cuando nos clausuraron las puertas de Radio Caracas. Ese factor político hizo que nos quedáramos muchos de nosotros que trabajamos en Radio Caracas sin trabajo; allí trabajamos 3.000 personas entre personal contratado y personal *staff*.
2.- ¿De qué manera afectó la pandemia Covid-19 a la industria de la actuación nacional?	(..) en la industria de la actuación lo poco que se venía haciendo en el canal Venevisión y en algunos escenarios de los teatros en Venezuela se vieron afectados. Se cerraron las puertas porque la gente simplemente no iba a adquirir su ticket para poder ver una obra.
3.- ¿Cuáles son los espacios disponibles para actores que permanecen activos en Venezuela?	Los espacios siempre se buscan, puede ser en un teatro emblemático, como puede ser un centro comercial, y eso te lo digo para que veas que el teatro siempre es un medio de expresión para nosotros expresar con libertad.

4.- ¿Qué otros roles han asumido hoy en día los artistas?	Las redes sociales se han convertido hoy en día en el nuevo escenario; en la nueva plataforma digital para muchos de los actores, como yo, que tienen toda una preparación y una formación de años; y que han utilizado esta nueva herramienta de la plataforma digital, como la del *TikTok,* como la del *Instagram* para seguir llevando entretenimiento del bueno al público que está ocioso, pues entre comillas, en su casa esperando que sus artistas le sigan llevando contenido.
5.- Muchos de nuestros artistas emigraron a otros países ¿Considera que los artistas que se quedaron en Venezuela han tenido que pasar por un proceso de transformación?	(…) los que nos quedamos en Venezuela sencillamente hemos vivido este proceso de transformación, los que hemos sido audaces, los que hemos sido astutos, y que hemos entendido cómo es la Nueva Era Digital en las plataformas. Entonces, yo creo que eso responde tu pregunta, sí ha habido un proceso de transformación.
6.- ¿Cómo describirías el proceso de reinvención laboral que has venido realizando como artista?	Yo soy una persona muy creativa, Dora Mazzone es una actriz sumamente integral y creativa, yo hablo idiomas, yo hago acentos, yo me adapto a cualquier medio, yo canto, yo actúo, yo bailo. Entonces, yo me puedo perfectamente adaptar, mientras tenga salud, ganas y voluntad de seguir trabajando para la Industria del Entretenimiento; me voy a adaptar a cualquier plataforma.
7.- ¿Alguna vez imaginaste que pasarías a ser una *influencer* en una plataforma como *TikTok*?	Tú sabes que uno nunca se imagina nada, la persona que es inteligente, que es astuta y que lee todo el tiempo un periódico digital, y que está

	siempre informado, se va dando cuenta de los cambios. Yo simplemente, un día me hablaron de una plataforma llamada *TikTok;* te estoy hablando de 2018 - 2019, me hablaron, o antes bueno por ahí, me hablaron de una plataforma que estaba causando estragos en el mundo y que era interesante.
8.- ¿Tuvo usted formación en el uso de los medios digitales?	Bueno no, al principio como todo me fui asesorando con jóvenes, con mucha gente joven que entendía rápidamente y manejaba rápidamente; y es allí de repente, digo yo, que es donde pudiera estar mi éxito, de haberme asesorado con la gente joven que manejaba mucho más ágilmente las herramientas digitales. Me fui como que informando, yo misma iba estudiando a través de la práctica y del oficio diario, cómo se presentaban las herramientas y si no entendía algo me metía en algún navegador y buscaba por allí que era lo que significaba tal o cual cosa.
9.- ¿Cómo ha influido su participación en medios digitales para participar en nuevos proyectos para su carrera?	Bueno, de alguna manera, pues, sí he sido exitosa gracias a eso; y por eso pude hacer esta serie, y pude hacer otras más.
10.- ¿Cómo ha sido la percepción y recepción del público a estos nuevos roles desempeñados por usted?	El público es muy diverso, hay de todo, hay gente que siempre va a criticar, y siempre va a señalar; y también, hablándote de la parte mala hay una gente que es la que yo llamo *generación de cristal* que se ofende de cualquier cosa que uno coloque en las redes. Pero, siempre digo que gana

	la mayoría, la mayoría que es positiva, la mayoría que siempre es como cómplice de eso de las cosas buenas que tú haces (…)

Fuente: Entrevista con la actriz Dora Mazzone, sujeto de estudio (2024)

5.3 Interpretación de resultados de la matriz descriptora, a partir del instrumento N°I

Para la pregunta N°1: ¿Qué factores políticos, sociales, económicos han afectado a la industria de la actuación nacional?

La entrevistada mencionó que un factor político crucial ocurrió entre los años 2007 y 2008, cuando cerraron las puertas de Radio Caracas, lo que dejó a un gran número de personas, alrededor de 3.000 entre personal contratado y *staff*, sin empleo en ese momento. Este acontecimiento, según sus palabras, impactó directamente a aquellos que trabajaban en la industria, señalando la clausura de Radio Caracas como un factor político que generó desempleo y tuvo un efecto significativo en la dinámica laboral de la industria de la actuación en Venezuela.

Para la pregunta N°2: ¿De qué manera afectó la pandemia Covid-19 a la industria de la actuación nacional?

La entrevistada indicó que la pandemia afectó significativamente la industria de la actuación nacional. Mencionó que las actividades que se estaban llevando a cabo en el canal Venevisión y algunos escenarios teatrales en Venezuela se vieron directamente impactadas. Explicó que los teatros cerraron sus puertas debido a la falta de asistencia del público; la gente no adquiría los tickets para presenciar las obras, lo que generó un declive en la actividad teatral y en la audiencia de los programas televisivos relacionados con la actuación.

Para la pregunta N°3: ¿Cuáles son los espacios disponibles para actores que permanecen activos en Venezuela?

La entrevistada mencionó que los espacios para actores que se mantienen activos en Venezuela pueden variar. Destacó que estos lugares pueden encontrarse tanto en teatros emblemáticos como en centros comerciales.

Además, la entrevistada hizo énfasis en que el teatro sigue siendo un medio de expresión fundamental para los actores, ya que les brinda la libertad de expresarse de manera auténtica y sin limitaciones. Esta afirmación sobre el teatro como un medio de expresión crucial destaca la importancia de esta forma de arte para los actores venezolanos, resaltando su compromiso con la libertad creativa y la necesidad de seguir expresándose a pesar de las limitaciones o desafíos que puedan enfrentar en el país.

Para la pregunta N°4: ¿Qué otros roles han asumido hoy en día los artistas?

La entrevistada resaltó cómo las redes sociales, como *TikTok* e *Instagram*, han surgido como espacios fundamentales para los artistas en la actualidad. Mencionó cómo estos canales digitales se han convertido en herramientas esenciales para ella y otros artistas que buscan seguir entreteniendo a un público que permanece en casa. Señaló que las plataformas digitales, en especial *TikTok e Instagram*, han permitido llevar contenido de calidad a una audiencia que espera ser entretenida, destacando la importancia de estas nuevas herramientas para seguir conectando con el público.

Para la pregunta N°5: Muchos de nuestros artistas emigraron a otros países ¿Considera que los artistas que se quedaron en Venezuela han tenido que pasar por un proceso de transformación?

La respuesta de la entrevistada subraya cómo aquellos artistas que optaron por permanecer en Venezuela han experimentado un proceso de transformación, adaptándose a las circunstancias cambiantes. Destacó la importancia de la audacia y astucia en este proceso, haciendo hincapié en comprender y abrazar la

nueva era digital en las plataformas como una estrategia clave. De esta forma, enfatizó que, en efecto, ha habido un cambio significativo y necesario en la forma en que los artistas operan en medio de los desafíos actuales.

Para la pregunta N°6: ¿Cómo describirías el proceso de reinvención laboral que has venido realizando como artista?

La entrevistada comentó que tiene una mentalidad profesional sólida y adaptable en el mundo del entretenimiento. Mencionó su versatilidad, creatividad y habilidades y resaltó su variedad de capacidades, desde dominar distintos idiomas hasta desempeñarse en áreas diversas como actuación, canto y baile. Esta disposición a adaptarse y evolucionar dentro de la industria del entretenimiento muestra una mentalidad abierta a nuevos desafíos y una determinación constante para seguir creciendo profesionalmente. Su enfoque resiliente es evidente al indicar su disposición para ajustarse a cualquier plataforma.

Para la pregunta N°7: ¿Alguna vez imaginaste que pasarías a ser una *influencer* en una plataforma como *TikTok*?

La entrevistada señala la importancia de estar informado y alerta a los cambios en el entorno, destacando que la inteligencia y la astucia permiten reconocer las transformaciones. Describe cómo, en algún momento, le hablaron de *TikTok,* una plataforma que emergía y llamaba la atención a nivel mundial, aproximadamente en 2018-2019. Su comentario sugiere una postura receptiva hacia las innovaciones y un interés en comprender las tendencias emergentes en el ámbito digital, evidenciando una actitud proactiva hacia los cambios en la tecnología y la cultura digital.

Para la pregunta N°8: ¿Tuvo usted formación en el uso de los medios digitales?

La entrevistada reconoce su aprendizaje inicial en el uso de medios digitales, admitiendo que al principio no tenía formación específica en este campo. Destaca que se asesoró con jóvenes, reconociendo su habilidad para entender y manejar estas herramientas de forma ágil. Sugiere que esta colaboración y asesoramiento con personas más jóvenes pudo ser un factor relevante en su adaptación al entorno digital y, posiblemente, en su éxito. Además, describe un proceso de aprendizaje autodidacta basado en la práctica diaria y la búsqueda activa de información en internet cuando encontraba conceptos o herramientas desconocidas, demostrando su disposición para explorar y aprender por sí misma.

Para la pregunta N°9: ¿Cómo ha influido su participación en medios digitales para participar en nuevos proyectos para su carrera?

La entrevistada mencionó que su incursión en los medios digitales ha sido un factor que influyó en su éxito y le ha permitido involucrarse en nuevos proyectos para su carrera. Atribuye parte de su éxito a esta incursión en plataformas digitales, destacando que gracias a esto pudo participar en una nueva serie y en otros proyectos adicionales.

Para la pregunta N°10: ¿Cómo ha sido la percepción y recepción del público a estos nuevos roles desempeñados por usted?

La entrevistada mencionó que la percepción del público hacia sus nuevos roles ha sido diversa. Destacó la existencia de críticas y señalamientos por parte de algunos, así como la presencia de una "generación de cristal" que se ofende fácilmente por lo que se publica en las redes. Sin embargo, resaltó que la mayoría del público es positivo y suele apoyar las cosas positivas que realiza.

5.4 Tabla N°4 Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a experto informante (instrumento N°II)

Tabla N°4. Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de entrevista a experto informante (instrumento N°II)

Nº Pregunta	Entrevistado (Helena Rosas, productora de Televisión)
1.- ¿Qué factores políticos, sociales, económicos han venido afectando a la industria de la actuación nacional?	Así una de las cosas que sobre todo la parte económica pegó muy fuerte pero sin embargo hay como un renacer, luego vino la pandemia, la parte económica. Pero, sin embargo, yo siento que hay como un renacer, sobre todo aquí hay mucha gente que tiene ganas de salir adelante.
2.- ¿De qué modo la pandemia Covid-19 afectó a la industria de la actuación nacional?	Fue muchísimo. O sea, se paralizó todo mundialmente. Y el mundo del espectáculo más, por las multitudes, por todo lo que conlleva eso. Y eso, por supuesto, fue un bajón y una cantidad de cosas que se dejaron de hacer. Y entramos en como un letargo, que no sabíamos qué pasaba, porque esto nos agarró a todos. ¿Qué pasaba? ¿Qué pasaría? ¿Y si volveríamos a estar? Te hablo en todos los niveles. Y, por supuesto, el mundo del espectáculo fue muy afectado.

3.- ¿Qué tipos de producciones se están realizando en el país?	Bueno de producciones, yo creo que hay muchas. O sea, ahorita espectáculos lo has visto que han venido casi todos los conciertos del mundo. En la actuación, pues por lo menos aquí, ya se empezaron a hacer por lo menos dos, una novela que se hizo reciente y en otros canales, me imagino que se están haciendo. Pues, yo creo que ya no; es como cuando renace el ave fénix, volvemos y con muchas ganas.
4.- ¿Cómo se han adaptado los productores a los nuevos roles de los artistas?	Sí, por supuesto que las redes sociales en este momento han servido de mucho porque son un medio de comunicación que tenemos para enterarnos de las cosas y la gente que le gusta ventilar su vida, pues lo hace a través de eso, y la gente que quiere promocionar sus espectáculos también lo hace a través de las redes. Claro que las redes han influenciado las cosas, pero todavía siguen mandando la televisión y la radio, en eso no hay vuelta atrás.
5.- ¿La no existencia de producciones nacionales ha sido unas de las causas que ha promovido la reinvención de los artistas venezolanos?	Sí Señor, ha promovido la reinvención de los artistas, porque como pueden ver hay muchos artistas que se han puesto a hacer microteatro, hacen mini conciertos, hacen una cantidad de cosas, que pues antes no se veían, pues porque no tenían la necesidad de eso.
6.- ¿Cómo ha sido su proceso de adaptación como productor ante estos cambios?	Bueno, aquí estamos, imagínate tú de un programa que tiene 52 años, que va a cumplir 52 años. Como todo hemos tenido altibajos, por supuesto estuvimos saliendo grabados año y medio, porque era muy fuerte el

	regreso, y el regreso gracias a Dios fue muy bien, fue aceptado por el público.
7.- ¿Qué tipo de producciones realiza usted?	Lo que estás viendo. Nosotros venimos de hacer un programa masivo en julio, que no se había hecho hace muchos años, una de multitudes en la Plaza Caracas. *Sábado Sensacional* todos los sábados y que venimos de hacer la *Orquídea* en Maracaibo, que no se hacía desde hace 11 años, yo creo que eso ya es un gran logro.
8.- ¿Ha formado parte de alguna alianza para enfrentar las adversidades que presenta la industria de la actuación?	Lo que hemos hecho se ha hecho aquí en el canal, que nos hemos unido todos los equipos de producción, pues para sacar adelante y apoyarnos unos a otros.
9.- ¿Qué nuevas actividades o proyectos ha realizado como productor dentro del marco de la crisis?	Bueno, el que te acabo de comentar, el de *La Orquídea* fue un logro, después de 11 años de no poder hacer por crisis, se logró hacer el 11 de noviembre y llenar una plaza de toros de 3.000, de 7.000 personas con una movilización de un equipo de 100 personas para llamar a calle.
10.- ¿Cree que exista la posibilidad de un resurgir dentro de las producciones nacionales en los canales de televisión y teatros?	Ya se está dando, este año empezó a darse.

11.- ¿Usted considera que la percepción y recepción del público es positiva ante los nuevos roles que han tenido que asumir los artistas?	Sí es positiva, a ellos les va bien. Eso depende para que lo uses, si tú lo usas para algo positivo se te va a dar algo positivo, si no, no.

Fuente: Entrevista con la productora Helena Rosas, experto informante (2024)

5.5 Interpretación de resultados de la matriz descriptora, a partir del instrumento N°II

Para la pregunta N°1: ¿Qué factores políticos, sociales, económicos han venido afectando a la industria de la actuación nacional?

La entrevistada mencionó que los factores económicos han afectado de manera significativa la industria de la actuación, seguidos por el impacto de la pandemia. A pesar de estos desafíos, percibe una especie de resurgimiento, destacando que hay una parte de la población con deseos de progresar y salir adelante.

Para la pregunta N°2: ¿De qué modo la pandemia Covid-19 afectó a la industria de la actuación nacional?

La entrevistada explicó que la pandemia Covid-19 generó un impacto considerable en la industria de la actuación, tanto a nivel nacional como mundial. Destacó que la paralización de eventos masivos y espectáculos fue especialmente drástica en este sector, lo que llevó a una suspensión generalizada de actividades. Describió el período posterior al inicio de la pandemia como un estado de incertidumbre y letargo, con una falta de claridad sobre el futuro y la posibilidad de regresar a la normalidad. Esta situación afectó significativamente a todas las áreas del mundo del espectáculo.

Para la pregunta N°3: ¿Qué tipos de producciones se están realizando en el país?

La entrevistada señaló que actualmente se están realizando diversas producciones en el país. Hizo referencia a la presencia de numerosos

espectáculos, incluyendo conciertos de artistas reconocidos a nivel internacional. En cuanto a la actuación, mencionó que ya se han iniciado al menos dos producciones, una novela reciente, y supone que en otros canales también se están llevando a cabo este tipo de proyectos. Utilizó la metáfora del ave fénix para expresar un sentimiento de resurgimiento y entusiasmo en la industria, sugiriendo un renacer y una renovada energía en el ámbito de la actuación.

Para la pregunta N°4: ¿Cómo se han adaptado los productores a los nuevos roles de los artistas?

La entrevistada mencionó que los productores han encontrado utilidad en las redes sociales como medio de comunicación. Destacó el papel significativo que desempeñan estas plataformas para mantenerse informados y para aquellos que desean compartir aspectos de su vida. Además, señaló que las redes sociales también se utilizan para promocionar espectáculos y eventos. Sin embargo, enfatizó que la televisión y la radio siguen siendo medios predominantes y decisivos en la industria del entretenimiento, indicando que su influencia sigue siendo fundamental y no hay marcha atrás en ese sentido.

Para la pregunta N°5: ¿La no existencia de producciones nacionales ha sido unas de las causas que ha promovido la reinvención de los artistas venezolanos?

La respuesta de la entrevistada sugiere que la falta de producciones nacionales ha promovido la reinvención de los artistas venezolanos. Señaló que muchos artistas han optado por otras alternativas como el microteatro, mini conciertos y diversas actividades que antes no eran tan comunes. Esta situación parece haber impulsado la creatividad y la exploración de nuevas formas de expresión debido a la necesidad surgida por la ausencia de producciones habituales.

Para la pregunta N°6: ¿Cómo ha sido su proceso de adaptación como productor ante estos cambios?

La entrevistada indicó que el proceso de adaptación como productora ha tenido sus desafíos y altibajos. Mencionó un programa con una larga trayectoria de 52 años (*Sábado Sensacional*), destacando que atravesaron momentos difíciles, como el periodo en el que transmitieron grabaciones durante un año y medio, seguido de un regreso que fue exitoso y bien recibido por el público. Esto sugiere un proceso de adaptación marcado por retos, pero también por una aceptación positiva después de un tiempo fuera del aire.

Para la pregunta N°7: ¿Qué tipo de producciones realiza usted?

La entrevistada destacó la diversidad de producciones que ha realizado, mencionando un programa masivo en la Plaza Caracas, una presentación de *Sábado Sensacional* todos los sábados y la realización de *La Orquídea* en Maracaibo luego de 11 años. Este repertorio de eventos refleja una variedad de producciones de gran escala, desde espectáculos masivos hasta eventos más específicos, sugiriendo una versatilidad en el trabajo y un logro significativo en la revitalización de estos programas.

Para la pregunta N°8: ¿Ha formado parte de alguna alianza para enfrentar las adversidades que presenta la industria de la actuación?

La entrevistada indicó que ha participado en esfuerzos colaborativos dentro del canal, uniendo a todos los equipos de producción para apoyarse mutuamente y enfrentar las adversidades que se presentan en la industria de la actuación. Este tipo de alianzas y cooperación entre los equipos internos resalta la importancia del trabajo en equipo y la solidaridad para superar los desafíos en este ámbito.

Para la pregunta N°9: ¿Qué nuevas actividades o proyectos ha realizado como productor dentro del marco de la crisis?

La entrevistada comentó que uno de los logros más significativos en medio de la crisis fue la realización de un evento en específico, *La Orquídea*, que no se llevaba a cabo desde hace 11 años debido a la crisis. Este evento logró llenar una plaza de toros con 7.000 personas y movilizó a un equipo de aproximadamente 100 personas. Este proyecto fue destacado por su capacidad para convocar a una gran audiencia y movilizar recursos considerables a pesar del contexto de crisis en el que se desarrolló.

Para la pregunta N°10: ¿Cree que exista la posibilidad de un resurgir dentro de las producciones nacionales en los canales de televisión y teatros?

La entrevistada indicó que ya se están dando indicios de un resurgimiento en las producciones nacionales, mencionando que este año ya ha comenzado a observarse ese resurgimiento. Esta respuesta sugiere una visión optimista o un reconocimiento de una tendencia positiva hacia una mayor actividad en la producción nacional en los canales de televisión y teatros.

Para la pregunta N°11: ¿Usted considera que la percepción y recepción del público es positiva ante los nuevos roles que han tenido que asumir los artistas?

La entrevistada considera que la percepción y recepción del público es positiva hacia los nuevos roles asumidos por los artistas. Sin embargo, enfatiza que el resultado depende de cómo se utilicen esos roles; si se usan de manera positiva, se recibirá una respuesta positiva, pero si no, la respuesta no será favorable. Esta perspectiva enfatiza la importancia de la intención y el uso de esos roles en la respuesta del público.

5.6 Interpretación de resultados a partir de la encuesta en línea Google Forms (instrumento N°III)

Pregunta 1

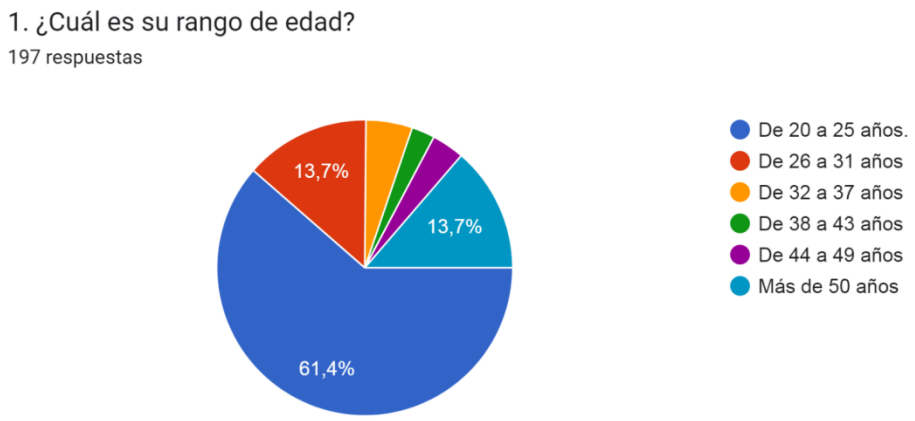


Gráfico N°1. *Rango de edad*

197 personas respondieron, de las cuales:

121 personas (61.4%) se encuentran en el rango de edad de 20 a 25 años; 27 personas (13.7%) están en el grupo de 26 a 31 años; 10 personas (5.1%) se ubican en el rango de 32 a 37 años; 5 personas (2.5%) corresponden al grupo de 38 a 43 años; 7 personas (3.6%) están en el rango de 44 a 49 años; y por último; 27 personas (13.7%) se encuentran en el grupo de más de 50 años.

Estos datos indican que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de 20 a 25 años, con 121 personas, representando el 61.4% del total de participantes. A continuación, se observa una presencia significativa tanto en el

grupo de más de 50 años como en el grupo de 26 a 31 años, ambos con un 13.7% del total.

En contraste, los grupos intermedios de edades tienen una representación menor en la encuesta, oscilando entre el 2.5% y el 5.1% del total de participantes.

En resumen, la mayoría de los encuestados se concentran en el grupo de 20 a 25 años, seguido por una presencia igualmente considerable tanto en el grupo de más de 50 años como en el grupo de 26 a 31 años. Los grupos de edades intermedias tienen una representación menor en la muestra.

Pregunta 2

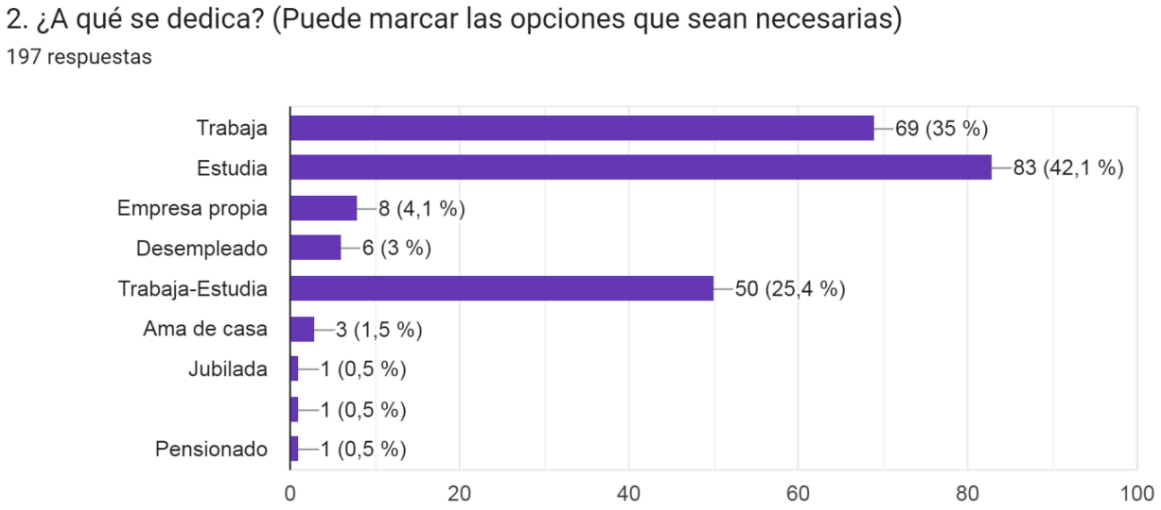


Gráfico N°2. *Ocupación*

197 personas respondieron, de las cuales:

69 personas (35%) se dedican a trabajar; 83 personas (42.1%) del total estudian; 8 personas (4.1%) tienen una empresa propia; 6 personas (3%) se encuentran desempleadas; 50 personas (25.4%) trabajan y estudian; 3 personas (1,5%) son ama de casa; 1 persona (0.5%) es jubilada; y por último; 1 persona (0.5%) es pensionada.

En resumen, la muestra presenta una diversidad de ocupaciones. Las más comunes son el estudio y el trabajo, mientras que otras ocupaciones tienen representaciones menores en la encuesta. Las categorías menos frecuentes en la encuesta son ama de casa, jubilado y pensionado, cada una representando menos del 2% del total de encuestados.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Pregunta 3

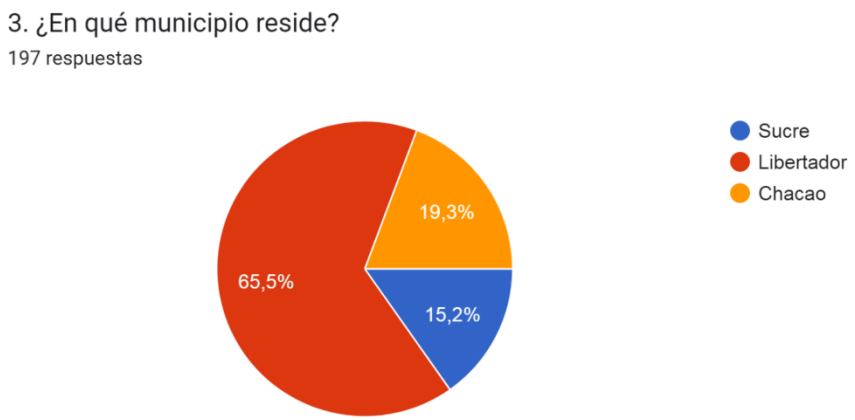


Gráfico N°3. *Municipio de residencia*

197 personas respondieron, de las cuales:

30 personas (15.2%) residen en el municipio Sucre; 129 personas (65.5%) residen en el municipio Libertador y 38 personas (19.3%) residen en el municipio Chacao.

Estos datos reflejan la distribución de los encuestados según su municipio de residencia. La mayoría, un 65.5%, reside en el municipio Libertador, seguido por el municipio Chacao con un 19.3%.

El municipio Sucre tiene la menor representación en la encuesta, con un 15.2% de los encuestados.

En resumen, la muestra tiene una predominancia significativa de residentes en el municipio Libertador, seguido por Chacao, mientras que el municipio Sucre tiene una representación menor en la encuesta.

Pregunta 4

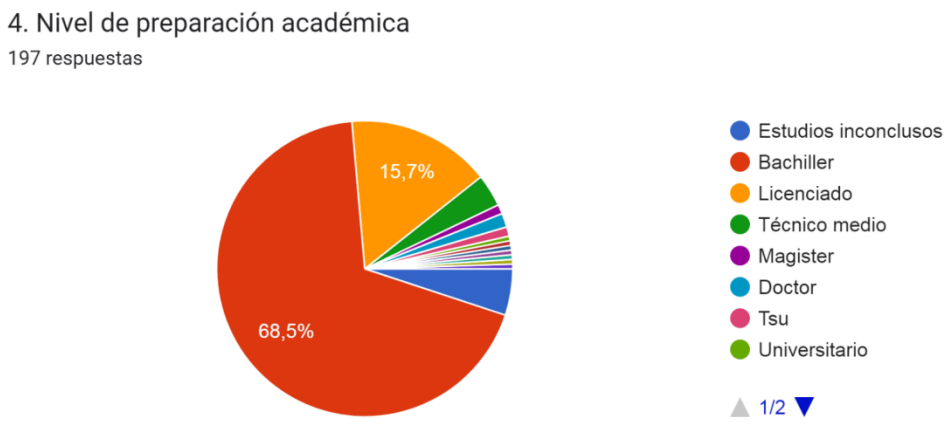


Gráfico N°4. *Nivel de preparación académica*

197 personas respondieron, de las cuales:

136 personas (69%) son bachilleres; 31 personas (15.7%) son licenciados; 10 personas (5.1%) tienen estudios inconclusos; 7 personas (3.6%) son técnicos medios; 2 personas (1%) son magíster; y por último; 3 personas (1.5%) son doctores.

Estos resultados muestran la distribución del nivel de preparación académica entre los encuestados. La mayoría, un 69%, son bachilleres, seguido por los licenciados con un 15.7%.

Las categorías de estudios inconclusos, técnico medio, magíster y doctor tienen representaciones menores, entre el 1% y el 5.1%, respectivamente, del total de encuestados.

Asimismo, en relación con la alternativa OTRA incluida en la pregunta sobre el nivel académico, es aconsejable consultar la siguiente tabla que muestra las respuestas recopiladas de esa opción específica:

Tabla N°5. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 4

N° de personas	**Respuestas**
4 (2%)	TSU
1 (0.5%)	Electricista
1 (0.5%)	Especialista en Ingeniería Estructural
1 (0.5%)	Especialista en Gerencia Educativa
1 (0.5%)	Abogado

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 4 del instrumento N° III

Se registraron 4 personas (2%) con educación de nivel técnico superior universitario (TSU). Además, se identificaron otras especializaciones y campos educativos, como electricista, especialista en Ingeniería Estructural, especialista en Gerencia Educativa y Abogado, cada uno representando un 0.5% de las respuestas respectivamente.

Pregunta 5

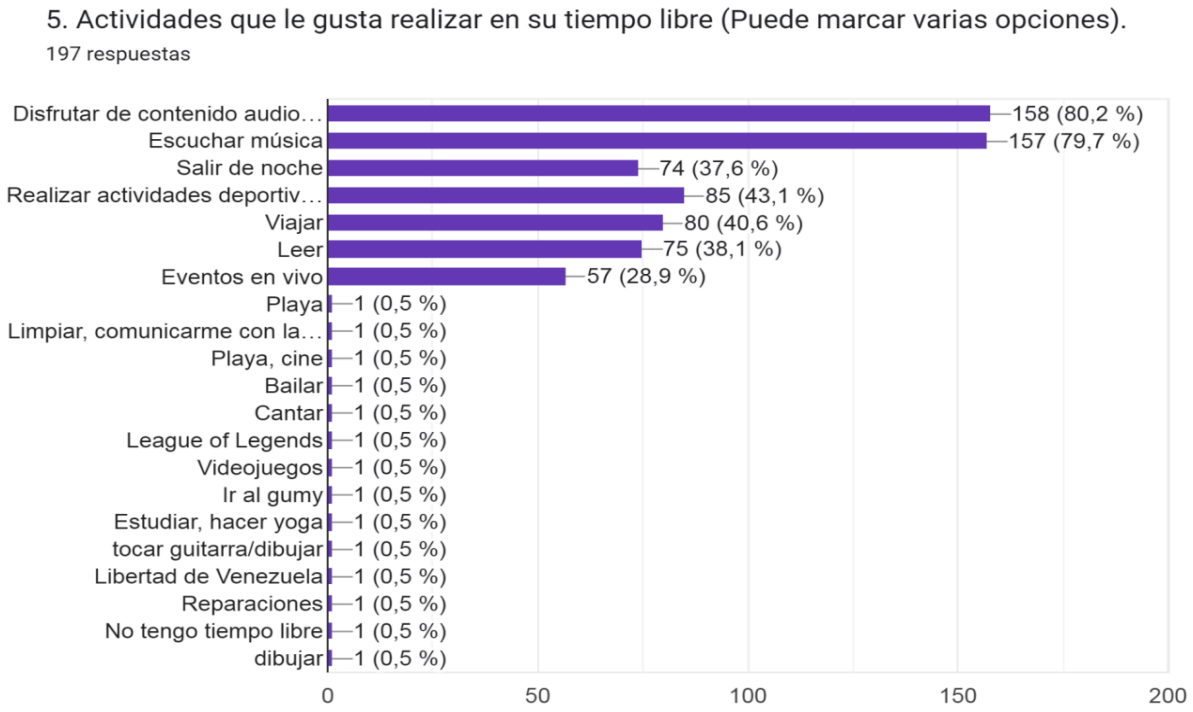


Gráfico N°5. *Actividades de preferencia en el tiempo libre*

197 personas respondieron, de las cuales:

158 personas (80.2%) disfrutan de contenido audiovisual (Series, Películas, Telenovelas); 157 personas (79.7%) escuchan música en su tiempo libre; 74 personas (37.6%) salen de noche en su tiempo libre; 85 personas (43.1%) realizan actividades deportivas; 80 personas (40.6%) disfrutan de viajar; 75 personas (38.1%) leen y 57 personas (28.9%) disfrutan de eventos en vivo.

Estos resultados reflejan las actividades preferidas por los encuestados en su tiempo libre. La mayoría, un 80.2%, disfruta de contenido audiovisual, seguido muy de cerca por aquellos que escuchan música con un 79.7%.

Otras actividades como realizar actividades deportivas, viajar, leer y disfrutar de eventos en vivo tienen representaciones significativas, oscilando entre el 28.9% y el 43.1% del total de encuestados.

En resumen, la muestra presenta una variedad de preferencias en las actividades de ocio, siendo las más comunes el disfrute de contenido audiovisual y escuchar música, seguidas por otras actividades que tienen representaciones considerables en la encuesta.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Asimismo, con respecto a la alternativa OTRA dentro de la pregunta, se recabaron las siguientes respuestas por parte de los encuestados:

Tabla N°6. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 5

N° de personas	**Respuestas**
1 (0.5%)	Playa
1 (0.5%)	Limpiar y comunicarme con la gente
1 (0.5%)	Playa, cine
1 (0.5%)	Bailar
1 (0.5%)	Cantar
1 (0.5%)	*League of legends*
1 (0.5%)	Videojuegos
1 (0.5%)	Ir al *gym*

1 (0.5%)	Estudiar, hacer yoga
1 (0.5%)	Tocar guitarra, dibujar
1 (0.5%)	Libertad de Venezuela
1 (0.5%)	Reparaciones
1 (0.5%)	No tengo tiempo libre
1 (0.5%)	Dibujar

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 5 del instrumento N° III

Entre las respuestas de la opción OTRA, se observa una diversidad notable en las actividades preferidas durante el tiempo libre, cada una representando un 0.5% de las respuestas. Estas actividades abarcan ir a la playa, limpiar y comunicarse con la gente, ver cine, bailar, cantar, jugar *League of Legends* y otros videojuegos, ir al gimnasio, estudiar y hacer yoga, tocar guitarra, dibujar, manifestar por la libertad de Venezuela, realizar reparaciones, dedicar tiempo al dibujo, y en un caso, indicando la falta de tiempo libre. Estos datos reflejan una amplia gama de intereses y pasatiempos que muestran una diversidad de actividades recreativas, artísticas, deportivas y compromisos cívicos, cada una con un 0.5% de representación en las respuestas.

Pregunta 6

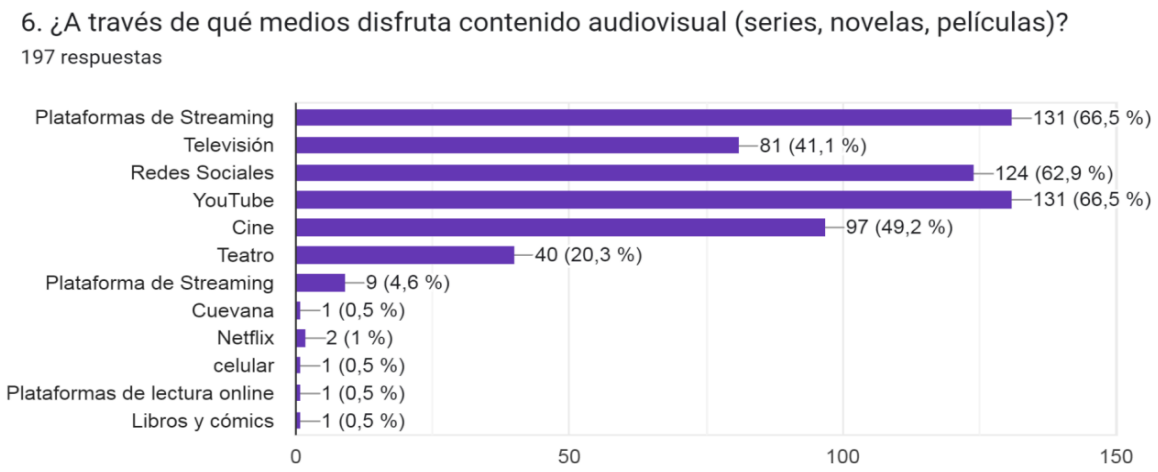


Gráfico N°6. *Medios usados para disfrutar contenido audiovisual*

197 personas respondieron, de las cuales:

142 personas (72.1%) disfrutan de contenido audiovisual a través de plataformas de *streaming*; 81 personas (41.1%) optan por la televisión; 124 personas (62.9%) consumen contenido por medio de las redes sociales; 131 personas (66.5%) utilizan *YouTube*; 97 personas (49.2%) prefieren el cine y 40 personas (20.3%) disfrutan del contenido a través del teatro.

Estos resultados muestran los medios más utilizados por los encuestados para disfrutar de contenido audiovisual. La mayoría, un 72.1%, prefiere las plataformas de *streaming*, seguido por el uso de *YouTube* con un 66.5% y las redes sociales con un 62.9%.

La televisión y el cine también tienen una representación significativa, con un 41.1% y un 49.2% respectivamente, mientras que el teatro es el medio menos utilizado, con un 20.3%.

Estos resultados reflejan cómo la sociedad venezolana ha adoptado las plataformas de *streaming*, redes sociales y *YouTube* como medios principales para acceder a contenido audiovisual, mostrando una evolución en los hábitos de consumo de entretenimiento en el país.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Por otra parte, en referencia a la opción OTRA dentro de la pregunta, se obtuvieron las siguientes respuestas por parte de los encuestados:

Tabla N°7. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 6

N° de personas	**Respuestas**
1 (0.5%)	Cuevana
1 (0.5%)	Celular
1 (0.5%)	Plataformas de lectura online
1 (0.5%)	Libros y cómics

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 6 del instrumento N° III

Dentro de la opción OTRA para consumir contenido audiovisual, se incluyen el uso de plataformas específicas como Cuevana, visualización a través del celular, acceso a plataformas de lectura en línea y la preferencia por libros y cómics. Estos resultados reflejan una diversidad en las preferencias de consumo de contenido audiovisual, desde plataformas en línea hasta medios más tradicionales como libros y cómics, cada uno representando un 0.5% de las respuestas recopiladas en alternativa OTRA.

Pregunta 7

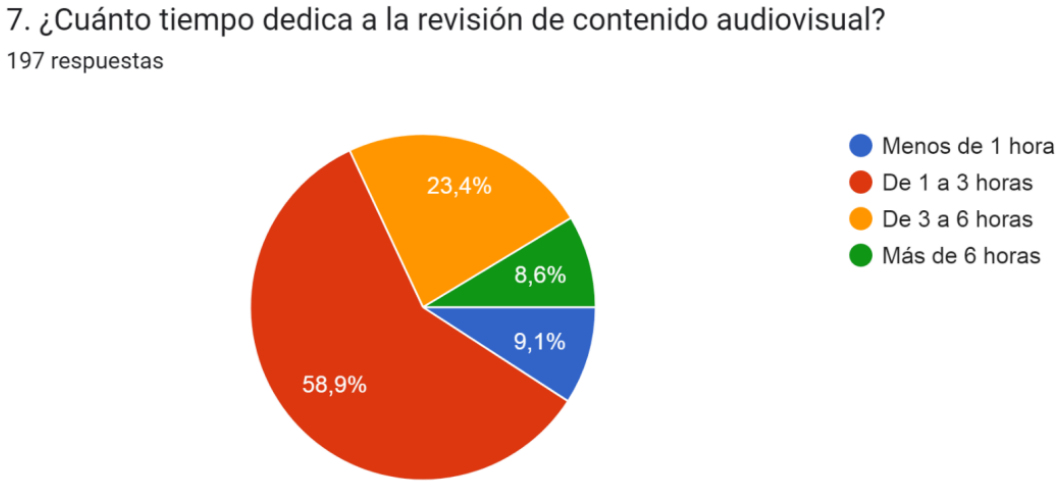


Gráfico N°7. *Tiempo dedicado a la revisión de contenido audiovisual*

197 personas respondieron, de las cuales:

18 personas (9.1%) dedican menos de una hora a la revisión de contenido audiovisual; 116 personas (58.9%) dedican de 1 a 3 horas; 46 personas (23.4%) dedican de 3 a 6 horas y 17 personas (8.6%) dedican más de 6 horas.

Estos resultados revelan el tiempo que los encuestados dedican a revisar contenido audiovisual. La mayoría, un 58.9%, invierte de 1 a 3 horas en este tipo de entretenimiento.

Un porcentaje significativo, aunque menor, está dividido entre aquellos que destinan menos de una hora y los que dedican de 3 a 6 horas, con un 9.1% y un 23.4% respectivamente. Solo un 8.6% de los encuestados dedica más de 6 horas a la revisión de contenido audiovisual.

Estos datos sugieren que la mayoría de los encuestados destinan un tiempo moderado, entre 1 y 3 horas, a la revisión de contenido audiovisual, mientras que

una proporción menor dedica más tiempo o mucho menos tiempo a estas actividades de entretenimiento.

Pregunta 8

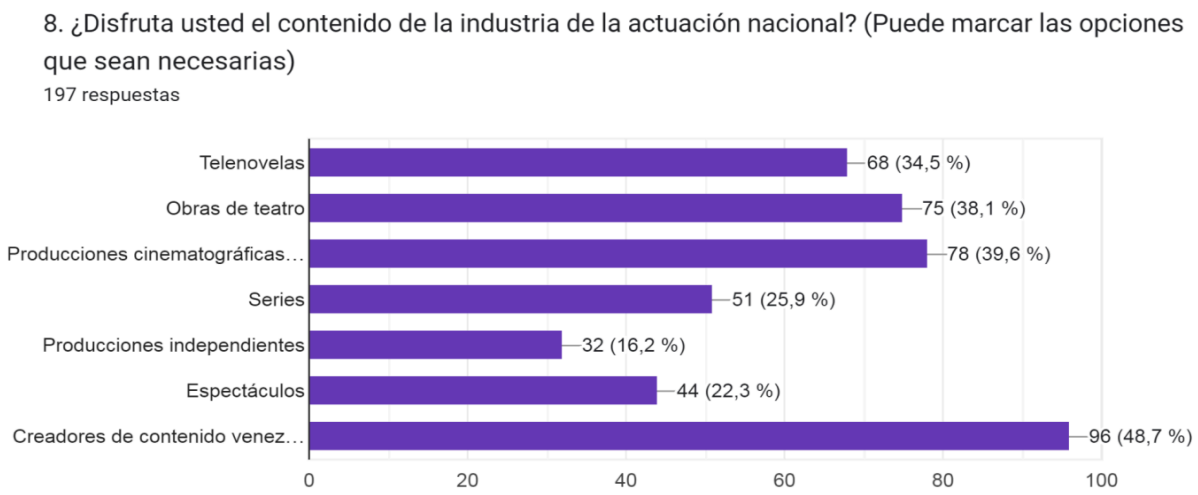


Gráfico N°8. *Disfrute del contenido de la industria de la actuación nacional*

197 personas respondieron, de las cuales:

68 personas (34.5%) disfrutan de la producción de telenovelas venezolanas; 75 personas (38.1%) disfrutan de las obras de teatro producidas en el país; 78 personas (39.6%) disfrutan las producciones cinematográficas nacionales; 51 personas (25.9%) disfrutan las series venezolanas; 32 personas (16.2%) disfrutan las producciones independientes nacionales; 44 personas (22.3%) disfrutan de los espectáculos nacionales y 96 personas (48.7%) disfrutan del contenido de creadores venezolanos en las redes sociales.

Estos resultados reflejan la receptividad del público hacia diferentes vertientes de la industria de la actuación nacional en Venezuela:

- El contenido de los creadores venezolanos en las redes sociales es excepcionalmente valorado, con un total de 96 personas (48.7%) mostrando un alto nivel de disfrute y aprecio por este tipo de contenido. Este alto porcentaje resalta un interés notable y una fuerte preferencia por el material producido por creadores venezolanos en plataformas digitales,

demostrando una conexión significativa y un apego particular a este contenido dentro del espectro del entretenimiento nacional.

- Las producciones cinematográficas y obras de teatro tienen una receptividad destacada, siendo valoradas por un 39.6% y un 38.1% respectivamente.
- Las telenovelas y las series también tienen una representación considerable, siendo apreciadas por un 34.5% y un 25.9% respectivamente.
- Las producciones independientes y los espectáculos nacionales tienen una menor representación en términos de disfrute, con un 16.2% y un 22.3% respectivamente.

Los datos demuestran una diversidad en el grado de disfrute del contenido de la industria de la actuación nacional en Venezuela, resaltando especialmente el alto interés y la fuerte preferencia por el contenido de los creadores venezolanos en redes sociales, mientras que otras áreas tienen una representación menor en el gusto del público.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Pregunta 9

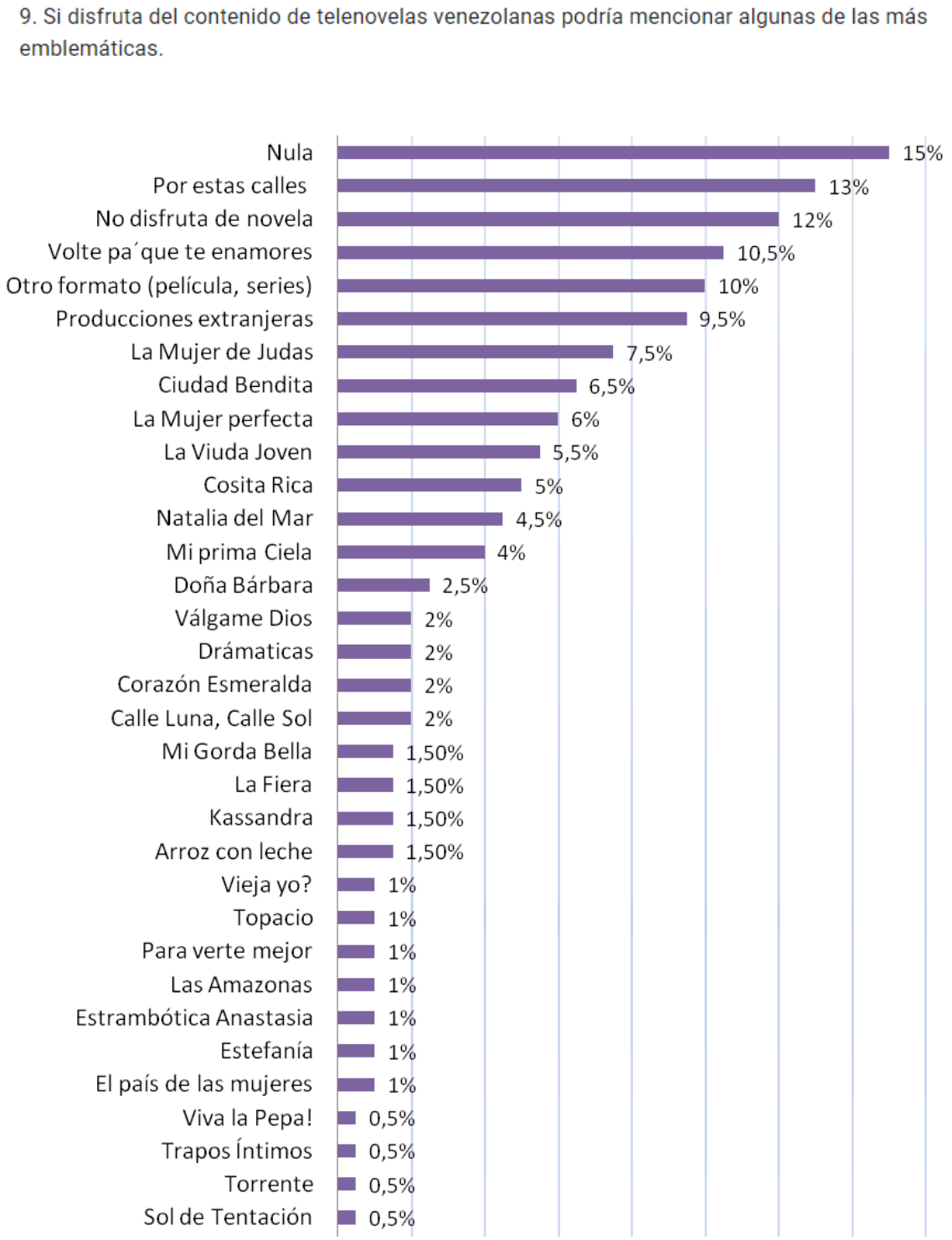
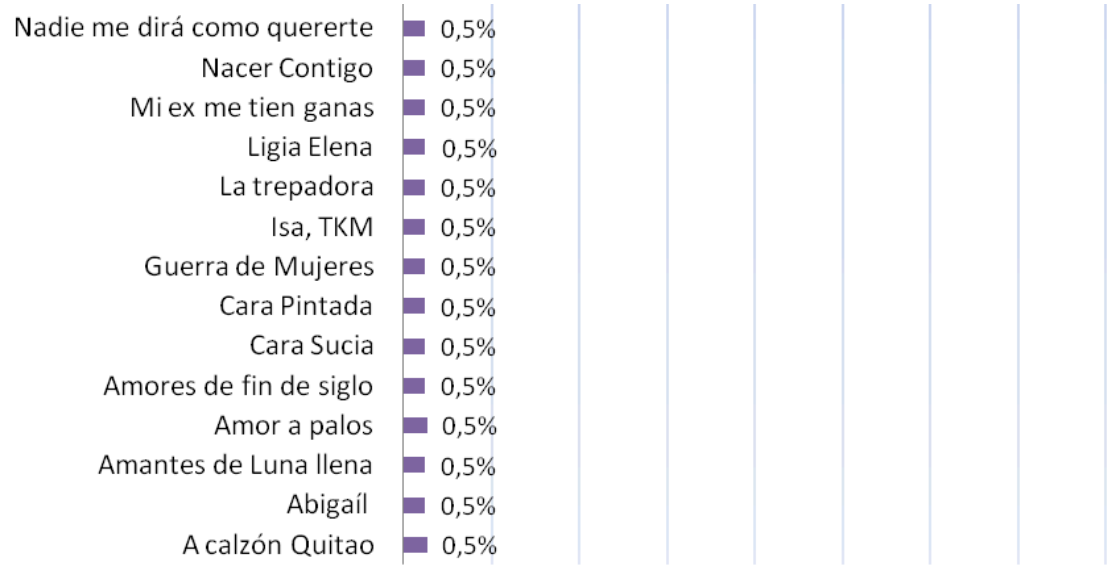


Gráfico N°9. *Tabulación de producciones emblemática*

Continuación del Gráfico N°9.



197 personas respondieron, de las cuales:

1 persona mencionó *A Calzón Quitao* (0,5%) como una producción emblemática, al igual que *Abigaíl* (0,5%), *Amantes de Luna llena* (0,5%), *Amor a Palos* (0,5%), *Amores de fin de siglo* (0,5%), *Cara Sucia* (0,5%), *Cara Pintada* (0,5%), *Guerra de Mujeres* (0,5%), *Isa TKM* (0,5%), *La Trepadora* (0,5%), *Ligia Elena* (0,5%), *Mi ex me tiene ganas* (0,5%), *Nacer Contigo* (0,5%), *Nadie me dirá como quererte* (0,5%), *Sol de Tentación* (0,5%), *Torrente* (0,5%), *Trapos Íntimos* (0,5%) y *Viva la Pepa!* (0,5%). 2 personas mencionaron a *El país de las mujeres* (1%), de igual forma a *Estefanía* (1%), *Estrambótica Anastasia* (1%), *Las Amazonas* (1%), *Para Verte mejor* (1%), *Topacio* (1%) y *Vieja Yo?* (1%).

Por otra parte, 3 personas señalaron a *Arroz con leche* (1,5%), dentro de esta categoría de 3 menciones también se encuentran las telenovelas *Kassandra* (1,5%), *La Fiera* (1,5%), *Mi Gorda Bella* (1,5%). Las producciones que recibieron 4 menciones fueron *Calle Luna Calle Sol* (2%), *Corazón Esmeralda* (2%), *Dramáticas* (2%) y *Válgame Dios* (2%).

Doña Bárbara fue señalada por 5 personas (2,5%) como una producción emblemática nacional; *Mi Prima Ciela* tiene 8 menciones (4%), *Natalia del Mar* 9 (4,5%), *Cosita Rica* 10 (5%), *La Viuda Joven* 11 (5,5%), *La Mujer perfecta* 12 (6%), *Ciudad Bendita* 13 (6.5%), *La Mujer de Judas* 15 (7,5%), *Voltea Pa´que te enamores* 21 (10,5%) y *Por estas Calles* 26 (13%).

Es importante destacar, que hubo encuestados que realizaron respuestas sin ninguna relación directa o indirecta con la pregunta, por lo que los investigadores seleccionaron estas respuestas como *Nulas,* hubo 30 respuestas (15%) en esta categorías; también, las personas mencionaron *Producciones extranjeras* 19 (9,5%), producciones en *Otro formatos (películas, series)* 20 (10%), 24 encuestados señalaron que *No disfrutan de telenovelas* (12%).

Un aspecto fundamental a tener en cuenta es que los resultados y porcentajes no están con base al de la muestra total, debido a que en esta pregunta los encuestados podían indicar varías respuestas. Al igual, es primordial indicar que los resultados fueron tabulados por parte de los investigadores a través de la herramienta de *Excel.*

Estos resultados extraídos a través de la tabulación realizada por los investigadores indica que la producción más emblemática según la muestra es *Por estas calles* con 26 menciones (13%), seguido por *Voltea Pa´que te Enamores* con 21 (10,5%). Entre el rango de 10 a 15 menciones se posicionaron las producciones de *La Mujer de Judas*, *Ciudad Bendita*, *La Mujer Perfecta*, *La Viuda Joven* y *Cosita Rica*.

Las producciones que obtuvieron menos de 10 menciones representan el 41% de las menciones; sin embargo, existe una mayor cantidad de telenovelas mencionadas (36): *A Calzón Quitao*, *Abigaíl*, *Amantes de Luna llena*, *Amor a Palos*, *Amores de fin de siglo*, *Cara Sucia*, *Cara Pintada*, *Guerra de Mujeres*, *Isa TKM*, *La Trepadora*, *Ligia Elena*, *Mi ex me tiene ganas*, *Nacer Contigo*, *Nadie me dirá como quererte*, *Sol de Tentación*, *Torrente*, *Trapos Íntimos*, *Viva la Pepa!*, *El país de las mujeres, Estefanía*, *Estrambótica Anastasia*, *Las Amazonas*, *Para*

Verte mejor, *Topacio*, *Vieja Yo?*, *Arroz con leche, Kassandra, La Fiera, Mi Gorda Bella, Calle Luna Calle Sol, Corazón Esmeralda, Dramáticas, Válgame Dios, Doña Bárbara, Mi Prima Ciela* y *Natalia del Mar*. Por lo tanto, se puede inferir que la muestra posee un amplio conocimiento de diversas producciones que marcaron distintas épocas dentro de la industria nacional de la actuación.

Pregunta 10

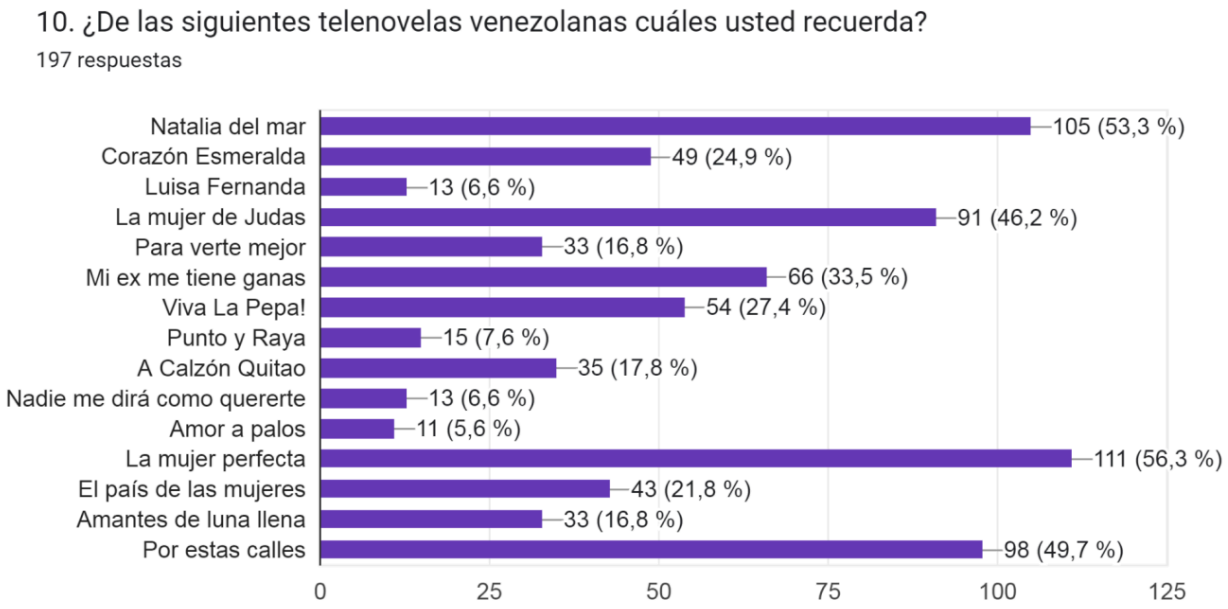


Gráfico N°10. *Telenovelas nacionales recordadas*

197 personas respondieron, de las cuales:

105 personas (53.3%) recuerdan la telenovela *Natalia del Mar*; 49 personas (24.9%) recuerdan la telenovela *Corazón Esmeralda*; 13 personas (6.6%) recuerdan la telenovela *Luisa Fernanda*; 91 personas (46.2%) recuerdan la telenovela *La Mujer de Judas*; 33 personas (16.8%) recuerdan la telenovela *Para Verte Mejor*; 66 personas (33.5%) recuerdan la telenovela *Mi Ex Me Tiene Ganas*; 54 personas (27,4%) recuerdan la telenovela *Viva La Pepa*; 15 personas (7.6%) recuerdan la telenovela *Punto y Raya*; 35 personas (17.8%) recuerdan la telenovela *A Calzon Quitao*; 13 personas (6.6%) recuerdan la telenovela *Nadie Me Dirá Cómo Quererte*; 11 personas (5.6%) recuerdan la telenovela *Amor a Palos*; 111 personas (56.3%) recuerdan la telenovela *La Mujer Perfecta*; 43 personas (21.8%) recuerdan la telenovela *El País de las Mujeres*; 33 personas

(16.8%) recuerdan la telenovela *Amantes de Luna Llena* y 98 personas (49.7%) recuerdan la telenovela *Por Estas Calles*.

En términos de remembranza, los resultados revelan que algunas telenovelas venezolanas son más recordadas que otras entre los encuestados. Destacan La *Mujer Perfecta* y *La Mujer de Judas*, con un porcentaje de remembranza del 56.3% y 46.2% respectivamente, siendo dos de las más reconocidas. *Natalia del Mar* y *Por Estas Calles* también tienen un nivel significativo de remembranza, con un 53.3% y 49.7% respectivamente.

Por otro lado, algunas producciones como *Punto y Raya*, *Nadie Me Dirá Cómo Quererte*, y *Amantes de Luna Llena* muestran niveles de recordación más bajos, siendo mencionadas por un porcentaje menor de encuestados, oscilando entre el 5.6% y el 16.8%.

Asimismo, la diversidad en los porcentajes de remembranza puede reflejar la variedad de gustos y preferencias dentro del público. Cada telenovela podría haber resonado más con ciertos segmentos demográficos o generacionales, demostrando cómo estas producciones se convierten en parte del tejido cultural de una sociedad, a veces de manera selectiva según las experiencias individuales.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Pregunta 11

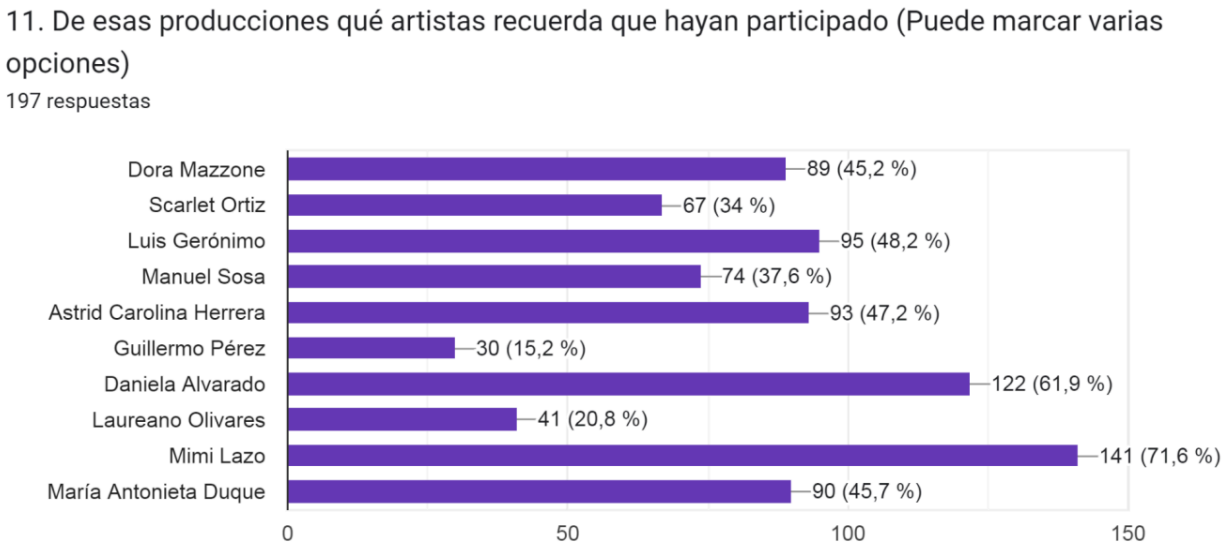


Gráfico N°11. *Artistas recordados en las producciones de telenovelas*

197 personas respondieron, de las cuales:

89 personas (45.2%) recuerda la participación de Dora Mazzone en las producciones mencionadas en la pregunta 10; 67 personas (34%) recuerdan a Scarlet Ortiz; 95 personas (48.2%) recuerdan a Luis Gerónimo Abreu; 74 personas (37.6%) recuerdan a Manuel Sosa; 93 personas (47.2%) recuerdan a Astrid Carolina Herrera; 30 personas (15.2%) recuerdan a Guillermo Pérez; 122 personas (61.9%) recuerdan a Daniela Alvarado; 41 personas (20.8%) recuerdan a Laureano Olivares; 141 personas (71.6%) recuerdan a Mimi Lazo y 90 personas (45.7%) recuerdan a Maria Antonieta Duque.

Mimi Lazo es la artista más recordada, siendo mencionada por el 71.6% de los encuestados. Su presencia en estas producciones ha dejado una impresión duradera en la audiencia.

Otros artistas también han dejado una marca notable en la memoria del público, como Daniela Alvarado con un 61.9%, Astrid Carolina Herrera con un 47.2%, Dora Mazzone con un 45.2% y Maria Antonieta Duque con un 45.7%.

Por otro lado, Guillermo Pérez y Laureano Olivares han sido menos recordados, con un 15.2% y 20.8% respectivamente, lo que puede indicar una menor asociación del público con sus participaciones en estas producciones.

Estos resultados reflejan la importancia y el impacto de ciertos artistas en el ámbito de las telenovelas venezolanas, donde algunos nombres han dejado una impresión más duradera en la memoria colectiva que otros. Además, la remembranza de estos artistas puede estar vinculada a su influencia, carisma, contribución destacada a estas producciones y la presencia activa e interacción con su público a través de herramientas como las redes sociales, lo que ha dejado una huella perdurable en la audiencia.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Pregunta 12

Gráfico N°12. *Afectación por la crisis de la industria nacional de la actuación*

197 personas respondieron, de las cuales:

193 personas (98%) consideran que la industria nacional de la actuación venezolana se ha visto afectada por la crisis y 4 personas (2%) consideran que la crisis no ha afectado la industria.

Los resultados reflejan una percepción casi unánime entre los encuestados sobre el impacto de la crisis en la industria nacional de la actuación en Venezuela. Un abrumador 98% de las personas considera que esta industria ha sido afectada por la situación de crisis en el país, mientras que solo un 2% opina lo contrario.

Esta percepción masiva sugiere una clara conciencia y reconocimiento de las dificultades que ha enfrentado la industria de la actuación en Venezuela. La crisis nacional, con sus implicaciones económicas, sociales y culturales, ha dejado una marca profunda en varios sectores, y la industria de la actuación no ha sido la excepción.

Las dificultades económicas, la falta de recursos, la emigración de talento y profesionales, la limitación en la producción y distribución de contenidos, entre otros factores, han contribuido a este contundente consenso. Este escenario ha generado desafíos significativos para los actores, directores, productores y demás profesionales del ámbito actoral, impactando tanto en la cantidad como en la calidad de las producciones.

En resumen, la casi totalidad de los encuestados reconoce y percibe el impacto negativo de la crisis nacional en la industria de la actuación venezolana, subrayando la magnitud de los desafíos que enfrenta este sector en un contexto de dificultades generalizadas en el país.

Pregunta 13

Gráfico N°13. *Causas que han afectado a la industria de la actuación venezolana*

197 personas respondieron, de las cuales:

167 personas (84.8%) consideran que la causas que han afectado a la industria son Políticas; 180 personas (91.4%) consideran que las causas han sido económicas; 89 personas (45.2%) considera que las causas han sido sociales; 59 personas (29.9%) consideran que una de las causas ha sido debido a la salud (Covid-19) y 65 personas consideran que las causas que han afectado a la industria de la actuación venezolana han sido tecnológicas.

Un amplio 84.8% de los encuestados identifica las causas políticas como un factor clave. Esto puede referirse a regulaciones gubernamentales, censura, falta de apoyo estatal o incluso influencias políticas en la producción artística.

El 91.4% señala las dificultades económicas como una de las principales causas. La falta de inversión, la escasez de recursos financieros y la inflación han podido limitar significativamente la viabilidad y calidad de las producciones.

El 45.2% identifica causas sociales. Estas pueden abarcar cambios en las preferencias del público, la migración de talento o la inestabilidad social que ha afectado la industria.

Un 29.9% considera que la pandemia de Covid-19 ha tenido un impacto en la industria de la actuación. Las restricciones, la suspensión de producciones y las limitaciones en la interacción social han afectado significativamente la actividad artística.

El 32.9% considera las causas tecnológicas, lo que podría referirse a la evolución de plataformas digitales, cambios en los patrones de consumo debido a la tecnología o incluso la necesidad de adaptación tecnológica en la producción audiovisual.

Estos resultados destacan la complejidad y la interconexión de múltiples factores que han influido en la industria de la actuación venezolana. Desde aspectos políticos y económicos hasta el impacto de la pandemia y el constante avance tecnológico, cada una de estas áreas ha contribuido de manera significativa a los desafíos que enfrenta esta industria en el país.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Por otra parte, en referencia a la opción OTRA dentro de la pregunta, se obtuvieron las siguientes respuestas por parte de los encuestados:

Tabla N°8. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 13

N° de personas	Respuestas
1 (0.5%)	
1 (0.5%)	Estudios
1 (0.5%)	No se

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 13 del instrumento N° III

Dentro de la opción OTRA sobre la pregunta de las principales causas que afectan a la industria de la actuación nacional, 1 persona considera que la causa que ha afectado a la industria son los estudios y 1 persona indica que no sabe, cada una representando un 0.5% de las respuestas recopiladas.

Pregunta 14

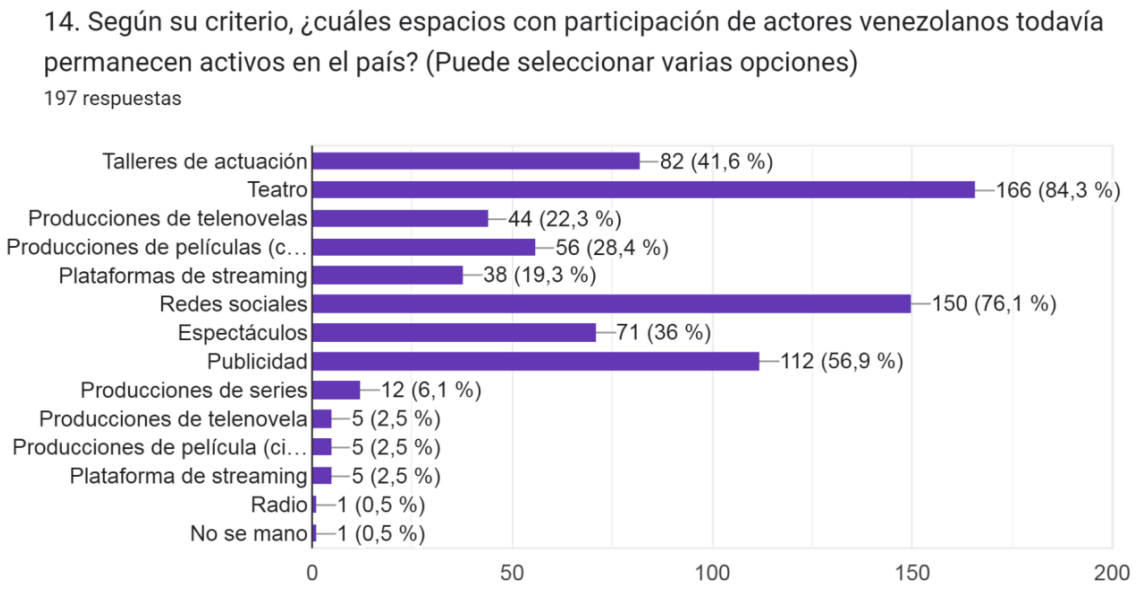


Gráfico N°14. *Espacios con participación de actores que permanecen activos en el país*

197 personas respondieron, de las cuales:

82 personas (41%) consideran que los talleres de actuación son un espacio que permanece activo para los actores del país; 166 personas (84,3%) consideran que el teatro es un espacio que permanece activo; 49 personas (24,8%) consideran que las producciones de telenovelas permanecen activas; 61 personas (30,1%) consideran que las producciones de películas (cine) son un espacio que permanece activo; 43 personas (21,8%) consideran que las plataformas de *streaming* son un espacio que permanece activo para los actores venezolanos; 150 personas (76,1%) consideran que las redes sociales son un espacio que permanece activo; 71 personas (36%) piensa que los espectáculos son un espacio activo hoy día para los actores; 112 personas (56,9%) consideran que la publicidad es un espacio que permanece activo para los actores; y por

último; 12 personas (6,1%) piensa que las producciones de series son un espacio que permanece activo para los actores en el país.

El alto porcentaje (76,1%) que destaca las redes sociales como un espacio activo resalta el papel crucial de estas plataformas para los artistas. Estas herramientas digitales ofrecen un espacio para la promoción, difusión y conexión directa con el público, permitiendo a los artistas mantener una presencia constante en el ojo público y expandir su alcance más allá de las fronteras físicas y dificultades que presenta la industria de la actuación venezolana.

Considerada significativa por un 56,9%, la publicidad sigue siendo apreciada como un espacio activo por los encuestados. Los actores participan en campañas comerciales y promocionales, aprovechando su habilidad para comunicar mensajes y productos.

El teatro, con un sólido 84.3%, demuestra su relevancia continua. A pesar de los desafíos, sigue siendo una plataforma para la expresión artística, un espacio donde los artistas pueden experimentar, crecer y mantenerse conectados directamente con su audiencia.

Aunque la producción de telenovelas y la producción de películas presentan porcentajes más bajos (30.1% para el cine y 24.8% para las telenovelas), su presencia en las respuestas sugiere que, a pesar de los desafíos, estos espacios todavía retienen relevancia en la industria. Sin embargo, su menor percepción de actividad podría indicar y confirmar una reducción en la producción o en las oportunidades laborales en comparación con épocas anteriores.

Aunque las plataformas de *streaming* se mencionan por un 21.8%, estas plataformas emergentes están ganando terreno. Su inclusión en las respuestas muestra un interés creciente y una posible alternativa para los actores, aunque todavía no alcanzan el nivel de reconocimiento de otros espacios.

Con un 36%, los espectáculos se mantienen como un espacio relevante. A pesar de no estar entre los más altos, su presencia indica que todavía se valoran y consumen producciones en vivo, lo que sugiere una demanda continua por experiencias culturales.

Pese a que las producciones de serie obtuvieron el menor porcentaje (6.1%), su mención muestra un interés en la producción seriada, posiblemente reflejando la incursión en nuevos formatos y plataformas que podrían crecer en el futuro.

Estos datos sugieren que, ante la disminución de producciones tradicionales como telenovelas y películas, los artistas se han volcado hacia nuevas plataformas (especialmente redes sociales y publicidad) para mantenerse activos, visibles y conectados con su público. Esto refleja una adaptación creativa y una búsqueda proactiva de oportunidades alternativas en un contexto desafiante para la industria del entretenimiento en Venezuela.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Por otra parte, en referencia a la opción OTRA dentro de la pregunta, se obtuvieron las siguientes respuestas por parte de los encuestados:

Tabla N°9. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 14

N° de personas	**Respuestas**
1 (0.5%)	Radio
1 (0.5%)	No sé

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 14 del instrumento N° III

Dentro de la opción OTRA sobre la pregunta de los espacios con participación de actores venezolanos que aún permanecen activos en el país, se incluyen menciones como radio y la respuesta *No sé*, cada una representando un 0.5% de las respuestas recopiladas.

Pregunta 15

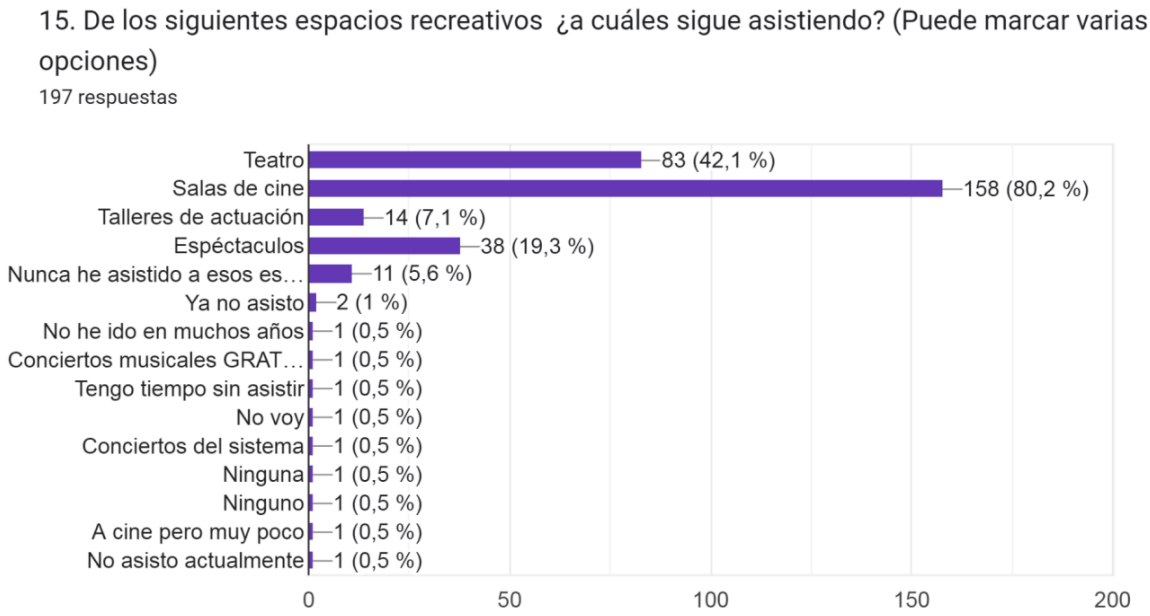


Gráfico N°15. *Espacios a los que sigue asistiendo el público venezolano*

197 personas respondieron, de las cuales:

83 personas (42,1%) siguen asistiendo al teatro; 158 personas (80,2%) siguen asistiendo al cine; 14 personas (7.1%) siguen asistiendo a talleres de actuación; 38 personas (19,3) siguen asistiendo a espectáculos y 11 personas (5,6%) nunca han asistido a esos espacios.

El cine muestra una participación sólida con un 80,2%. A pesar de los cambios en la distribución de películas o los desafíos económicos, el público continúa asistiendo a las salas, mostrando su aprecio por esta forma de entretenimiento. Además, el teatro, con un 42,1%, también muestra una presencia significativa, resaltando la persistencia de la cultura teatral y el interés por experiencias en vivo a pesar de los cambios en la oferta de obras o las condiciones económicas.

Por otro lado, con solo un 7.1% de asistencia, los talleres de actuación muestran una participación relativamente baja en comparación con otros espacios recreativos. Esto puede indicar una menor demanda o accesibilidad a este tipo de formación, quizás debido a limitaciones de oferta o interés más focalizado en otras áreas de la actuación.

Asimismo, con un 19.3% de asistencia, los espectáculos tienen una presencia más marcada que los talleres de actuación, aunque aún por debajo de las tasas de asistencia al cine y al teatro. Esto puede reflejar una preferencia del público por experiencias culturales en vivo y entretenimiento diversos, aunque con una participación más limitada en comparación con otras formas de recreación cultural.

Finalmente, el 5.6% que nunca ha ido a estos espacios revela una pequeña pero existente fracción del público que no ha tenido la oportunidad o interés previo en estos ámbitos recreativos. Esto sugiere una diversidad de intereses y la necesidad de ampliar o diversificar las propuestas recreativas para alcanzar a un público más amplio y variado.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Por otra parte, en relación a la opción OTRA dentro de la pregunta, se obtuvieron las siguientes respuestas por parte de los encuestados:

Tabla N°10. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 15

N° de personas	**Respuestas**
2 (1%)	Ya no asisto

1 (0.5%)	No he ido en muchos años
1 (0.5%)	Conciertos musicales gratuitos
1 (0.5%)	Tengo tiempo sin asistir
1 (0.5%)	No voy
1 (0.5%)	Conciertos del sistema
1 (0.5%)	Ninguna
1 (0.5%)	Ninguno
1 (0.5%)	Al cine pero muy poco
1 (0.5%)	No asisto actualmente

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 15 del instrumento N° III

Las anteriores respuestas podrían reflejar una serie de factores interrelacionados. La situación económica puede haber impactado en la capacidad de asistir a eventos recreativos, lo que se refleja en respuestas como *no asisto actualmente* o *ya no asisto*. Además, la falta de interés real en asistir puede ser resultado de preferencias personales cambiantes o de una percepción de oferta limitada en términos de eventos culturales atractivos. La mención de *ninguna* o *ninguno* podría indicar una falta de conexión actual con las opciones ofrecidas, quizás debido a una ausencia de eventos que se alineen con los gustos o intereses del encuestado. Asimismo, las limitaciones de tiempo se evidencian en respuestas como *tengo tiempo sin asistir*, lo que podría sugerir una disposición pero una restricción real para participar activamente en esos espacios recreativos. Estas respuestas en conjunto reflejan una compleja interacción entre factores económicos, preferencias personales, limitaciones de tiempo y el nivel de atracción de las ofertas culturales disponibles.

Pregunta 16

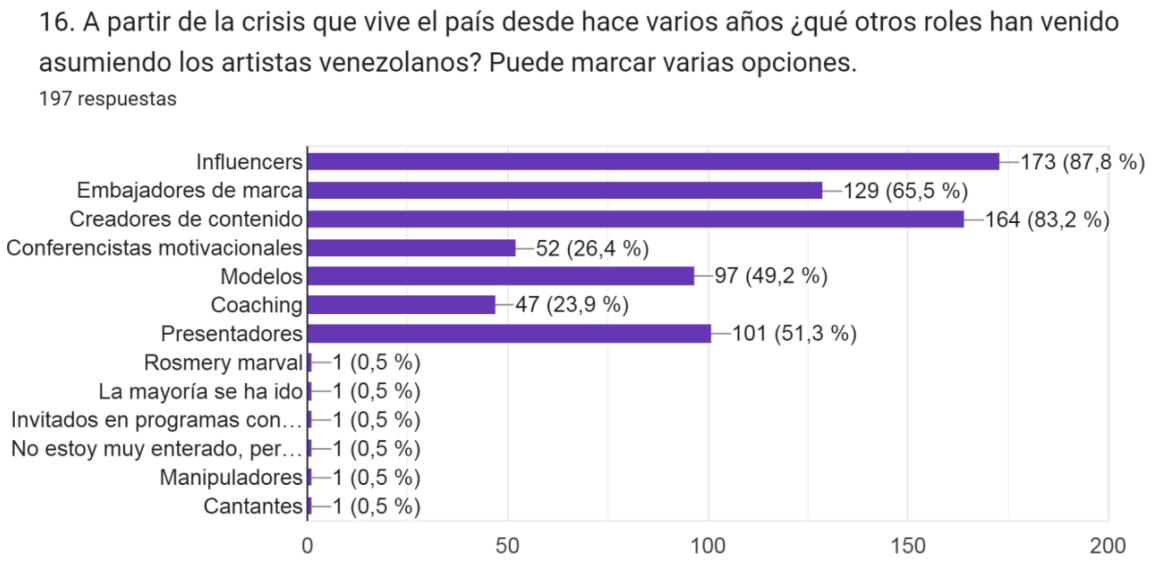


Gráfico N°16. *Roles distintos a la actuación que han asumido los artistas a partir de la crisis que vive Venezuela*

197 personas respondieron, de las cuales:

173 personas (87.8%) piensan que los artistas han asumido el rol de *influencers* a partir de la crisis que vive el país desde hace varios años; 129 personas (65.5%) consideran que los artistas han asumido el rol de embajadores de marca; 164 personas (83.3%) consideran que los artistas han asumido el rol de creadores de contenido; 52 personas (26.4%) piensan que los artistas han asumido el rol de conferencistas motivacionales; 97 personas (49.2%) consideran que los artistas han asumido el rol de modelos; 47 personas (23.9%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Coaching*; y por ultimo; 101 personas (51.3%) consideran que los artistas han asumido el rol de presentadores.

Estos resultados reflejan una transformación significativa en el papel de los artistas venezolanos, principalmente debido a la crisis en curso en el país. El fenómeno más predominante parece ser la adopción del rol de *influencers,* con un

abrumador 87.8% de los encuestados reconociendo esta evolución. Esto sugiere que muchos artistas han encontrado en las redes sociales una plataforma para proyectar sus opiniones, intereses y su arte, generando impacto en audiencias más amplias.

Además, un alto porcentaje (83.3%) ve a los artistas como creadores de contenido, lo que puede indicar una adaptación exitosa a las nuevas formas de comunicación y entretenimiento, especialmente a través de plataformas digitales.

La idea de los artistas como embajadores de marca (65.5%) refleja una posible incursión en el mundo empresarial y publicitario, aprovechando su influencia para respaldar productos o servicios.

Por otro lado, roles como conferencistas motivacionales (26.4%), modelos (49.2%), *coaches* (23.9%) y presentadores (51.3%) también han sido asumidos por una cantidad considerable de artistas. Estos roles adicionales podrían estar relacionados con la diversificación de sus actividades profesionales y la búsqueda de oportunidades en diversos campos más allá del arte tradicional.

En resumen, la crisis ha llevado a una reinvención del rol del artista, explorando nuevas facetas profesionales que van desde lo digital hasta lo empresarial, ampliando su alcance y aportando a otras industrias.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Con respecto a la alternativa OTRA dentro de la pregunta, se recabaron las siguientes respuestas por parte de los encuestados:

Tabla N°11. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 16

N° de personas	Respuestas
1 (0.5%)	Rosmery Marval
1 (0.5%)	La mayoría se ha ido
1 (0.5%)	Invitados en programas con un número significativo
1 (0.5%)	No estoy muy enterado, pero sí ha variado
1 (0.5%)	Manipuladores
1 (0.5%)	Cantantes

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 16 del instrumento N°III

Dentro de las respuestas recopiladas en la opción OTRA sobre la pregunta de los roles asumidos por los artistas venezolanos a raíz de la crisis en el país, se mencionan nombres específicos como Rosmery Marval, indicando posiblemente una referencia a artistas individuales. Asimismo, se apunta hacia la partida de la mayoría de los artistas, sugiriendo una opinión sobre la migración masiva como respuesta a la situación del país. Se destaca su participación como invitados en programas, lo que puede indicar una adaptación para mantener presencia mediática. También hay menciones que reflejan la incertidumbre o desconocimiento sobre los cambios ocurridos. Además, se mencionan roles específicos como manipuladores y cantantes, mostrando una diversidad de percepciones y opiniones sobre los roles adoptados por los artistas en este contexto de crisis.

Pregunta 17

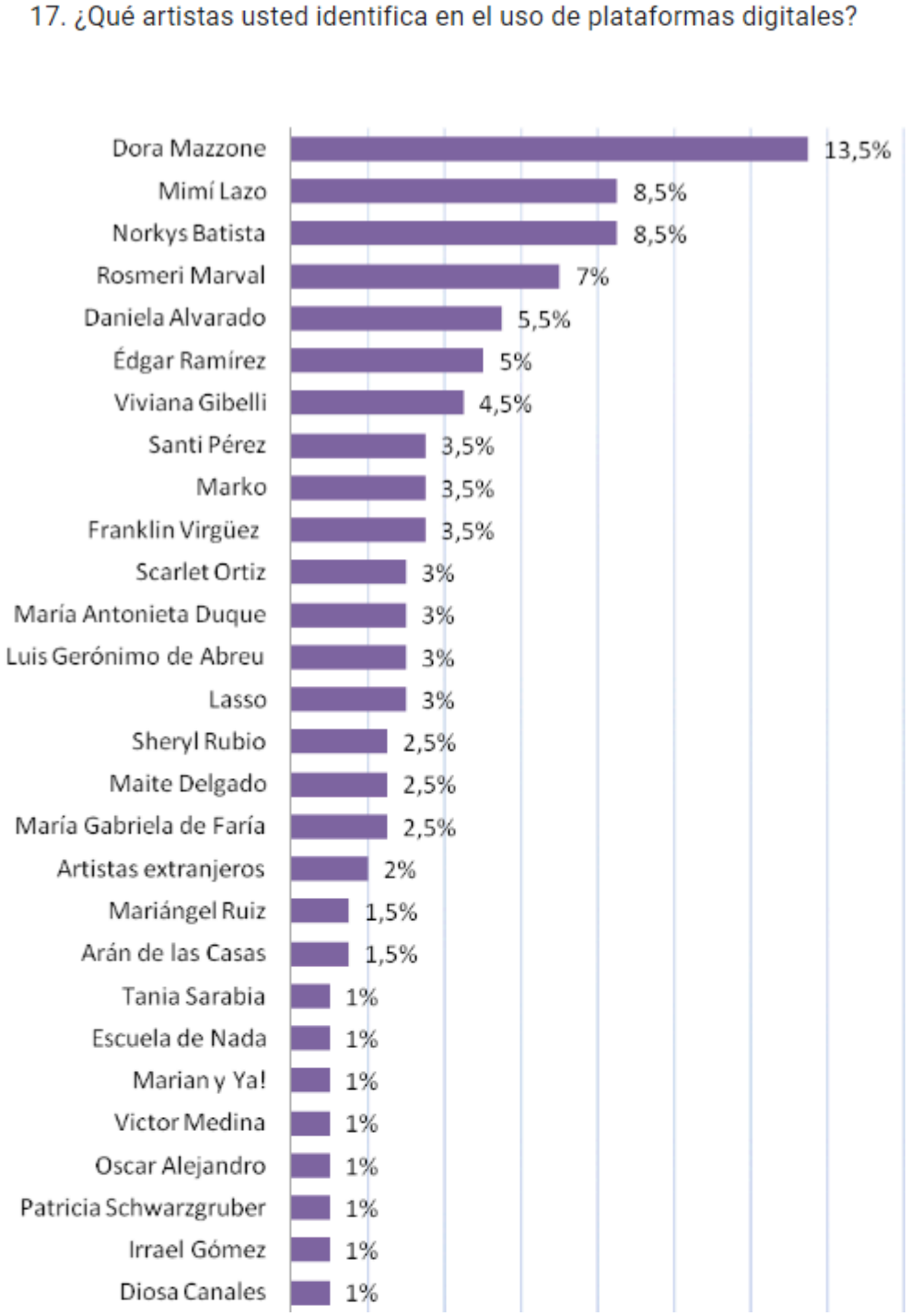
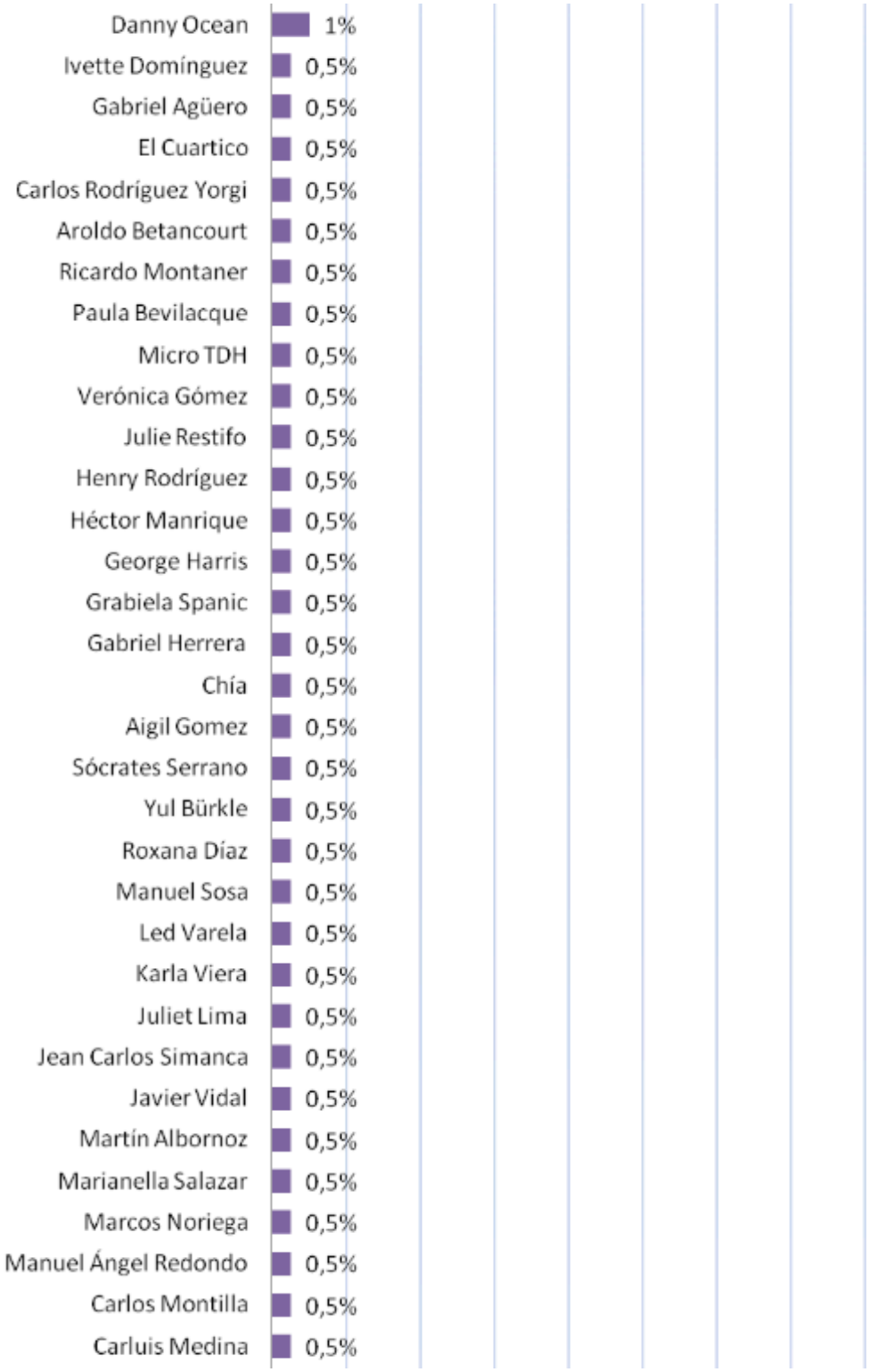
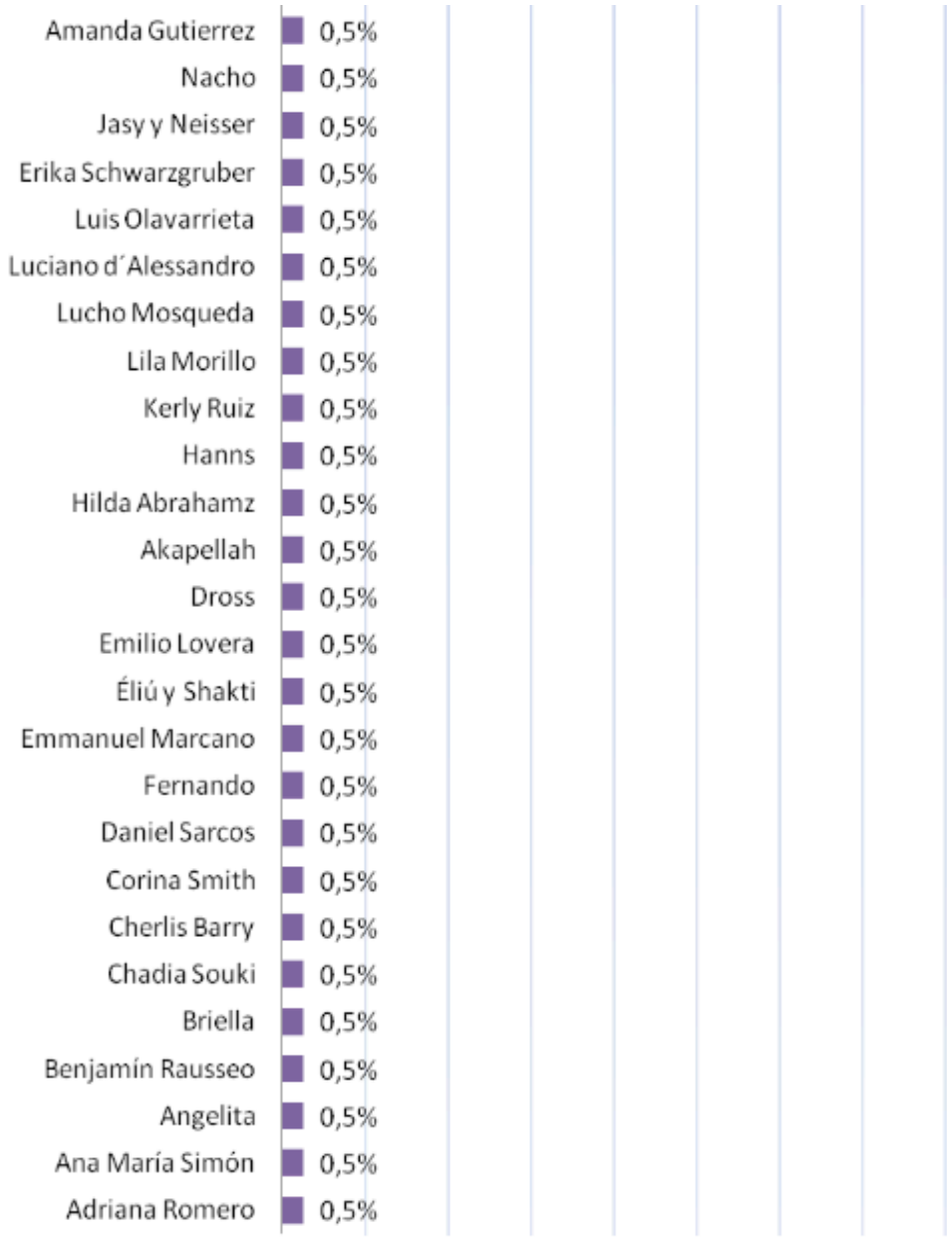


Gráfico N° 17. Tabulación de *Artistas identificados con el uso de las plataformas digitales.*

Continuación del Gráfico N° 17.



Continuación del Gráfico N° 17.



197 personas respondieron, de las cuales:

Mencionaron una sola vez a los siguientes artistas venezolanos (58): Adriana Romero (0,5%), Ana María Simón (0,5%), Angelita (0,5%), Benjamín Rausseo (0,5%), Briella (0,5%), Chadia Souki (0,5%), Cherlis Barry (0,5%), Corina Smith

(0,5%), Daniel Sarcos (0,5%), Fernando (0,5%), Emmanuel Marcano (0,5%), Éliú y Shakti (0,5%), Emilio Lovera (0,5%), Dross (0,5%), Akapellah (0,5%), Hilda Abrahamz (0,5%), Hanns (0,5%), Kerly Ruiz (0,5%), Lila Morillo (0,5%), Lucho Mosqueda (0,5%), Luciano D´Alessandro (0,5%), Luis Olavarrieta (0,5%), Erika Schwarzgruber (0,5%), Jasy y Neisser (0,5%), Nacho (0,5%), Amanda Gutiérrez (0,5%), Carluis Medina (0,5%), Carlos Montilla (0,5%), Manuel Ángel Redondo (0,5%), Marcos Noriega (0,5%), Marianella Salazar (0,5%), Martín Albornoz (0,5%), Javier Vidal (0,5%), Jean Carlos Simanca (0,5%), Juliet Lima (0,5%), Karla Viera (0,5%), Led Varela (0,5%), Manuel Sosa (0,5%), Roxana Díaz (0,5%), Yul Bürkle (0,5%), Sócrates Serrano (0,5%), Aigil Gomez (0,5%), Chía (0,5%), Gabriel Herrera (0,5%), Gabriela Spanic (0,5%), George Harris (0,5%), Héctor Manrique (0,5%), Henry Rodríguez (0,5%), Julie Restifo (0,5%), Verónica Gómez (0,5%), Micro TDH (0,5%), Paula Bevilacque (0,5%), Ricardo Montaner (0,5%), Aroldo Betancourt (0,5%), Carlos Rodríguez Yorgi (0,5%), El Cuartico (0,5%), Gabriel Agüero (0,5%) e Ivette Domínguez (0,5%).

Los artistas venezolanos que fueron mencionados dos veces son los siguientes: Diosa Canales (1%), Israel Gómez (1%), Patricia Schwarzgruber (1%), Oscar Alejandro (1%), Víctor Medina (1%), Marián y Ya! (1%), Escuela de Nada (1%) y Tania Sarabia (1%). Por otra parte, Arán de las Casas y Mariángel Ruíz recibieron 3 menciones (1,5%).

María Gabriela De Faría, Maite Delgado y Sheryl Rubio fueron mencionadas 5 veces (2,5%) respectivamente cada una. Otros artistas como Lasso, Luis Gerónimo de Abreu, María Antonieta Duque y Scarlet Ortiz fueron nombrados en 6 ocasiones (3%). Franklin Virgüez, Marko y Santi Pérez tuvieron 7 menciones (3,5%) por parte de la muestra. Individualmente, Viviana Gibelli fue nombrada por 9 encuestados (4,5%).

Los artistas que superaron las 10 menciones son los siguientes: Édgar Ramírez con 10 (5%), Daniela Alvarado con 11 (5,5%), Rosmeri Marval con 14

(7%), Norkys Batista con 17 (8,5%), Mimí Lazo también con 17 (8,5%) y Dora Mazzone con 27 (13,5%).

Nota: Es indispensable, destacar que estos resultados no están basados en la totalidad de la muestra, debido a que los encuestados podían mencionar a distintos artistas como deseará. Por ello, hubo un total de 251 menciones. Al igual, es primordial indicar que los resultados fueron tabulados por parte de los investigadores a través de la herramienta de *Excel.*

Se puede apreciar que la artista con mayor identificación según la muestra es la actriz Dora Mazzone, seguida por Mimí Lazo y Norkys Batista. Otro aspecto, que también se puede inferir según la data es que los encuestados poseen un conocimiento muy variado con respecto a los artistas venezolanos, debido a que no solamente mencionaron a actores de telenovelas, sino también músicos, modelos, cómicos, periodistas. Y los artistas mencionados además de ser de diferentes áreas, son de distintas épocas.

Pregunta 18

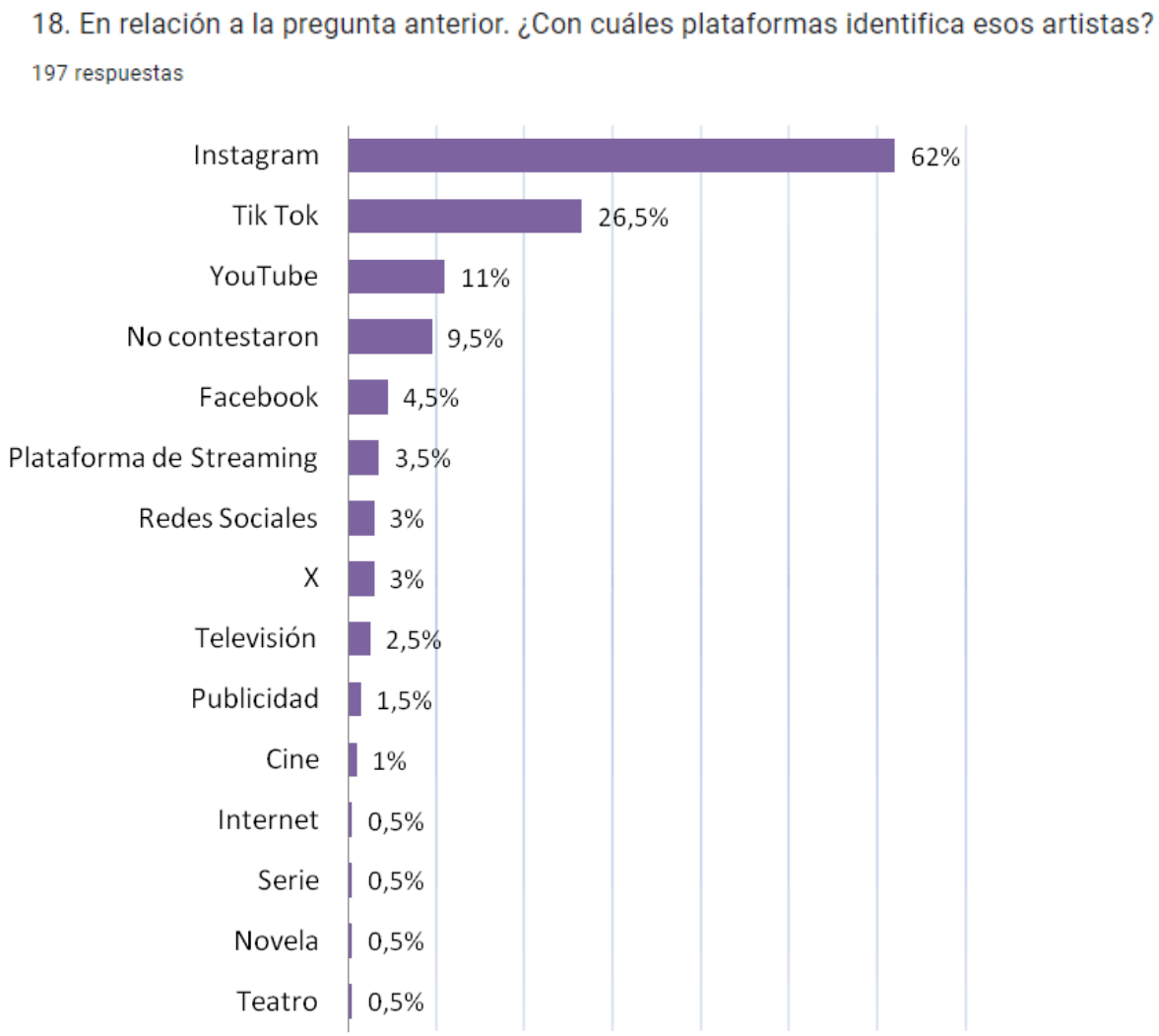


Gráfico N° 18. *Plataformas digitales donde identificaron a los artistas venezolanos*

197 personas respondieron, de las cuales:

124 personas (62%) señalaron a *Instagram* como la plataforma por cual identifican a los artistas, 53 personas (26,5%) seleccionaron a *TikTok*, 22 encuestados indicaron que esa plataforma es *YouTube* (11%), 19 personas no contestaron (9,5%), 3 individuos señalaron a *Facebook* (1,5%). Por otra parte, las

plataformas de *streaming* obtuvieron 7 menciones (3,5%), las redes sociales con 6 (3%), X (antiguo *Twitter*) con 6 (3%), la Televisión con 5 (2,5%), la publicidad con 3 (1,5%), Cine con 2 (1%) e Internet, Serie, Novela y Teatro 1 respectivamente cada medio (0,5%).

Es fundamental, precisar que los resultados de esta pregunta no están basados en la totalidad de la muestra, debido a que las personas encuestadas tenían la libertad de mencionar e indicar los medios y plataformas que utilicen. Al igual, es primordial indicar que los resultados fueron tabulados por parte de los investigadores a través de la herramienta de *Excel.*

Se puede interpretar que *Instagram* es la principal plataforma por donde los usuarios identifican a los artistas, la segunda red es *TikTok* con un significativo 26,5%. Estas dos plataformas ofrecen la oportunidad de que los creadores de contenido puedan utilizar distintos formatos atractivos para difundir contenido a sus comunidades y audiencias. También, estas plataformas permiten la interacción cercana de los usuarios (comentarios, reacciones). Estas causas pueden promover que estas plataformas digitales sean las principales dentro de este espectro de reconocimiento.

De igual manera, también resulta interesante que *YouTube* siendo una plataforma exclusiva para vídeos (regularmente superiores a los 3 minutos), es la tercera red donde las personas identifican a los artistas. Esto puede inferir que las personas utilizan esta plataforma para consumir el material que sus artistas favoritos publican.

Pregunta 19

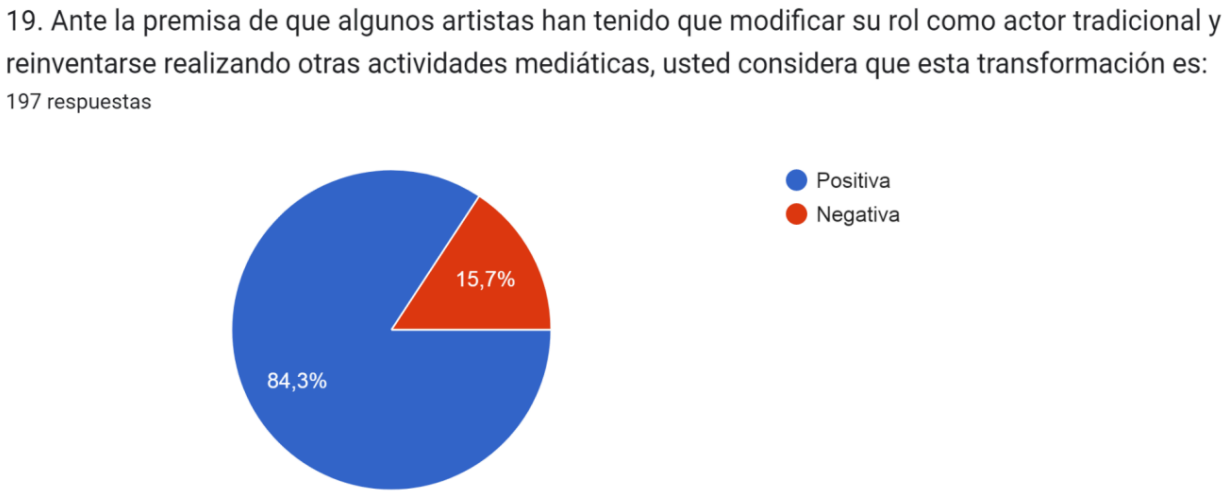


Gráfico N°19. *Percepción de la transformación del rol de los artistas*

197 personas respondieron, de las cuales:

166 personas (84.3%) consideran que la reinvención del rol de los artistas venezolanos ha sido positiva y 31 personas (15.7%) consideran que ha sido negativa.

Los resultados revelan una percepción mayoritariamente positiva respecto a la transformación del rol de los artistas venezolanos. Un 84.3% de los encuestados ve esta evolución como algo positivo, posiblemente interpretando este cambio como una muestra de adaptabilidad, innovación y versatilidad por parte de los artistas en un entorno desafiante.

Sin embargo, el 15.7% de las personas encuestadas ve la transformación del rol de los artistas de manera negativa. Esto podría ser porque algunas personas están preocupadas de que al expandirse hacia otros roles o actividades, los artistas podrían alejarse de lo que tradicionalmente se espera de ellos como

intérpretes. Es decir, hay una inquietud sobre si al asumir estas nuevas responsabilidades, podrían diluir o perder su esencia artística original. Es una preocupación acerca de si esta diversificación de roles podría afectar la calidad o autenticidad de su trabajo como actores.

En general, la mayoría ve la reinvención del rol de los artistas como algo beneficioso, probablemente reconociendo la necesidad de adaptación en un contexto complejo y la habilidad de los artistas para explorar nuevos caminos y oportunidades en un panorama cambiante.

Pregunta 20

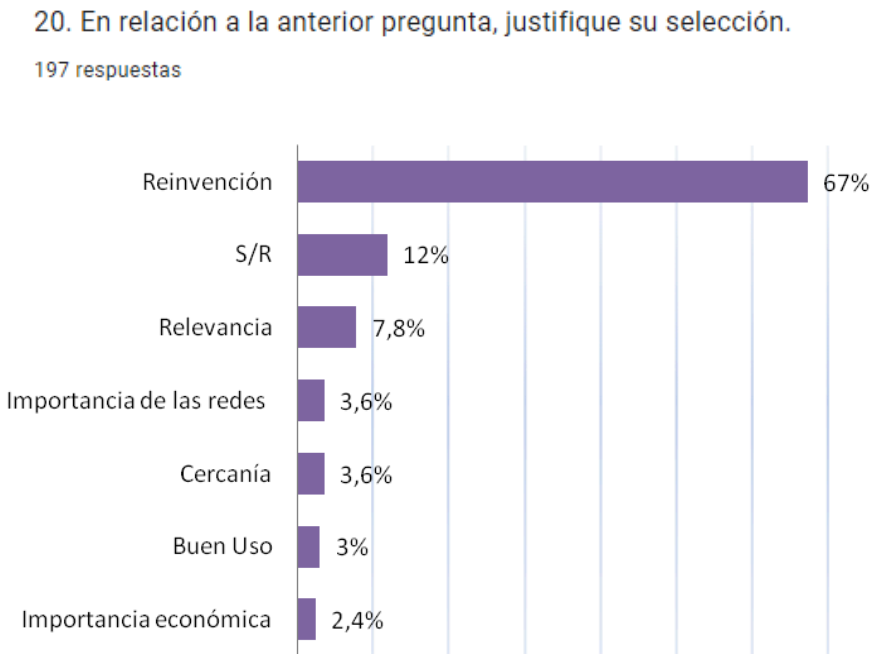


Gráfico N°20. *Argumentos a favor*

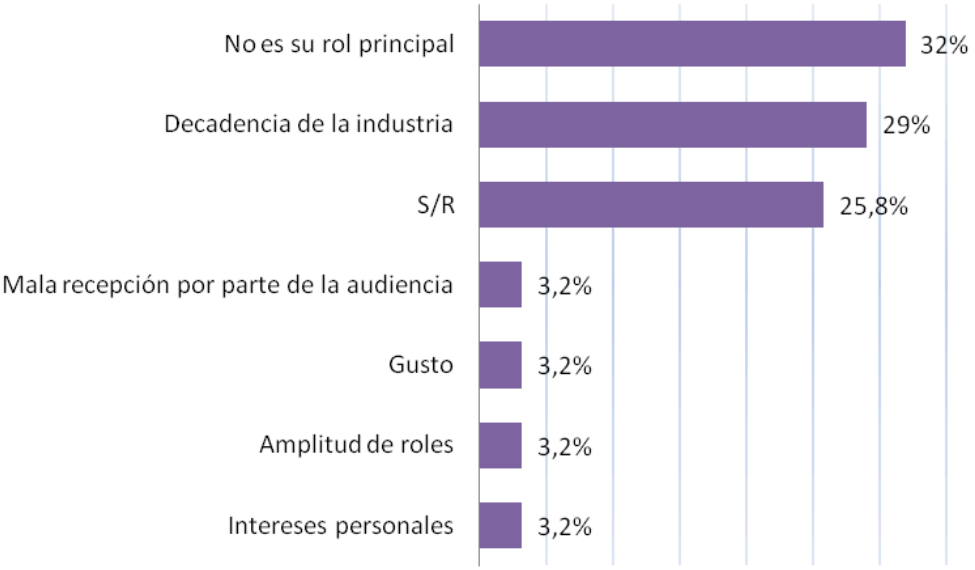


Gráfico N°21. *Argumentos en contra*

197 personas respondieron, de las cuales:

Un total de 166 participantes, equivalente al 84,3% de la muestra, expresaron una percepción positiva hacia la reinvención del artista venezolano. Entre los argumentos que respaldan esta posición, se destaca la idea de la reinvención, mencionada por 112 personas (67,46%). Asimismo, 6 individuos (3,60%) enfatizaron la importancia de la cercanía en este proceso, mientras que un número similar resaltó la relevancia de las redes sociales (3,60%). Otros elementos señalados incluyen el buen uso de las oportunidades (3,01%), el impacto económico positivo (2,46%) y la relevancia general (7,83%). Cabe resaltar que un reducido grupo de 20 personas (12,04%) no proporcionó argumentos explícitos para respaldar su visión positiva.

En contraste, un 15,7% de los encuestados expresaron una percepción negativa hacia la reinvención de los artistas venezolanos. Entre los argumentos presentados, la noción de que ciertos roles no corresponden al ámbito artístico (32,25%) y la preocupación por la decadencia de la industria nacional (29,03%) destacan como las razones más recurrentes. Además, 8 participantes (25,84%) no proporcionaron explicaciones específicas para su visión negativa.

Es evidente que la percepción de la reinvención como un proceso natural del ser humano emerge como un punto crucial en las respuestas, siendo tanto el principal fundamento de apoyo como el argumento principal en contra. La interpretación de este factor parece depender en gran medida de la perspectiva individual, ya que algunos lo ven como una expresión valiosa de versatilidad, mientras que otros lo interpretan como un desvío de roles tradicionales.

Es notable que, más allá de estos argumentos predominantes, existen otros factores menos destacados, como preferencias individuales, el impacto económico y el buen uso de oportunidades. Sin embargo, es especialmente intrigante observar que el segundo argumento más citado en contra de la

reinvención es la preocupación por la decadencia de la industria, indicando una aprehensión por parte de algunos sectores de la audiencia respecto a posibles efectos negativos en la calidad artística de la industria nacional de la actuación.

Nota: es primordial indicar que los encuestados podían explicar diferentes razones para justificar su punto de vista. De igual forma, es fundamental destacar que los resultados fueron tabulados por parte de los investigadores a través de la herramienta de *Excel*.

Pregunta 21

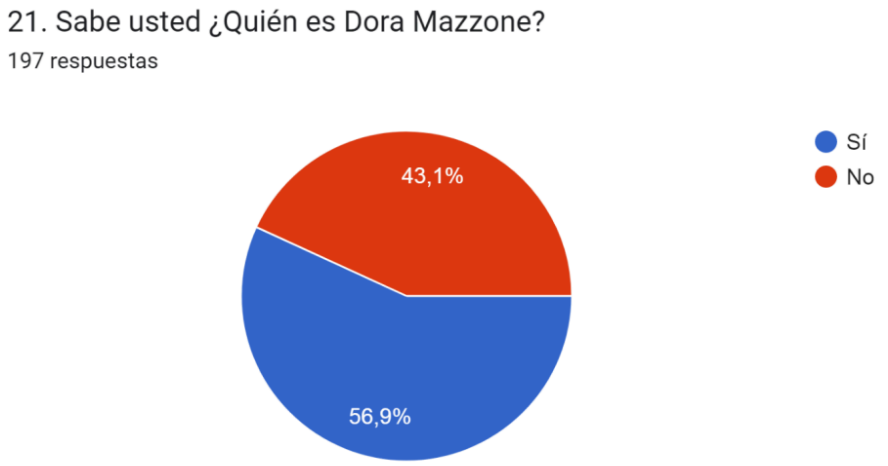


Gráfico N°22. *Reconocimiento de Dora Mazzone*

197 personas respondieron, de las cuales:

112 personas (56.9%) sí saben quién es la actriz Dora Mazzone, mientras que 85 personas (43.1%) no saben quién es.

Los resultados revelan que la mayoría, un 56.9% de los encuestados, está familiarizada con la actriz Dora Mazzone. Esto sugiere un nivel significativo de reconocimiento o conocimiento sobre esta figura dentro del ámbito actoral. Por otro lado, un 43.1% de las personas encuestadas no están al tanto de quién es la actriz Dora Mazzone, lo que podría indicar una falta de familiaridad o exposición a su trabajo en particular.

Pregunta 22

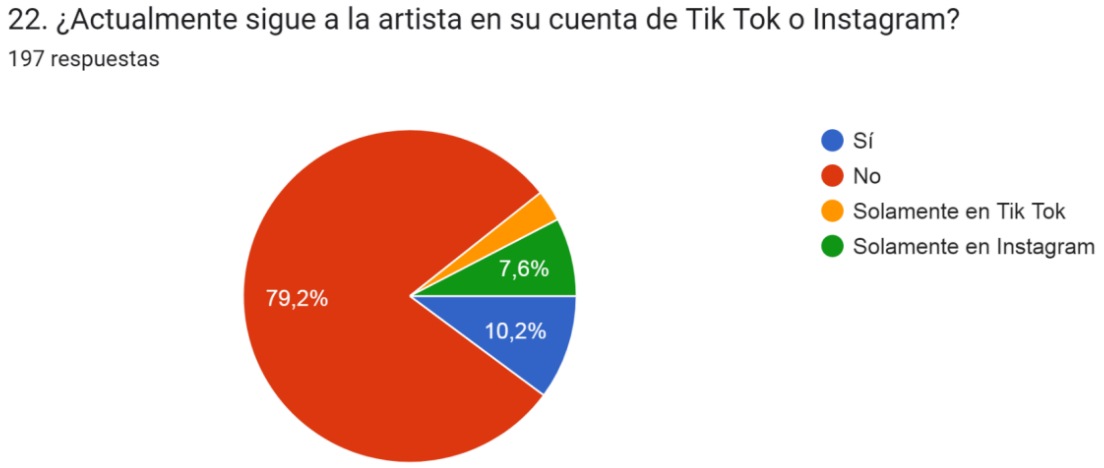


Gráfico N°23. *Seguimiento de la artista Dora Mazzone en sus redes sociales*

197 personas respondieron, de las cuales:

156 personas (79.2%) no siguen a Dora Mazzone en su cuenta de *TikTok* o *Instagram*; 20 personas (10.2%) si siguen a Dora Mazzone en su cuenta de *TikTok* o *Instagram*; 6 personas (3%) siguen a la actriz solamente en *TikTok* y 15 personas (7.6%) siguen a Dora Mazzone solamente en *Instagram.*

La mayoría, un 79.2% de los encuestados, no sigue a Dora Mazzone en sus cuentas de *TikTok* o *Instagram*. Este alto porcentaje sugiere una baja interacción o seguimiento de la artista en estas plataformas específicas, posiblemente influenciado por preferencias de contenido, nivel de exposición o intereses personales.

Por otro lado, un pequeño porcentaje, sumando un 10.2%, sigue a Dora Mazzone en alguna de estas plataformas sociales. Dentro de este grupo, un 3% lo hace exclusivamente en *TikTok* y un 7.6% únicamente en *Instagram*. Estos datos

señalan un segmento minoritario que sigue activamente a la actriz, aunque dividido entre las dos plataformas. Esto podría reflejar preferencias específicas o diferentes hábitos de uso entre los seguidores.

Es relevante notar que la mayor parte de los encuestados, un 61.4%, se encuentra en el rango de edad de 20 a 25 años, siendo este grupo el más representativo en la encuesta. Dentro de esta franja, es probable que las interacciones en redes sociales, especialmente en *TikTok* e *Instagram*, sean más activas y frecuentes. Esto podría influir en el alto porcentaje de personas que no siguen a Dora Mazzone. Podría interpretarse que su contenido no está tan alineado con esta franja etaria o no ha logrado captar su interés de manera significativa.

Pregunta 23

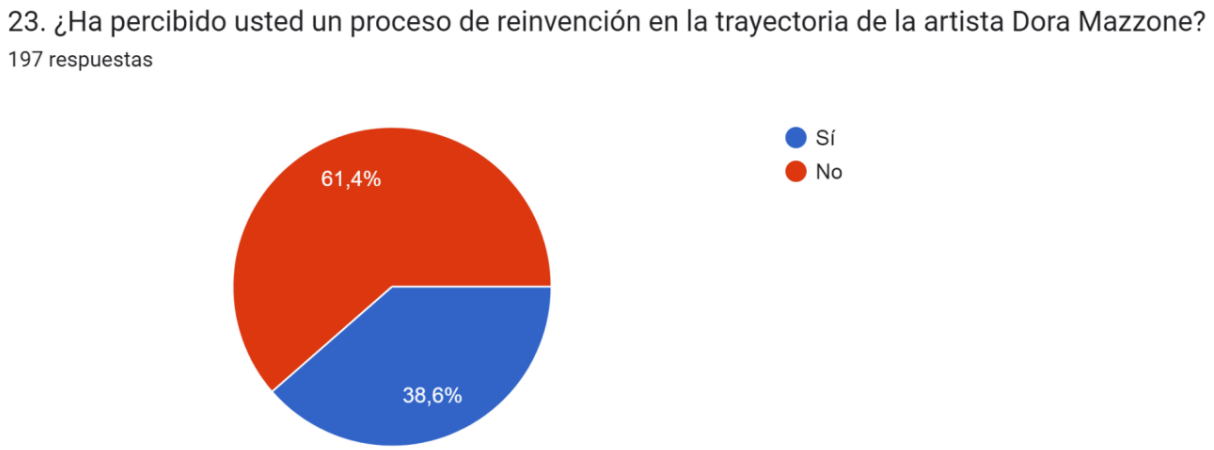


Gráfico N°24. *Percepción del proceso de reinvención en la carrera de Dora Mazzone*

197 personas respondieron, de las cuales:

121 personas (61.4%) no han percibido un proceso de reinvención en la carrera de la artista, mientras que 76 personas (38.6%) sí han percibido un proceso de reinvención en su trayectoria.

Los resultados revelan que la mayoría, un 61.4% de los encuestados, no han percibido un proceso de reinvención en la trayectoria artística de Dora Mazzone. Esto podría indicar una percepción de continuidad o estabilidad en su carrera sin cambios significativos o notables en su evolución profesional.

Por otro lado, un 38.6% de los encuestados sí han percibido un proceso de reinvención en la carrera de la artista. Esta percepción podría estar relacionada con cambios, adaptaciones o transformaciones en su enfoque artístico, roles interpretativos o su incursión en diferentes medios o tipos de proyectos.

Estos resultados ofrecen una visión dividida entre quienes ven una continuidad en la carrera de la artista y aquellos que observan cambios o adaptaciones en su trayectoria, reflejando distintas interpretaciones sobre la evolución de Dora Mazzone como profesional del mundo artístico.

Pregunta 24

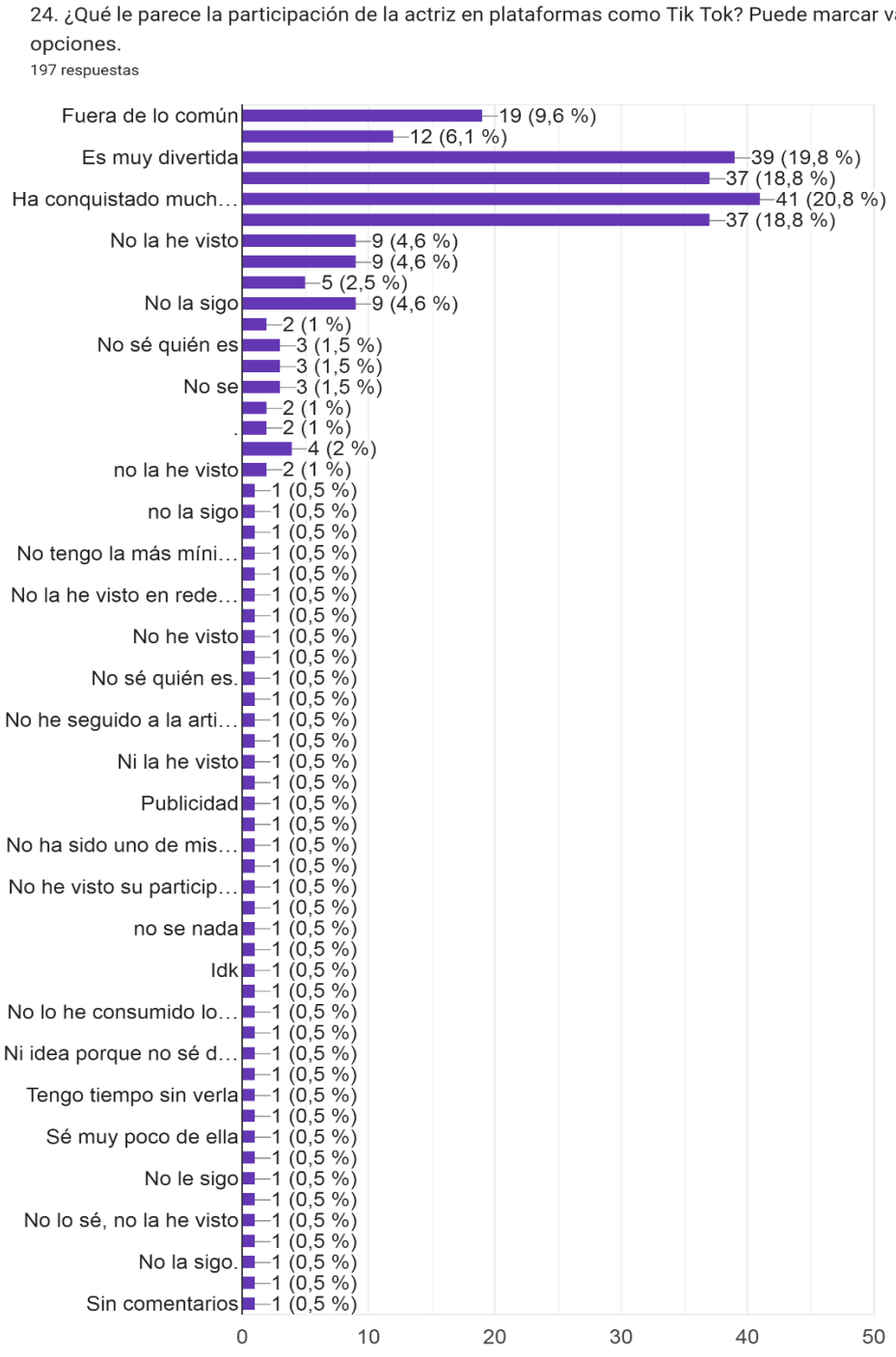


Gráfico N°25. *Percepción de la participación de la actriz Dora Mazzone en las redes sociales*

197 personas respondieron, de las cuales:

19 personas (9.6%) consideran que la participación de la artista Dora Mazzone en plataformas como *TikTok* es Fuera de lo común; 12 personas (6.1%) piensan que raya en lo ridículo; 39 personas (19.8%) consideran que es muy divertida; 37 personas (18.8%) piensan que luce autentica con lo que hace en las redes sociales; 41 personas (20.8%) consideran que ha conquistado muchos seguidores; y por último; 37 personas (18.8%) consideran que la participación de la actriz Dora Mazzone en plataformas como *TikTok* es un estilo de vida profesional.

Los resultados reflejan una variedad de percepciones sobre la participación de Dora Mazzone en plataformas como *TikTok*. Un pequeño porcentaje, un 9.6%, encuentra su participación *fuera de lo común,* lo que puede interpretarse como una apreciación hacia una estrategia diferente o poco convencional para su presencia en esta plataforma.

Por otro lado, un 6.1% piensa que su participación *raya en lo ridículo*, indicando una visión más crítica o negativa sobre su contenido en *TikTok*.

Sin embargo, una parte significativa de los encuestados tienen opiniones más positivas: un 19.8% lo encuentra *muy divertido*, lo que sugiere que su contenido en la plataforma genera entretenimiento y agrado. Además, un 18.8% considera que *luce auténtica* en lo que hace en las redes sociales, lo que puede interpretarse como una apreciación de su autenticidad o sinceridad en su participación en *TikTok*.

Además, un 20.8% opina que *ha conquistado muchos seguidores*, lo que refleja una percepción de éxito en términos de alcance o impacto en la plataforma.

Finalmente, un 18.8% considera que su participación en *TikTok* es un *estilo de vida profesional*, lo que podría interpretarse como una percepción de dedicación o compromiso profesional con su presencia en esta plataforma, viéndola como una extensión de su carrera artística.

Nota: Dado que los encuestados tenían la opción de seleccionar más de una respuesta en esta pregunta de selección múltiple, el total porcentual supera el 100%.

Con respecto a la alternativa OTRA dentro de la pregunta, se recabaron las siguientes respuestas por parte de los encuestados:

Tabla N°12. Respuesta de la opción OTRA de la encuesta en la pregunta 24

N° de personas	**Respuestas**
9 (4.6%)	No la he visto
9 (4.6%)	No la conozco
5 (2.5%)	
9 (4.6%)	No la sigo
2 (1%)	No aplica
3 (1.5%)	No sé quién es
3 (1.5%)	No se quien es
3 (1.5%)	No se
2 (1%)	No la he seguido
2 (1%)	.

4 (2%)	No sé
2 (1%)	No la he visto
1 (0.5%)	No me he detenido a analizarla
1 (0.5%)	No la sigo
1 (0.5%)	No se nada de ella actualmente
1 (0.5%)	No tengo la más mínima idea
1 (0.5%)	Una forma de reinventarse y seguir en el medio, puesto que la edad es un factor no agradable.
1 (0.5%)	No la he visto en redes sociales
1 (0.5%)	No sigo a Dora Mazzone

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 24 del instrumento N°III

Continuación de la Tabla N°12.

N° de personas	**Respuestas**
1 (0.5%)	No he visto
1 (0.5%)	Ni idea de quién es
1 (0.5%)	No sé quién es.
1 (0.5%)	No he revisado el trabajo de la artista
1 (0.5%)	No he seguido a la artista
1 (0.5%)	N/A

1 (0.5%)	Ni la he visto
1 (0.5%)	No la he visto, no la sigo, no uso *TikTok*
1 (0.5%)	Publicidad
1 (0.5%)	No tengo opinión al respecto
1 (0.5%)	No ha sido uno de mis artistas favoritos
1 (0.5%)	No sé no la sigo gracias por todo amén
1 (0.5%)	No he visto su participación
1 (0.5%)	No sé quién es y por eso no la he visto
1 (0.5%)	No se nada
1 (0.5%)	Bien, que haga lo que le haga feliz
1 (0.5%)	Idk
1 (0.5%)	No he seguido la carrera de la artista
1 (0.5%)	No lo he consumido suficiente para opinar

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 24 del instrumento N°III

Continuación de la Tabla N°12.

N° de personas	**Respuestas**
1 (0.5%)	No sé.
1 (0.5%)	Ni idea porque no sé de ella

1 (0.5%)	No he seguido la carrera de la artista
1 (0.5%)	Tengo tiempo sin verla
1 (0.5%)	Siento que se quedó en la época
1 (0.5%)	Sé muy poco de ella
1 (0.5%)	Na
1 (0.5%)	No le sigo
1 (0.5%)	No consumó su contenido
1 (0.5%)	No lo sé, no la he visto
1 (0.5%)	No sé nada
1 (0.5%)	No la sigo
1 (0.5%)	No he visto nada de ella
1 (0.5%)	Sin comentarios

Fuente: elaboración propia (2024), a partir del resultado 24 del instrumento N° III

En las respuestas dadas en la opción OTRA algunas personas expresan que no han tenido la oportunidad de ver el contenido de Dora Mazzone en plataformas como *TikTok* o no la conocen, lo que indica un desconocimiento o una falta de seguimiento específico sobre su trabajo en estas plataformas. Otras respuestas muestran desinterés o una falta de opinión formada al respecto, posiblemente por la ausencia de seguimiento de sus actividades.

Por otro lado, hay comentarios que sugieren cierta apatía o incluso crítica hacia la adaptación de la actriz a estas nuevas plataformas, como aquellos que

expresan que se ha quedado en el pasado o que la edad es un factor no agradable para su reinserción en el medio. Sin embargo, también hay respuestas neutrales o positivas que muestran una actitud de dejarla hacer lo que le haga feliz o reconocen que no se ha seguido lo suficiente como para emitir una opinión fundada. En resumen, estas respuestas evidencian una variedad de opiniones y percepciones sobre la incursión de la actriz en *TikTok*, desde el desconocimiento hasta la aceptación o la crítica hacia su participación en estas plataformas.

5.7 Matriz descriptora de resultados, a partir del instrumento de análisis de participación de Dora Mazzone en las Redes sociales (instrumento N°IV)

Tabla N°13. Análisis de participación de Dora Mazzone en *Instagram*

Medio *Instagram*	Fecha	Número de Seguidores	Número de publicaciones	Reacciones (*likes)*	Compartidos	Comentarios	Línea de contenido	Formato de publicaciones
	17/11	1.3 Millones	3	7.343	758	➢ 263 Positivos ➢ 3 Neutros	➢ Híbrido (humor-publicidad) ➢ Publicidad ➢ Humor	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels*
	18/11	1.3 Millones	3	10.536	970	➢ 321 Positivos ➢ 1 Negativo ➢ 2 Neutros	➢ Publicidad ➢ Personal ➢ Humor	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels*

	19/11	1.3 Millones	3	8.034	557	➢ 165 Positivos ➢ 9 Negativos ➢ 7 Neutros	➢ Publicidad ➢ Publicidad ➢ Humor	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels*
	20/11	1.3 Millones	2	4.490	19	➢ 93 Positivos ➢ 1 Neutros	➢ Personal ➢ Humor	➢ *Reels* ➢ *Reels*
	21/11	1.3 Millones	3	14.121	58	➢ 400 Positivos ➢ 3 Negativos ➢ 4 Neutros	➢ Personal ➢ Híbrido (personal - humor) ➢ Humor	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels*
	22/11	1.3 Millones	3	31.276	2.593	➢ 55 Positivos ➢ 4 Negativos ➢ 7 Neutros	➢ Personal ➢ Híbrido (humor -publicidad) ➢ Humor	➢ Carrusel ➢ *Reels* ➢ *Reels*

	23/11	1.3 Millones	4	19.668	537	➢ 333 Positivos ➢ 4 Neutros	➢ Personal ➢ Personal ➢ Híbrido (personal-humor) ➢ Humor	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ Carrusel
	24/11	1.3 Millones	3	4.278	105	➢ 59 Positivos	➢ Publicidad ➢ Personal ➢ Híbrido (humor-publicidad)	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ Carrusel
	25/11	1.3 Millones	4	24.395	1.714	➢ 857 Positivos ➢ 3 Negativos ➢ 28 Neutros	➢ Personal ➢ Híbrido (humor -publicidad) ➢ Personal ➢ Humor	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ Carrusel
	26/11	1.3 Millones	2	48.389	5.978	➢ 1.551 Positivos	➢ Personal	➢ *Reels*

						➢ 2 Negativos ➢ 4 Neutros	➢ Humor	➢ *Reels*
	27/11	1.3 Millones	2	6.936	28	➢ 94 Positivos	➢ Personal ➢ Híbrido (humor publicidad)	➢ Carrusel ➢ *Reels*
	28/11	1.3 Millones	3	4.687	62	➢ 126 Positivos ➢ 1 Neutro	➢ Personal ➢ Humor ➢ Híbrido (personal-humor)	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels*
	29/11	1.3 Millones	4	56.138	898	➢ 945 Positivos ➢ 14 Negativos ➢ 59 Neutros	➢ Publicidad ➢ Híbrido (Publicidad Humor) ➢ Humor ➢ Personal	➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢ Carrusel

	30/11	1.3 Millones	2	20.027	134	➢ 634 Positivos ➢ 3.Neutros	➢ Híbrido (personal-publicidad) ➢ Publicidad	➢ *Reels,* ➢ *Reels* ➢
	01/12	1.3 Millones	3	12.708	2.897	➢ 651 Positivos ➢ 1 Neutro	➢ Personal ➢ Humor ➢ Humor	➢ *Reels,* ➢ *Reels* ➢ *Reels* ➢
Totales	-	1.3 millones	44	273.026	17.308	➢ 6.547 Positivos ➢ 36 Negativos ➢ 124 Neutros	➢ 13 Humor ➢ 14 Personales ➢ 7 Publicidad ➢ 6 Humor-Publicidad ➢ 3 Personal-Humor ➢ 1 Personal-Publicidad	➢ 38 *Reels* ➢ 6 Carrusel

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla N°14. Análisis de participación de Dora Mazzone en *TikTok*

Medio *TikTok*	Fecha	Número de Seguidores	Número de publicaciones	Reacciones (*likes*)	Compartidos	Comentarios	Línea de contenido	Guardados
	17/11	1.3 Millones	1	258	4	➢ 4 Positivos	➢ Humor	6
	18/11	1.3 Millones	2	1.359	32	➢ 30 Positivos	➢ Publicidad ➢ Humor	81
	19/11	1.3 Millones	3	662	11	➢ 28 Positivos	➢ Humor ➢ Humor ➢ Humor	13
	20/11	1.3 Millones	2	3.470	36	➢ 60 Positivos	➢ Humor ➢ Humor	52
	21/11	1.3 Millones	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó
	22/11	1.3 Millones	1	290	1	➢ 2 Positivos	➢ Personal	8
	23/11	1.3 Millones	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó
	24/11	1.3 Millones	2	1.153	24	➢ 12 Positivos ➢ 2 Neutros	➢ Publicidad ➢ Híbrido (publicidad-humor)	20

	25/11	1.3 Millones	3	1.782	5	➢ 36 Positivos	➢ Personal ➢ Híbrido (publicidad-humor) ➢ Personal	37
	26/11	1.3 Millones	1	173	0	➢ 2 Neutros ➢ 18 Positivos	➢ Híbrido (personal-humor)	6
	27/11	1.3 Millones	2	3.695	74	➢ 117 Positivos	➢ Humor ➢ Híbrido publicidad-humor)	55
	28/11	1.3 Millones	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó	No se publicó
	29/11	1.3 Millones	4	998	5	➢ 33 Positivos	➢ Publicidad ➢ Humor ➢ Publicidad ➢ Humor	17

	30/11	1.3 Millones	3	8.028	2.906	➢ 142 Positivos ➢ 27 Neutros ➢ 2 Negativos	➢ Humor ➢ Humor ➢ Personal-temática navidad	7.065
	01/12	1.3 Millones	2	398	20	➢ 11 Positivos	➢ ➢ Humor ➢ Personal	11
Totales	-	1.3 Millones	26	22.266	3.118	➢ 465 Positivos ➢ 31 Neutros ➢ 2 Negativos	➢ 4 Publicidad ➢ 5 Personal ➢ 13 Humor ➢ 3 Publicidad-Humor ➢ 1 Personal- Humor	7.371

Fuente: Elaboración propia (2024).

5.8 Interpretación de resultados de la matriz descriptora, a partir del instrumento N°IV

Este análisis tuvo una duración de 15 días, desde el 17 de noviembre de 2023 hasta el 01 de diciembre de 2023. Se estudiaron las publicaciones, comentarios, reacciones, la línea de contenido y el formato de publicación de la participación del sujeto de estudio, Dora Mazzone, en las redes sociales: *TikTok* e *Instagram*.

Con respecto a la tabla N°13 sobre el análisis de participación, donde se estudió el contenido publicado, y recepción del mismo, del sujeto de estudio en la red social *Instagram*, se encontró que Dora Mazzone cuenta con una comunidad de 1.3 millones de seguidores, por lo tanto se puede considerar como una *Megainfluencer*. Cabe destacar que la artista realizó 44 publicaciones, de las cuales 38 fueron en formato de *reel* y el resto en formato de carrusel (6).

En cuanto a la percepción del público con las publicaciones, fue positiva, debido a que hubo un total de 6.707 comentarios, de los cuales 6.527 fueron positivos (97,5%), 36 fueron negativos (0,5%) y 124 fueron neutros (2%). En correlación, estás 44 publicaciones tuvieron 273.026 *likes* y 17.308 compartidos, lo que equivale a un promedio de 6.205 *likes* y 394 compartidos por *post.* Es esencial, tener presente que este es un promedio y evidentemente la cantidad de compartidos y *likes* puede variar significativamente de una publicación a otra.

Se puede inferir según estos datos que la comunidad que sigue a la artista disfruta del contenido que ella comparte a través de esta plataforma. Es importante destacar que los investigadores analizaron que la línea de contenido de Mazzone en *Instagram* durante estos 15 días se configuró de la siguiente manera: las dos principales líneas de contenido fueron personal (14

publicaciones) y humorístico (13 publicaciones). También, Dora Mazzone realizó publicaciones publicitarias (7) y de contenido híbrido (10).

Es fundamental señalar que los investigadores establecieron al contenido híbrido como aquellas publicaciones que mezclaban de forma simultánea las líneas de contenido antes mencionadas. Dentro de las publicaciones híbridas, existieron tres categorías en *Instagram*: híbrido (humor-publicitario) 6, híbrido (personal-humor) 3 e híbrido (personal-publicitario) 1.

En la tabla N°14 se analizó la participación de Mazzone en *TikTok.* En dicha plataforma, Dora cuenta con la misma cantidad de seguidores que en la cuenta de *Instagram*, 1.3 millones de seguidores. Durante el período analizado el sujeto de estudio realizó 26 publicaciones.

Estas 26 publicaciones tuvieron 498 comentarios. De ellos, 465 fueron positivos (93%), 31 neutros (6,6%) y 2 negativos (0,4%); por lo tanto al igual que *Instagram* los usuarios tienen una recepción positiva del contenido de Dora. De igual forma, durante este tiempo, recibió 22.266 *likes*, 3.118 compartidos y 7.371 guardados. En promedio serían 856 *likes*, 119 compartidos y 283 guardados por publicación. Es esencial, tener presente que este es un promedio y evidentemente la cantidad de compartidos, guardados y *likes* puede variar significativamente de una publicación a otra.

Con respecto a la línea de contenido en *TikTok*, el 50% de las publicaciones se centraron en el humor (13), mientras que el 19,2% se centró en lo personal (5) y el 15,4% en la publicidad (4). El 15,4% restante fue híbrido (4). De las publicaciones híbridas, el 75% eran de publicidad-humor (3) y el 25% de personal-humor (1).

En una primera instancia, se puede analizar que el sujeto de estudio emplea a las plataformas digitales *Instagram* y *TikTo*k, como espacios disponibles donde

puede promocionar su contenido, y a su vez interactuar con su comunidad de 1.3 millones de seguidores. Además se interpretó que el principal rol del sujeto de estudio a través de las redes sociales es *Creador de contenido*, a razón de que publica una diversa línea de contenido: personal, humorístico, publicitario, e híbrido. De igual manera, otros roles que se observaron dentro del análisis de participación fueron Embajadora de marca e *Influencer.* Otro aspecto, que también es fundamental analizar es que Dora ha logrado equilibrar el número de seguidores en ambas redes (1.3 Millones).

Se pudo analizar que gran parte de la comunidad tiene una actitud receptiva ante el contenido que publica Dora Mazzone en sus cuentas de *TikTok* e *Instagram*. Debido a que, hubo un total de 7.205 comentarios en ambas redes, de los cuales 6.992 fueron positivos (97%), 38 fueron negativos (0,5%) y 155 fueron neutros (2,5%). Esto refleja una recepción positiva del público por parte del contenido que publica el sujeto de estudio en ambas redes, a razón de que los comentarios positivos respectivamente en cada plataforma, superan el 90%.

Con respecto a las reacciones, es el punto donde se puede evidenciar una diferencia entre ambas cuentas, debido a que en *Instagram* el sujeto de estudio, según los resultados de la matriz, posee una mayor interacción con su comunidad, teniendo un promedio de 6.205 *likes* y 394 compartidos por *post;* por su parte, en *TikTok* posee una notable diferencia, debido a que el promedio por *post* es de 856 *likes*, 119 compartidos y 283 guardados.

También es fundamental destacar, que el sujeto de estudio en su cuenta de *Instagram* publicó todos los días analizados (desde el 17 de noviembre hasta el 01 de diciembre), en cambio, en su cuenta de *TikTok* no realizó publicaciones en tres días (21, 23, 28 de noviembre). De igual manera, el contenido publicado fue mayor en la red de *Instagram* (44 publicaciones), en *TikTok* fueron 26; en concordancia el equilibrio de línea de contenido publicada en *TikTok* fue menor a comparación a la de *Instagram*, debido a que más del 50% del contenido

publicado en *TikTok* estuvo centrada en el humor, en cambio, la cuenta de *Instagram* tuvo dos pilares de contenido (humor y personal), complementado con otras líneas (publicidad, híbrido).

Un aspecto fundamental a tener presente, es que la línea de contenido de Dora Mazzone en ambas cuentas mantiene coherencia con su figura como artista, se puede inferir que la actriz ha desarrollado una grilla de contenido para consolidar su imagen dentro de las plataformas digitales.

5.9 Interpretación de resultados a partir de la Triangulación de datos

Después de analizar los datos recabados en los instrumentos, los investigadores decidieron compararlos utilizando los métodos de triangulación escogidos en el marco metodológico. En este contexto, se presentará la conceptualización de Denzin (1970), que identifica cuatro formas de triangulación en la investigación:

1. Triangulación de datos: consiste en comparar datos de distintas fuentes que se refieren al mismo hecho.
2. Triangulación de investigadores: utilizar a distintos observadores en el análisis de la misma situación.
3. Triangulación de teorías: es la triangulación que indica que se deben combinar distintos modelos teóricos en el análisis del hecho.
4. Triangulación metodológica: en este caso se habla de la triangulación entre métodos, por ejemplo, comparar los datos obtenidos por el investigador con los señalados por otros actores.

De los cuatro tipos, los investigadores seleccionaron las triangulaciones identificadas con los números 1,2 y 4.

5.10 Tabla N°15. Triangulación de resultados del tipo 1, según modelo de Denzin (1970)

Tabla N°15. Triangulación de resultados del tipo 1, según modelo de Denzin (1970)

Pregunta	**Cuestionario *online Google form***	**Entrevista a Dora Mazzone (sujeto de estudio)**	**Entrevista a Helena Rosas (experto informante)**	**Análisis de participación en redes sociales del sujeto de estudio**
¿Cuáles son los factores han afectado a la industria nacional de la actuación?	167 personas (84.8%) consideran que la causas que han afectado a la industria son Políticas; 180 personas (91.4%) consideran que las causas han sido Económicas; 89 personas (45.2%) considera que las causas han sido Sociales; 59 personas (29.9%) consideran que una de las causas ha sido debido a la Salud (Covid-19) y 65 personas consideran que las causas que han afectado a la industria de la actuación venezolana han sido tecnológicas.	La entrevistada mencionó que un factor político crucial ocurrió entre los años 2007 y 2008, cuando cerraron las puertas de Radio Caracas, lo que dejó a un gran número de personas, alrededor de 3.000 entre personal contratado y *staff*, sin empleo en ese momento. Este acontecimiento,	La entrevistada mencionó que los factores económicos han afectado de manera significativa la industria de la actuación, seguidos por el impacto de la pandemia. A pesar de estos desafíos, percibe una especie de resurgimiento, destacando que hay una parte de la población	N/A

	84.8% de los encuestados identifica las causas políticas como un factor clave. Esto puede referirse a regulaciones gubernamentales, censura, falta de apoyo estatal o incluso influencias políticas en la producción artística. El 91.4% señala las dificultades económicas como una de las principales causas. La falta de inversión, la escasez de recursos financieros y la inflación han podido limitar significativamente la viabilidad y calidad de las producciones. El 45.2% identifica causas sociales. Estas pueden abarcar cambios en las preferencias del público, la migración de talento o la inestabilidad social que ha afectado la industria. Un 29.9% considera que la pandemia de Covid-19 ha tenido un impacto en la industria de la actuación. Las restricciones,	según sus palabras, impactó directamente a aquellos que trabajaban en la industria, señalando la clausura de Radio Caracas como un factor político que generó desempleo y tuvo un efecto significativo en la dinámica laboral de la industria de la actuación en Venezuela. De igual forma, subrayó que los artistas que optaron por permanecer en Venezuela han experimentado un proceso de transformación, adaptándose a las circunstancias cambiantes. Destacó la	con deseos de progresar y salir adelante. Otro aspecto, que señaló la entrevistada es que la falta de producciones nacionales ha promovido la reinvención de los artistas venezolanos.	

	la suspensión de producciones y las limitaciones en la interacción social han afectado significativamente la actividad artística. El 32.9% considera la causas tecnológicas, lo que podría referirse a la evolución de plataformas digitales, cambios en los patrones de consumo debido a la tecnología o incluso la necesidad de adaptación tecnológica en la producción audiovisual. Estos resultados destacan la complejidad y la interconexión de múltiples factores que han influido en la industria de la actuación venezolana. Desde aspectos políticos y económicos hasta el impacto de la pandemia y el constante avance tecnológico, cada una de estas áreas ha contribuido de manera significativa a los	importancia de la audacia y astucia en este proceso, haciendo hincapié en comprender y abrazar la nueva era digital en las plataformas como una estrategia clave. De esta forma, enfatizó que, en efecto, ha habido un cambio significativo y necesario en la forma en que los artistas operan en medio de los desafíos actuales.		

	desafíos que enfrenta esta industria en el país.			
¿Cuáles son los espacios disponibles para actores en el país?	82 personas (41%) consideran que los talleres de actuación son un espacio que permanece activo para los actores del país; 166 personas (84,3%) consideran que el *Teatro* es un espacio que permanece activo; 49 personas (24,8%) consideran que las Producciones de telenovelas permanecen activas; 61 personas (30,1%) consideran que las Producciones de películas (cine) son un espacio que permanece activo; 43 personas (21,8%) consideran que las plataformas de *Streaming* son un espacio que permanece activo para los actores venezolanos; 150 personas (76,1%) consideran que las *Redes sociales* son un espacio que permanece activo; 71 personas (36%) piensa que los Espectáculos son un espacio activo hoy día para los actores; 112	La entrevistada mencionó que los espacios para actores que se mantienen activos en Venezuela pueden variar. Destacó que estos lugares pueden encontrarse tanto en teatros emblemáticos como en centros comerciales.	Indicó que actualmente se están realizando diversas producciones en el país. Hizo referencia a la presencia de numerosos espectáculos, incluyendo conciertos de artistas reconocidos a nivel internacional. En cuanto a la actuación, mencionó que ya se han iniciado al menos dos producciones, una novela reciente, y supone que en otros canales también se están llevando a cabo este tipo de proyectos. Utilizó la metáfora del	Se puede analizar que el sujeto de estudio emplea a las plataformas digitales *Instagram* y *TikTok,* como espacios disponibles donde puede promocionar su contenido, y a su vez interactuar con su comunidad de 1.3 millones seguidores.

	personas (56,9%) consideran que la Publicidad es un espacio que permanece activo para los actores; y por último; 12 personas (6,1%) piensa que las Producciones de series son un espacio que permanece activo para los actores en el país. El alto porcentaje (76,1%) que destaca las *Redes sociales* como un espacio activo resalta el papel crucial de estas plataformas para los artistas. Estas herramientas digitales ofrecen un espacio para la promoción, difusión y conexión directa con el público, permitiendo a los artistas mantener una presencia constante en el ojo público y expandir su alcance más allá de las fronteras físicas y dificultades que presenta la industria de la actuación venezolana.		ave fénix para expresar un sentimiento de resurgimiento y entusiasmo en la industria, sugiriendo un renacer y una renovada energía en el ámbito de la actuación. También señaló que muchos artistas han optado por otras alternativas como el microteatro, mini conciertos y diversas actividades que antes no eran tan comunes.	

	Considerada significativa por un 56,9%, la *publicidad* sigue siendo apreciada como un espacio activo por los encuestados. Los actores participan en campañas comerciales y promocionales, aprovechando su habilidad para comunicar mensajes y productos. El *Teatro*, con un sólido 84,3%, demuestra su relevancia continua. A pesar de los desafíos, sigue siendo una plataforma para la expresión artística, un espacio donde los artistas pueden experimentar, crecer y mantenerse conectados directamente con su audiencia. Aunque la *Producción de telenovelas y la Producción de películas* presentan porcentajes más bajos (30,1% para el cine y 24,8% para las telenovelas), su presencia en las respuestas sugiere que, a pesar de los desafíos, estos espacios todavía			

	retienen relevancia en la industria. Sin embargo, su menor percepción de actividad podría indicar y confirmar una reducción en la producción o en las oportunidades laborales en comparación con épocas anteriores. Aunque las plataformas de *Streaming* se mencionan por un 21,8%, estas plataformas emergentes están ganando terreno. Su inclusión en las respuestas muestra un interés creciente y una posible alternativa para los actores, aunque todavía no alcanzan el nivel de reconocimiento de otros espacios. Con un 36%, los *Espectáculos* se mantienen como un espacio relevante. A pesar de no estar entre los más altos, su presencia indica que todavía se valoran y consumen producciones en vivo, lo que			

	sugiere una demanda continua por experiencias culturales. Pese a que las *Producciones de serie* obtuvieron el menor porcentaje (6,1%), su mención muestra un interés en la producción seriada, posiblemente reflejando la incursión en nuevos formatos y plataformas que podrían crecer en el futuro. Estos datos sugieren que, ante la disminución de producciones tradicionales como telenovelas y películas, los artistas se han volcado hacia nuevas plataformas (especialmente redes sociales y publicidad) para mantenerse activos, visibles y conectados con su público. Esto refleja una adaptación creativa y una búsqueda proactiva de oportunidades alternativas en un contexto desafiante para la industria del entretenimiento en Venezuela.			

	Por otra parte, en referencia a la opción OTRA dentro de la pregunta, se obtuvieron las siguientes respuestas por parte de los encuestados: Radio 1 (0,5%) y No sé 1 (0,5%). La primera respuesta, demarca un aspecto sumamente interesante debido a que menciona a la radio como medio que sigue en vigencia para los artistas venezolanos.			
¿Qué otros roles han asumido los artistas después de los cambios dentro de la industria de la actuación?	173 personas (87,8%) piensan que los artistas han asumido el rol de *Influencers* a partir de la crisis que vive el país desde hace varios años; 129 personas (65,5%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Embajadores de marca*; 164 personas (83,3%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Creadores de contenido*; 52 personas (26,4%) piensan que los artistas han asumido el rol de *Conferencistas motivacionales*; 97 personas (49,2%) consideran que los	La entrevistada resaltó cómo las redes sociales, como *TikTok* e *Instagram*, han surgido como espacios fundamentales para los artistas en la actualidad. Mencionó cómo estos canales digitales se han convertido en herramientas esenciales para ella y otros artistas	N/A	Se interpretó que el principal rol del sujeto de estudio a través de las redes sociales es Creador de contenido, a razón de que publica una diversa línea de contenido: contenido: personal, humorístico, publicitario, e híbrido.

	artistas han asumido el rol de *Modelos*; 47 personas (23,9%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Coaching*; y por ultimo; 101 personas (51,3%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Presentadores*. Estos resultados reflejan una transformación significativa en el papel de los artistas venezolanos, principalmente debido a la crisis en curso en el país. El fenómeno más predominante parece ser la adopción del rol de *influencers* con un abrumador 87,8% de los encuestados reconociendo esta evolución. Esto sugiere que muchos artistas han encontrado en las redes sociales una plataforma para proyectar sus opiniones, intereses y su arte, generando impacto en audiencias más amplias. Además, un alto porcentaje (83,3%) ve a los artistas como *creadores de contenido*,	que buscan seguir entreteniendo a un público que permanece en casa. Señaló que las plataformas digitales, en especial *TikTok* e *Instagram*, han permitido llevar contenido de calidad a una audiencia que espera ser entretenida, destacando la importancia de estas nuevas herramientas para seguir conectando con el público.		De igual manera, otros roles que se observaron dentro del análisis de participación fueron Embajadora de marca e *Influencer.*

	lo que puede indicar una adaptación exitosa a las nuevas formas de comunicación y entretenimiento, especialmente a través de plataformas digitales. La idea de los artistas como *embajadores de marca* (65,5%) refleja una posible incursión en el mundo empresarial y publicitario, aprovechando su influencia para respaldar productos o servicios. Por otro lado, roles como *conferencistas motivacionales* (26,4%), *modelos* (49,2%), *Coaches* (23,9%) y *presentadores* (51,3%) también han sido asumidos por una cantidad considerable de artistas. Estos roles adicionales podrían estar relacionados con la diversificación de sus actividades profesionales y la búsqueda de oportunidades en diversos campos más allá del arte tradicional. En resumen, la crisis ha llevado a una reinvención del rol del artista, explorando			

	nuevas facetas profesionales que van desde lo digital hasta lo empresarial, ampliando su alcance y aportando a otras industrias.			
¿Cómo ha sido la percepción del público ante los nuevos roles de los artistas?	19 personas (9.6%) consideran que la participación de la artista Dora Mazzone en plataformas como *TikTok* es Fuera de lo común; 12 personas (6.1%) piensan que *Raya en lo ridículo*; 39 personas (19.8%) consideran que es *Muy divertida*; 37 personas (18.8%) piensan que luce autentica con lo que hace en las redes sociales; 41 personas (20.8%) consideran que ha *conquistado muchos seguidores;* y por último; 37 personas (18.8%) consideran que la participación de la actriz Dora Mazzone en plataformas como *TikTok* es un *Estilo de vida profesional.* Los resultados reflejan una variedad de percepciones sobre la participación de Dora Mazzone en plataformas como	La entrevistada mencionó que la percepción del público hacia sus nuevos roles ha sido diversa. Destacó la existencia de críticas y señalamientos por parte de algunos, así como la presencia de una *generación de cristal* que se ofende fácilmente por lo que se publica en las redes. Sin embargo, resaltó que la mayoría del público es positivo y suele apoyar las cosas positivas que realiza.	La entrevistada considera que la percepción y recepción del público es positiva hacia los nuevos roles asumidos por los artistas. Sin embargo, enfatiza que el resultado depende de cómo se utilicen esos roles; si se usan de manera positiva, se recibirá una respuesta positiva, pero si no, la respuesta no será favorable. Esta perspectiva enfatiza la importancia de la intención y el uso de	Se pudo analizar que gran parte de la comunidad tiene una actitud receptiva ante el contenido que publica Dora Mazzone en sus cuentas de *TikTok* e *Instagram*. Debido a que, hubo un total de 7.205 comentarios en ambas redes, de los cuales 6.992 fueron positivos (97%), 38 fueron negativos (0,5%) y 155 fueron neutros (2,5%). Esto refleja una recepción positiva del público por parte del contenido que

	TikTok. Un pequeño porcentaje, un 9.6%, encuentra su participación *fuera de lo común*, lo que puede interpretarse como una apreciación hacia una estrategia diferente o poco convencional para su presencia en esta plataforma. Por otro lado, un 6.1% piensa que su participación *raya en lo ridículo*, indicando una visión más crítica o negativa sobre su contenido en *TikTok.* Sin embargo, una parte significativa de los encuestados tienen opiniones más positivas: un 19.8% lo encuentra *muy divertido*, lo que sugiere que su contenido en la plataforma genera entretenimiento y agrado. Además, un 18.8% considera que *luce auténtica* en lo que hace en las redes sociales, lo que puede interpretarse como una apreciación de su autenticidad o sinceridad en su participación en *TikTok.*		esos roles en la respuesta del público.	publica el sujeto de estudio en ambas redes, a razón de que los comentarios positivos respectivamente en cada plataforma, superan el 90%.

	Además, un 20.8% opina que ha *conquistado muchos seguidores,* lo que refleja una percepción de éxito en términos de alcance o impacto en la plataforma. Finalmente, un 18.8% considera que su participación en *TikTok* es un *estilo de vida profesional*, lo que podría interpretarse como una percepción de dedicación o compromiso profesional con su presencia en esta plataforma, viéndola como una extensión de su carrera artística.			
¿Cuáles son las expectativas ante estos cambios en la industria?	166 personas respondieron que les parece positiva (84,3%) la reinvención del artista venezolano, dentro los argumentos que expusieron para tener esta posición; está la cercanía con 6 (3,60%) personas que precisaron este factor, al igual que la importancia de las redes (3,60%). Otros aspectos que también indicaron los encuestados fueron el buen uso 5 (3,01%),	La entrevistada mencionó que su incursión en los medios digitales ha sido un factor que influyó en su éxito y le ha permitido involucrarse en nuevos proyectos para su carrera. Atribuye parte de su éxito a esta incursión en	La entrevistada indicó que ya se están dando indicios de un resurgimiento en las producciones nacionales, mencionando que este año ya ha comenzado a observarse ese	N/A

	el impacto económico 4 (2,46%), la relevancia 13 (7,83%) y la reinvención 112 (67,46%). Solamente 20 personas (12,04%) no expusieron argumentos para justificar su decisión. En contraposición, las personas que señalaron que les parece negativa la reinvención de artistas venezolanos representó el 15,7% de la muestra. Las razones que expusieron para dar justificación a su postura fueron: No es su rol 10 (32,25%), decadencia de la industria nacional 9 (29,03%), intereses personales 1 (3,22%), amplitud de roles 1 (3,22%), gustos 1 (3,22%), mala recepción por parte del público 1 (3,22%). 8 personas (25,84%) no dieron motivos por el cual les parecía negativa la reinvención del artista venezolano. Se puede apreciar que uno de los principales motivos que hace que el	plataformas digitales, destacando que gracias a esto pudo participar en una nueva serie y en otros proyectos adicionales.	resurgimiento. Esta respuesta sugiere una visión optimista o un reconocimiento de una tendencia positiva hacia una mayor actividad en la producción nacional en los canales de televisión y teatros.	

	proceso de reinvención tenga una percepción positiva por parte de la audiencia es la reinvención como proceso natural del Hombre, esa capacidad que tiene el ser humano para asumir distintos roles ante los cambios del contexto. Aunque, este factor también es el primero de los argumentos en contra. Entonces, se puede analizar que según la perspectiva del individuo este factor de transformación y versatilidad podrá tener una connotación positiva o negativa.			

Fuente: Elaboración propia (2024), a partir de Denzin (1970).

5.11 Interpretación de resultados a partir de la triangulación de resultados del tipo 1, según modelo de Denzin (1970)

En el caso de la **Triangulación de tipo 1,** se puede apreciar que tanto los factores Económicos y Políticos afectaron de manera significativa a la industria nacional de la actuación. Regulaciones gubernamentales (como el cierre de RCTV), censura, falta de apoyo estatal o incluso influencias políticas en la producción artística; también, la falta de inversión, la escasez de recursos financieros y la inflación han podido limitar significativamente la viabilidad y calidad de las producciones a escala nacional.

En segunda instancia, se encuentran los factores Sociales y de Salud (Covid-19), en el aspecto social está la propia inestabilidad de la sociedad venezolana, la migración del talento nacional hacia el exterior. Tanto el sujeto de estudio, como la experta informante, demarcaron que la pandemia afectó mucho a la producción nacional debido a las restricciones que limitaban la interacción social.

El último factor fue el tecnológico, probablemente debido a que la percepción de las personas puede estar en sintonía con la de Dora Mazzone que percibe a las nuevas tecnologías como una posibilidad que pueda apoyar a las nuevas estrategias dentro de la industria nacional.

Estos resultados coinciden con los nuevos espacios disponibles para los artistas nacionales, las redes sociales hoy día se presentan como uno de los principales medios para que los artistas puedan seguir expandiéndose a sus audiencias, plataformas digitales como *Instagram* y *TikTok*, son medios donde los artistas pueden formar comunidades e interactuar con sus seguidores. Y no solamente interactuar con sus seguidores a través de la publicación de contenido

personal, sino también por medio de la promoción de marcas, servicios y productos.

No obstante, el teatro también sigue siendo un medio por el cual los artistas pueden seguir promoviendo su arte y contenido, ya que es una plataforma para la expresión artística, un espacio donde los artistas pueden experimentar, crecer y mantenerse conectados directamente con su audiencia.

Otro espacio, que ha tenido una disminución considerable pero sigue realizando esfuerzo para mantenerse en vigencia son las producciones de películas y de telenovelas; la experta informante con respecto a este punto demarcó que los canales están realizando esfuerzos para volver a la creación de contenido nacional. En contraste, los espectáculos se perciben como un espacio con mayor relevancia a escala nacional.

De igual forma, otros espacios también tuvieron mención como las plataformas de *streaming,* producciones de series y radio. Se puede analizar que estos no tienen un desarrollo tan elevado como pueden ser las redes sociales, pero pueden ser medios que presentan un interés (Plataforma de *streaming* y de series), o han perdido su relevancia en la realidad actual (radio).

Evidentemente, los cambios dentro de la industria de la actuación nacional ha transformado a su vez los roles de los artistas venezolanos, roles cada vez más cercanos a los nuevos medios donde pueden desempeñar su trabajo artístico.

Se pudo analizar que los tres principales nuevos roles de los artistas venezolanos son *influencers, creadores de contenido* y *embajadores de marca*. En concordancia, el sujeto de estudio de la presente investigación también ha asumido estos roles dentro de su proceso de reinvención. Mazzone señaló que busca entretener a un público que permanece en casa, y también indicó que las plataformas digitales, en especial *TikTok* e *Instagram*, han permitido llevar

contenido de calidad a una audiencia que espera ser entretenida, destacando la importancia de estas nuevas herramientas para seguir conectando con el público.

Otros roles, también señalados fueron *conferencistas motivacionales, modelos*, *Coaches* y *presentadores.* Se puede observar y analizar que existe variedad notable dentro de lo que son las nuevas dinámicas de los artistas venezolanos, esto podría estar fuertemente influenciado por los diversos cambios que ha vivido la industria dentro de los últimos años, que en cierta medida obliga a los artistas a ser cada vez más integrales y versátiles en los diferentes espacios y roles.

Es fundamental señalar, que estos cambios han tenido una percepción por parte de la audiencia. Es interesante observar que parte de la percepción al proceso de reinvención de Dora Mazzone hay opiniones muy dispersas; las cuatro percepciones que tuvieron mayor ponderación: *Conquistado muchos seguidores, Estilo de vida profesional, Muy divertido y Luce Auténtica.* Estas cuatros percepciones pueden reflejar una receptividad positiva por parte de las personas al contenido que publica Mazzone en sus redes sociales. Sin embargo, es importante resaltar que también existe un público que considera a Dora y su trabajo *Fuera de lo común* y *Raya en lo ridículo*.

Mazzone conoce parte de esta variedad con respecto a la recepción del público, no obstante, señaló que la mayoría del público es positivo y suele apoyar las cosas positivas que realiza. Esta afirmación se comprueba en la interacción de sus redes sociales, debido a que 90% o más de los comentarios que recibió durante los 15 días de análisis fueron positivos.

Un aspecto interesante de la presente investigación, es que los investigadores analizaron que surgió un indicador emergente: expectativas sobre la industria nacional.

La mayoría de las personas encuestadas (166) considera positiva la reinvención de los artistas, debido a que observan de forma positiva el proceso de transformación y reinvención, ven un impacto económico positivo, y del igual forma, en las redes. Sociales. Esta percepción optimista puede inferir que existe una expectativa favorable sobre la industria nacional de la actuación.

Por su parte, el sujeto de estudio también observa favorable la incursión en los medios digitales, a su vez comenta que estos medios han permitido que se involucre en nuevos proyectos relacionados a su carrera. De igual forma, Helena Rosas comenta que este año comenzó un resurgimiento en la industria nacional.

Es evidente, que estas visiones son optimistas ante el futuro de la industria nacional. No obstante, también existen personas que consideran negativa la reinvención de los artistas venezolanos, lo interesante de este aspecto es que las personas que consideraron negativa ese proceso de reinvención presentaron argumentos como: *No es su rol principal* y *la decadencia de la industria.*

Esto significa, que tanto las personas que estuvieron a favor, como en contra de la reinvención del artista venezolano emplearon como argumento principal esa capacidad de cambio que tiene el ser humano para adaptarse ante los cambios del entorno. Entonces, se puede inferir que las distintas perspectivas que puedan surgir podrán estar determinadas según la visión que se tenga.

5.12 Tabla N°16. Triangulación de resultados del tipo 2, según modelo de Denzin (1970).

Se procede a contrastar las respuestas proporcionadas por los expertos informantes que fueron entrevistados por los investigadores de este estudio. De esta manera, buscaremos identificar discrepancias o coincidencias en sus puntos de vista.

Tabla N°16. Triangulación de resultados del tipo 2, según modelo de Denzin (1970).

Pregunta	Entrevista a Dora Mazzone (sujeto de estudio)	Entrevista a Helena Rosas (experto informante)
¿Qué factores políticos, sociales, económicos han venido afectando a la industria de la actuación nacional?	La entrevistada mencionó que un factor político crucial ocurrió entre los años 2007 y 2008, cuando cerraron las puertas de Radio Caracas, lo que dejó a un gran número de personas, alrededor de 3.000 entre personal contratado y staff, sin empleo en ese momento. Este acontecimiento, según sus palabras, impactó directamente a aquellos que trabajaban en la industria, señalando la clausura de Radio Caracas como un factor político que generó desempleo y tuvo un efecto significativo en la dinámica laboral de la industria de la actuación en Venezuela.	La entrevistada mencionó que los factores económicos han afectado de manera significativa la industria de la actuación, seguidos por el impacto de la pandemia. A pesar de estos desafíos, percibe una especie de resurgimiento, destacando que hay una parte de la población con deseos de progresar y salir adelante.

¿De qué manera afectó la pandemia Covid-19 a la industria de la actuación nacional?	La entrevistada indicó que la pandemia afectó significativamente la industria de la actuación nacional. Mencionó que las actividades que se estaban llevando a cabo en el canal Venevisión y algunos escenarios teatrales en Venezuela se vieron directamente impactadas. Explicó que los teatros cerraron sus puertas debido a la falta de asistencia del público; la gente no adquiría los tickets para presenciar las obras, lo que generó un declive en la actividad teatral y en la audiencia de los programas televisivos relacionados con la actuación.	La entrevistada explicó que la pandemia Covid-19 generó un impacto considerable en la industria de la actuación, tanto a nivel nacional como mundial. Destacó que la paralización de eventos masivos y espectáculos fue especialmente drástica en este sector, lo que llevó a una suspensión generalizada de actividades. Describió el período posterior al inicio de la pandemia como un estado de incertidumbre y letargo, con una falta de claridad sobre el futuro y la posibilidad de regresar a la normalidad. Esta situación afectó significativamente a todas las áreas del mundo del espectáculo.
¿Cuáles son los espacios y tipos de producciones que permanecen activas en Venezuela?	La entrevistada mencionó que los espacios para actores que se mantienen activos en Venezuela pueden variar. Destacó que estos lugares pueden encontrarse tanto en teatros emblemáticos como en centros comerciales.	La entrevistada señaló que actualmente se están realizando diversas producciones en el país. Hizo referencia a la presencia de numerosos espectáculos, incluyendo conciertos de artistas reconocidos a nivel internacional. En cuanto a la actuación, mencionó que ya se han iniciado al menos dos producciones, una novela reciente, y supone que en otros canales también se están llevando a cabo este tipo de proyectos. Utilizó la metáfora del ave fénix para expresar un sentimiento de resurgimiento y entusiasmo en la industria, sugiriendo un renacer y una renovada energía en el ámbito de la actuación.

¿Cómo ha sido su proceso de adaptación ante estos cambios?	La entrevistada comentó que tiene una mentalidad profesional sólida y adaptable en el mundo del entretenimiento. Mencionó su versatilidad, creatividad y habilidades y resaltó su variedad de capacidades, desde dominar distintos idiomas hasta desempeñarse en áreas diversas como actuación, canto y baile. Esta disposición a adaptarse y evolucionar dentro de la industria del entretenimiento muestra una mentalidad abierta a nuevos desafíos y una determinación constante para seguir creciendo profesionalmente. Su enfoque resiliente es evidente al indicar su disposición para ajustarse a cualquier plataforma.	La entrevistada indicó que el proceso de adaptación como productor ha tenido sus desafíos y altibajos. Mencionó un programa con una larga trayectoria de 52 años (Sábado Sensacional), destacando que atravesaron momentos difíciles, como el periodo en el que transmitieron grabaciones durante un año y medio, seguido de un regreso que fue exitoso y bien recibido por el público. Esto sugiere un proceso de adaptación marcado por retos, pero también por una aceptación positiva después de un tiempo fuera del aire.
¿Qué acciones realizaste para superar las adversidades presentes en la industria nacional?	La entrevistada mencionó que su incursión en los medios digitales ha sido un factor que influyó en su éxito y le ha permitido involucrarse en nuevos proyectos para su carrera. Atribuye parte de su éxito a esta incursión en plataformas digitales, destacando que gracias a esto pudo participar en una nueva serie y en otros proyectos adicionales.	La entrevistada indicó que ha participado en esfuerzos colaborativos dentro del canal, uniendo a todos los equipos de producción para apoyarse mutuamente y enfrentar las adversidades que se presentan en la industria de la actuación. Este tipo de alianzas y cooperación entre los equipos internos resalta la importancia del trabajo en equipo y la solidaridad para superar los desafíos en este ámbito.

¿Cómo ha sido la percepción y recepción del público a estos nuevos roles desempeñados por los artistas?	La entrevistada mencionó que la percepción del público hacia sus nuevos roles ha sido diversa. Destacó la existencia de críticas y señalamientos por parte de algunos, así como la presencia de una *generación de cristal* que se ofende fácilmente por lo que se publica en las redes. Sin embargo, resaltó que la mayoría del público es positiva y suele apoyar las cosas positivas que realiza.	La entrevistada considera que la percepción y recepción del público es positiva hacia los nuevos roles asumidos por los artistas. Sin embargo, enfatiza que el resultado depende de cómo se utilicen esos roles; si se usan de manera positiva, se recibirá una respuesta positiva, pero si no, la respuesta no será favorable. Esta perspectiva enfatiza la importancia de la intención y el uso de esos roles en la respuesta del público.

Fuente: elaboración propia (2024), a partir de Denzin (1970).

5.13 Interpretación de resultados a partir de la triangulación de resultados del tipo 2, según modelo de Denzin (1970).

En el caso de la **Triangulación de tipo 2,** se puede analizar que ambas entrevistadas coincidieron en que hubo factores que incidieron sobre la industria nacional de la actuación; sin embargo, debido a sus diferentes roles dentro del sector (actriz y productora) se denota un aspecto con más relevancia sobre el otro.

Dora Mazzone como actriz percibe de forma más cercana el factor político que afectó de forma directa su trabajo con el cierre de Radio Caracas Televisión (RCTV). Evidentemente, la productora Helena Rosas otorga un mayor peso a la parte económica, debido a que son los productores los encargados de conseguir los recursos para poder realizar cualquier producción.

De igual forma, las dos entrevistadas coincidieron que la pandemia afectó mucho a la industria nacional; enfatizaron que el sector de los espectáculos y presentaciones en vivo, fue un sector muy perjudicado debido a esa imposibilidad de poder trasladar a un público; lo que dio como consecuencia a la paralización de actividades a escala nacional.

Sin embargo, ambas entrevistadas comentaron que siguen existiendo espacios disponibles en Venezuela para la industria de la actuación, como teatros emblemáticos, centros comerciales, y espectáculos en vivo; por otra parte, la experta informante Helena Rosas indicó que está sucediendo un resurgir dentro de la industria nacional de la actuación, a razón de los esfuerzos que están realizando los distintos canales nacionales para volver a producir contenido.

El proceso de adaptación fue un factor clave; tanto para el sujeto de estudio Dora Mazzone, como para la experta informante Helena Rosas. Dora explicó que una de sus principales características ha sido su mentalidad abierta y

adaptabilidad ante los cambios que puedan suceder en el entorno; por su parte Rosas señaló que ha tenido que superar diferentes desafíos como productora, esta declaración expresa de forma implícita la habilidad de poder superar y adaptarse a las adversidades que puedan estar presentes en la industria.

Las dos entrevistadas dieron una perspectiva de oportunidad a los desafíos que presentaban la actuación en Venezuela, cada una realizó cambios necesarios según su rol (actriz y productora).

Estos cambios estuvieron acompañados de acciones. Con respecto, a este punto sí existen diferencias entre ambas, debido a que Dora gracias a la versatilidad que ofrece el rol de artista pudo optar por una reinvención individual, a través del uso de las plataformas digitales, y también ha tenido la oportunidad de involucrarse en nuevas iniciativas. A diferencia de Rosas, que sus esfuerzos de adaptación han sido colaborativos dentro del canal, donde el apoyo mutuo entre productores es factor fundamental para superar las adversidades que se presentan en la industria de la actuación

Estos cambios y transformaciones, en una primera instancia parecen que tienen una recepción positiva ante la audiencia. Sin embargo, ambas entrevistadas determinaron que también existe la posibilidad de una recepción negativa, debido al mal uso o meramente por criticar el contenido que el artista publique a través de sus redes.

5.14 Tabla N°17. Triangulación de resultados del tipo 4, según modelo de Denzin (1970)

Tabla N°17. Triangulación de resultados del tipo 4, según modelo de Denzin (1970)

Pregunta	**Cuestionario *online Google forms***	**Entrevista a Dora Mazzone (sujeto de estudio)**	**Entrevista a Helena Rosas (experto informante)**	**Matriz de análisis de participación en redes sociales del sujeto de estudio**	**Documentos**
¿Cuáles son los espacios disponibles para actores en el país?	82 personas (41%) consideran que los talleres de actuación son un espacio que permanece activo para los actores del país; 166 personas (84,3%) consideran que el *Teatro* es un espacio que permanece activo; 49 personas (24,8%) consideran que las Producciones de telenovelas permanecen activas; 61 personas (30,1%) consideran que las Producciones de películas (cine) son un espacio que permanece activo; 43 personas (21,8%)	La entrevistada mencionó que los espacios para actores que se mantienen activos en Venezuela pueden variar. Destacó que estos lugares pueden encontrarse tanto en teatros	Indicó que actualmente se están realizando diversas producciones en el país. Hizo referencia a la presencia de numerosos espectáculos, incluyendo	Se puede analizar que el sujeto de estudio emplea a las plataformas digitales *Instagram* y *TikTok,* como espacios disponibles donde puede promocionar su contenido, y a su vez interactuar	Bisbal, M. (2007). Los Medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?. Escuela de Sociología, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

	consideran que las plataformas de *Streaming* son un espacio que permanece activo para los actores venezolanos; 150 personas (76,1%) consideran que las *Redes sociales* son un espacio que permanece activo; 71 personas (36%) piensa que los Espectáculos son un espacio activo hoy día para los actores; 112 personas (56,9%) consideran que la Publicidad es un espacio que permanece activo para los actores; y por último; 12 personas (6,1%) piensa que las Producciones de series son un espacio que permanece activo para los actores en el país. El alto porcentaje (76,1%) que destaca las *Redes sociales* como un espacio activo resalta el papel crucial de estas plataformas para los artistas. Estas herramientas digitales ofrecen un espacio para la promoción, difusión y conexión	emblemáticos como en centros comerciales.	conciertos de artistas reconocidos a nivel internacional. En cuanto a la actuación, mencionó que ya se han iniciado al menos dos producciones, una novela reciente, y supone que en otros canales también se están llevando a cabo este tipo de proyectos. Utilizó la metáfora del ave fénix para expresar un sentimiento de	con su comunidad de 1.3 millones seguidores.	Este estudio analizó el estado de los medios de comunicación en Venezuela, Una de sus principales conclusiones fue que los medios de comunicación son espacios donde los artistas pueden incursionar, por lo tanto, cualquier medio de comunicación podría convertirse en un espacio de difusión de las obras creadas por los diferentes

	directa con el público, permitiendo a los artistas mantener una presencia constante en el ojo público y expandir su alcance más allá de las fronteras físicas y dificultades que presenta la industria de la actuación venezolana. Considerada significativa por un 56,9%, la *publicidad* sigue siendo apreciada como un espacio activo por los encuestados. Los actores participan en campañas comerciales y promocionales, aprovechando su habilidad para comunicar mensajes y productos. El *Teatro*, con un sólido 84,3%, demuestra su relevancia continua. A pesar de los desafíos, sigue siendo una plataforma para la expresión artística, un espacio donde los artistas pueden experimentar, crecer y mantenerse conectados directamente con su audiencia.		resurgimiento y entusiasmo en la industria, sugiriendo un renacer y una renovada energía en el ámbito de la actuación. También señaló que muchos artistas han optado por otras alternativas como el microteatro, mini conciertos y diversas actividades que antes no eran tan comunes.		actores culturales presentes a escala nacional.

	Aunque la *Producción de telenovelas y la Producción de películas* presentan porcentajes más bajos (30,1% para el cine y 24,8% para las telenovelas), su presencia en las respuestas sugiere que, a pesar de los desafíos, estos espacios todavía retienen relevancia en la industria. Sin embargo, su menor percepción de actividad podría indicar y confirmar una reducción en la producción o en las oportunidades laborales en comparación con épocas anteriores. Aunque las plataformas de *Streaming* se mencionan por un 21,8%, estas plataformas emergentes están ganando terreno. Su inclusión en las respuestas muestra un interés creciente y una posible alternativa para los actores, aunque todavía no alcanzan el nivel de reconocimiento de otros espacios.				

	Con un 36%, los *Espectáculos* se mantienen como un espacio relevante. A pesar de no estar entre los más altos, su presencia indica que todavía se valoran y consumen producciones en vivo, lo que sugiere una demanda continua por experiencias culturales. Pese a que las *Producciones de serie* obtuvieron el menor porcentaje (6,1%), su mención muestra un interés en la producción seriada, posiblemente reflejando la incursión en nuevos formatos y plataformas que podrían crecer en el futuro. Estos datos sugieren que, ante la disminución de producciones tradicionales como telenovelas y películas, los artistas se han volcado hacia nuevas plataformas (especialmente redes sociales y publicidad)				

	para mantenerse activos, visibles y conectados con su público. Esto refleja una adaptación creativa y una búsqueda proactiva de oportunidades alternativas en un contexto desafiante para la industria del entretenimiento en Venezuela. Por otra parte, en referencia a la opción OTRA dentro de la pregunta, se obtuvieron las siguientes respuestas por parte de los encuestados: Radio 1 (0,5%) y No sé 1 (0,5%). La primera respuesta, demarca un aspecto sumamente interesante debido a que menciona a la radio como medio que sigue en vigencia para los artistas venezolanos.				
¿Qué otros roles han asumido los artistas después de los	173 personas (87,8%) piensan que los artistas han asumido el rol de *Influencers* a partir de la crisis que vive el país desde hace varios años; 129 personas (65,5%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Embajadores de marca*; 164	El entrevistado resaltó cómo las redes sociales, como *TikTok* e *Instagram*, han surgido como	N/A	Se interpretó que el principal rol del sujeto de estudio a través de las redes sociales es Creador de contenido, a	Rodríguez, S. (2023). El Uso de *TikTok* como Estrategia de Comunicación para Personal

cambios dentro de la industria de la actuación?	personas (83,3%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Creadores de contenido*; 52 personas (26,4%) piensan que los artistas han asumido el rol de *Conferencistas motivacionales*; 97 personas (49,2%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Modelos*; 47 personas (23,9%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Coaching*; y por ultimo; 101 personas (51,3%) consideran que los artistas han asumido el rol de *Presentadores.* Estos resultados reflejan una transformación significativa en el papel de los artistas venezolanos, principalmente debido a la crisis en curso en el país. El fenómeno más predominante parece ser la adopción del rol de *influencers* con un abrumador 87,8% de los encuestados reconociendo esta evolución. Esto sugiere que muchos artistas han encontrado en las redes sociales una plataforma para	espacios fundamentales para los artistas en la actualidad. Mencionó cómo estos canales digitales se han convertido en herramientas esenciales para ella y otros artistas que buscan seguir entreteniendo a un público que permanece en casa. Señaló que las plataformas digitales, en especial *TikTok* e *Instagram*, han permitido llevar contenido de calidad a una audiencia que		razón de que publica una diversa línea de contenido: contenido: personal, humorístico, publicitario, e híbrido. De igual manera, otros roles que se observaron dentro del análisis de participación fueron Embajadora de marca e *Influencer.*	Branding. Escuela de Comunicación Social, Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. Rodríguez determinó que el *TikTok* puede ser una herramienta comunicativa dentro de una estrategia de creación de marca personal. El sujeto de estudio de la presente investigación ha empleado esta

	proyectar sus opiniones, intereses y su arte, generando impacto en audiencias más amplias. Además, un alto porcentaje (83,3%) ve a los artistas como *creadores de contenido*, lo que puede indicar una adaptación exitosa a las nuevas formas de comunicación y entretenimiento, especialmente a través de plataformas digitales. La idea de los artistas como *embajadores de marca* (65,5%) refleja una posible incursión en el mundo empresarial y publicitario, aprovechando su influencia para respaldar productos o servicios. Por otro lado, roles como *conferencistas motivacionales* (26,4%), *modelos* (49,2%), *Coaches* (23,9%) y *presentadores* (51,3%) también han sido asumidos por una cantidad considerable de artistas. Estos roles adicionales podrían estar relacionados con la diversificación de sus	espera ser entretenida, destacando la importancia de estas nuevas herramientas para seguir conectando con el público.			plataforma digital como parte de su estrategia comunicacional. Rojas, V. & Sierra, S. (2023). El Efecto en el Crecimiento del Capital de Marca de los Artistas en la Industria Musical. Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela. Este trabajo estudió cómo el surgimiento de

	actividades profesionales y la búsqueda de oportunidades en diversos campos más allá del arte tradicional. En resumen, la crisis ha llevado a una reinvención del rol del artista, explorando nuevas facetas profesionales que van desde lo digital hasta lo empresarial, ampliando su alcance y aportando a otras industrias.				*TikTok* ha favorecido la promoción de los artistas musicales y de su contenido a través de la aplicación. Las investigadoras concluyeron que los artistas pueden emplear las diferentes herramientas digitales para promocionar su marca personal, así como el contenido que crean.

Fuente: Elaboración propia (2024), a partir de Denzin (1970).

5.15 Interpretación de resultados a partir de la triangulación de resultados del tipo 4, según modelo de Denzin (1970)

En el caso de la **Triangulación de tipo 4**, se puede analizar que la industria ha tenido cambios en las dinámicas de espacios disponibles para los actores. Uno de estos cambios principales han sido las Redes sociales*,* debido a que han adquirido una gran relevancia para la exposición de cualquier artista (plataformas digitales como *TikTok* e *Instagram);* como menciona el comunicador social Marcelino Bisbal cualquier medio de comunicación podría convertirse en un espacio de difusión de las obras creadas por los diferentes actores culturales presentes a escala nacional.

Cabe señalar que no solamente la exposición se refiere a ellos como artistas, sino también a las marcas, productos y servicios que hacen promoción a través del contenido publicitario.

De igual manera, el teatro se ha presentado como un espacio relevante ante las dinámicas actuales de la industria nacional; a razón de que los artistas han logrado que ese medio sea un espacio donde pueden experimentar, crecer y mantenerse conectados directamente con su audiencia.

Otro sector que ha tratado de revivir y mantenerse vigente ante la nueva realidad son las producciones de telenovelas y películas; como indicó la experta informante los canales están realizando esfuerzos para incentivar la creación de contenido nacional. En párelo, los espectáculos todavía se perfilan como un medio en vigencia a escala nacional, actividades como conciertos y presentaciones en vivo.

Otros medios que también estuvieron presentes fueron: plataformas de *Streaming,* Producciones de series y la Radio. Estos espacios son lo que se perciben con menos participación por parte de los artistas venezolanos, o en su

defecto con posibilidad de desarrollo (plataformas de *Streaming* y Producciones de series), o tal vez una menor vigencia en la realidad actual (Radio).

Es evidente que la industria nacional ha tenido factores que han modificado los espacios donde los actores pueden desempeñarse como artistas, esto da como consecuencia directa una modificación a sus roles, debido a la necesidad de mantenerse en vigencia con la nueva realidad del entorno.

Se puede inferir según los resultados que los nuevos roles de los artistas venezolanos están intrínsecamente relacionados al uso de las redes sociales, roles como *Influencer, Creadores de contenido y Embajadores de marcas* fueron las principales opciones.

En concordancia, el sujeto de estudio demarcó que las plataformas digitales de *TikTok* e *Instagram* se han convertido en herramientas esenciales para su trabajo como artista; esta estrategia la demarca Rodríguez en su trabajo debido a que la investigadora señala que el *TikTok* puede ser una herramienta comunicativa dentro de una estrategia de creación de marca personal.

Se ha percibido que Dora cuenta con versatilidad para atender a estos nuevos roles, e inclusive ofreciendo a sus audiencias contenido variado y equilibrado en 4 líneas de contenido: personal, humorístico, publicitario e híbrido. En vista que, como señalan las investigadoras Rojas & Sierra los artistas pueden emplear las diferentes herramientas digitales para promocionar su marca personal, así como el contenido que crean. Dora ha logrado potenciar su contenido e imagen a través de las plataformas de *TikTok* e *Instagram.*

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Hernández Sampieri, et al. (2014) indican que “una vez que se obtienen los resultados de los análisis cuantitativos, cualitativos y mixtos, los investigadores o investigadoras proceden a desarrollar las inferencias, comentarios y conclusiones en la discusión” (p.577).

Asimismo, Hernández Sampieri, et al. (2014) afirman que “al elaborar las conclusiones es aconsejable verificar que estén los puntos necesarios (...). Y recordar que no se trata de repetir los resultados, sino de resumir los más importantes y su significado. Desde luego, las conclusiones deben ser congruentes” (p. 345).

En consecuencia, al conectar esos principios con nuestro estudio actual y tras utilizar las herramientas necesarias para obtener y analizar los datos, los investigadores pueden reunir y fortalecer los descubrimientos previamente presentados. El foco de este capítulo estará en proporcionar las conclusiones y sugerencias relacionadas con estos hallazgos.

6.1 Conclusiones generales

La crisis en Venezuela ha causado una metamorfosis sin precedentes en la industria del entretenimiento, llevando a figuras como Dora Mazzone a redefinir su identidad artística y adoptar roles diversos para mantener su relevancia. Este proceso de cambio profundo, conforme a la definición de crisis por la RAE (2022, pr.1), ha sido impulsado por la convergencia de factores políticos, económicos, sociales y de salud, tal como reflejan los resultados de la encuesta realizada que

otorgan un 84.8% de relevancia a los factores políticos, un 91.4% a los factores económicos, un 45,2% a los factores sociales, un 33% a los factores tecnológicos y un 29,9% a factores de salud (Covid-19) en este escenario.

Dora Mazzone, al encarar esta realidad, ha llevado a cabo una transformación estratégica que ejemplifica su resiliencia y adaptabilidad. Es fundamental destacar, que el sujeto de estudio destaca en la entrevista que sí han existido diversos factores que han afectado a la industria nacional de la actuación; sin embargo, también destacó la importancia de la creatividad, la inteligencia y la resiliencia.

En este sentido, Vanistendael (2018) sostiene que “la resiliencia es la capacidad de las personas o los grupos humanos para desarrollarse de manera positiva y crecer, incluso en medio de grandes dificultades” (p.25). Así, se destaca que la resiliencia no solo es inherente al ser humano, sino que también se manifiesta como esa fortaleza que permite a individuos como Mazzone enfrentar circunstancias complejas y emerger con una nueva faceta artística.

En consecuencia, se puede analizar que la incursión de Dora Mazzone en plataformas digitales como *Instagram* y *TikTok,* parte de un proceso de transformación para poder lograr una adaptación ante los nuevos retos del entorno. De igual manera, esta incursión ilustra cómo los artistas se han reinventado para alcanzar a una audiencia diversa y global, evadiendo las restricciones impuestas por la crisis en la industria.

La diversificación de roles de Dora Mazzone, desde sus inicios como actriz hasta sus incursiones en la comedia y el contenido publicitario, ejemplifica su habilidad para fusionar líneas de contenido de manera híbrida, abrazando distintas facetas de su personalidad y talento. Esta estrategia se alinea con la definición de estrategia de Halten (cp Ronda, 2021), quien describe la estrategia como “el proceso a través del cual una organización formula objetivos y está

dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización (...) (pr.13). Esta adaptación estratégica de Mazzone para enfrentar un entorno desafiante se alinea con la concepción de Mintzberg (1978) sobre la estrategia, quien señala que 'es un conjunto consciente y deliberado de orientaciones que determinan las decisiones hacia el futuro' (Mintzberg, cp Montoya, 2009, pr.31).

Estos elementos son factores que permitieron una adaptación del sujeto de estudio en el contexto de la crisis que ha impactado profundamente a la industria de la actuación en Venezuela. Es indispensable recordar que según la definición de la RAE que establece que el verbo adecuar significa “adaptar algo a las necesidades o condiciones de una persona o de una cosa” (p.1). Con base en estos fundamentos, se puede concluir que Mazzone no solo ha explorado diferentes facetas artísticas, sino que, al igual que otros artistas del país, ha asumido roles distintos a la actuación para lograr un proceso de adaptación.

Esta diversificación no solo responde a su versatilidad como profesional, sino también a la necesidad generada por la caída de la industria. La capacidad de los artistas para adaptarse a esta realidad y asumir roles alternativos se ha vuelto crucial en un contexto donde la estabilidad en la industria de la actuación se ha visto fuertemente comprometida. Dentro de esta diversificación se puede observar que existen múltiples profesiones, que no necesariamente tienen que estar relacionadas directamente con la actuación, como *modelos, creadores de contenido (TikTokers, Instagrammers), influencers, presentadores, conferencistas motivacionales y coachings.*

Evidentemente, la profunda transformación que ha experimentado Mazzone no solo ha sido superficial en términos de roles interpretativos, sino que también ha modificado la percepción de la audiencia sobre su versatilidad y adaptabilidad artística. Esta reconfiguración de la identidad artística, en consonancia con la definición de transformación de Anderson & Ackerman (cp Calderón, Cuartas &

Milena, 2001), ha alterado de manera sustancial no solo sus interpretaciones sino la percepción pública de la actriz misma. Mannucci (S/F) proporciona una visión profunda al afirmar que:

> Las condiciones de cambio se generan por decisiones o por crisis. La transformación, implica la creación de nuevas condiciones de vida interna que permitan una adaptación activa a las exigencias del entorno. La particularidad de los sistemas sociales es que la calidad de las emociones define el resultado del proceso de transformación y el modo de adaptación. Transformar la estructura de un sistema humano, no significa cambiar la imagen de "lo que somos" (…), sino cambiar "la forma como vivimos" (pr.1).

Estos cambios se reflejan en los resultados de la encuesta, donde un 84.3% de los encuestados ve esta evolución como algo positivo, interpretando este cambio como una muestra de adaptabilidad, innovación y versatilidad por parte de los artistas en un entorno desafiante.

La historia de Dora Mazzone representa un caso paradigmático de cómo los artistas venezolanos han enfrentado la crisis redefiniendo su imagen y adoptando roles diversos. Su transformación no solo ha sido una respuesta a las dificultades, sino un testimonio de resiliencia, estrategia y adaptación creativa en tiempos turbulentos, reflejando la capacidad del ser humano para encontrar oportunidades en la adversidad.

6.1.1 Conclusiones a partir del cumplimiento de los objetivos

Reconociendo la relevancia de evaluar cada objetivo para determinar si se lograron -o no-, los investigadores llevaron a cabo una revisión de cada uno.

En relación al primer objetivo específico sobre identificar las principales causas que han afectado a la industria de la actuación en Venezuela, se extrae una conclusión fundamentada en la convergencia de distintos factores. La encuesta revela una clara inclinación hacia factores políticos y económicos como motores principales de la crisis en este ámbito. Un 84.8% de los encuestados señala el impacto político, mientras que un marcado 91.4% atribuye la situación a factores económicos. Además, se destaca un 45.2% de menciones a causas sociales, un 29.9% para la salud (Covid-19) y un 32.9% para factores tecnológicos relacionados con la industria de la actuación venezolana.

Estos datos reflejan una percepción colectiva clara y un entendimiento marcado de las fuerzas que han moldeado el actual panorama de la industria. La crisis ha dejado una huella profunda que no se limita únicamente a aspectos económicos, sino que también ha permeado aspectos sociales y culturales, representando un reto considerable para todos los profesionales en este campo.

Las entrevistas con Dora Mazzone y Helena Rosas complementan esta visión con detalles más específicos. Mazzone enfatiza la clausura de Radio Caracas (factor político) como un punto crucial que desencadenó desempleo y complejidades laborales en la industria. También resalta el impacto directo de la pandemia en actividades teatrales y programas televisivos. Por otro lado, Helena Rosas subraya la influencia determinante de los factores económicos y la drástica repercusión de la pandemia en la suspensión de eventos masivos, afectando múltiples áreas del espectáculo. Es interesante observar que estas dos entrevistadas le dan una mayor ponderación a ciertos aspectos sobre otros, debido a su rol dentro de la industria (actriz, productora); evidentemente el rol de productor está relacionado de forma directa a los costos de producción, el uso de equipo, *etc*; en cambio, los actores, si están relacionados con el sector económico, pero pueden percibir ese ambiente más lejano.

Estos testimonios, sumados a los datos estadísticos obtenidos en la encuesta, dibujan un panorama esclarecedor de la intrincada red de factores que han configurado la transformación y el declive de la industria de la actuación venezolana. La interacción entre factores políticos, económicos, sociales, de salud y tecnológicos ha esbozado un escenario desafiante, requiriendo una reevaluación estratégica de los artistas para adaptarse a un público en constante evolución. Esta adaptabilidad se erige como un pilar fundamental en un entorno de incertidumbre constante.

En cuanto al segundo objetivo específico sobre identificar los espacios de actuación para actores que permanecen en Venezuela, se destaca una amplia diversidad de escenarios en los cuales estos profesionales continúan activos en su labor. Las entrevistas con Dora Mazzone y Helena Rosas resaltan la persistencia de varios ámbitos como terrenos vitales para la expresión actoral en el país.

Dora Mazzone enfatiza la pluralidad de espacios que abarcan desde teatros icónicos hasta centros comerciales. Destaca el teatro como un medio fundamental para los actores, subrayando su relevancia como plataforma para la expresión auténtica y sin ataduras. Este énfasis refuerza el compromiso de los actores con la libertad creativa, incluso en un entorno desafiante como el que se vive en Venezuela.

Por otro lado, Helena Rosas resalta la realización de distintas producciones en el país, desde conciertos internacionales hasta novelas y otros proyectos televisivos. Además, utilizó la metáfora del ave fénix para describir un sentimiento de resurgimiento y vitalidad en la industria actoral, sugiriendo una nueva energía y un renacer en el ámbito de la actuación.

Los datos de la encuesta ofrecen una panorámica complementaria. Revelan que talleres de actuación (41%), el teatro (84.3%), producciones de telenovelas

(24.8%), cine (30.1%), redes sociales (76.1%), espectáculos (36%), publicidad (56.9%) son espacios que aún mantienen una actividad marcada para los actores en Venezuela.

Además, se evidencia una asistencia notable a estos espacios, con un 42.1% asistiendo al teatro, 80.2% al cine, 7.1% a talleres de actuación y 19.3% a espectáculos.

En resumen, la persistencia de la actividad en teatros, televisión, cine, talleres, redes sociales y otras plataformas, respaldada tanto por los testimonios de los entrevistados como por los datos recopilados en la encuesta, revela un amplio abanico de espacios activos que continúan siendo vitales para la actuación en Venezuela, a pesar de las dificultades y desafíos presentes en el país.

En relación al tercer objetivo específico sobre la identificación de roles de desempeño distintos a la actuación profesional en cine, teatro o televisión, se concluye que la crisis en Venezuela ha propiciado una transformación significativa en la percepción y ejecución de los roles tradicionales de los artistas. Los datos obtenidos muestran una diversificación marcada en las funciones asumidas por estos profesionales.

El fenómeno más notable es la adopción generalizada del rol de *influencers*, según un abrumador 87.8% de los encuestados. Esta transición señala el aprovechamiento de las redes sociales como una plataforma vital para proyectar sus opiniones, arte e intereses, alcanzando audiencias más amplias y generando impacto en la sociedad.

Asimismo, un alto porcentaje (83.3%) considera a los artistas como creadores de contenido, lo que evidencia una adaptación exitosa a las nuevas formas de comunicación y entretenimiento, especialmente a través de plataformas digitales. La noción de los artistas como embajadores de marca (65.5%) sugiere una

incursión en el mundo empresarial y publicitario, empleando su influencia para respaldar productos o servicios.

Por otro lado, roles como conferencistas motivacionales (26.4%), modelos (49.2%), *coaches* (23.9%), y presentadores (51.3%) también han sido asumidos por una cantidad considerable de artistas. Esta diversificación puede estar vinculada a la exploración de oportunidades en diversos campos más allá del arte convencional, adaptándose a la demanda y a las nuevas dinámicas del entorno.

Dora Mazzone señaló que *las redes sociales se han convertido hoy en día en nuevos escenarios, en la nueva plataforma digital para muchos de los actores, como yo.* Esta declaración permite observar cómo los nuevos roles de los artistas está intrínsecamente relacionado a los nuevos espacios que hoy día los artista tienen acceso, significa que ha existido múltiples transformaciones dentro de la industria nacional de la actuación. Por su parte, Rosas destaca el papel significativo de las redes sociales en la promoción de espectáculos y eventos, aunque enfatiza que la televisión y la radio siguen siendo medios predominantes en la industria del entretenimiento.

La falta de producciones nacionales ha impulsado la reinvención de los artistas, según lo destacado por Helena Rosas. Esta situación ha llevado a la exploración de nuevas formas de expresión como el microteatro y mini conciertos, evidenciando una necesidad creativa surgida por la ausencia de producciones habituales.

Es fundamental destacar que también una de las principales razones por la que los artistas han tenido que modificar sus roles y espacios, ha sido a causa de la misma audiencia, del estilo de producciones que consume hoy día y a través de qué medios disfrutan de dicho contenido.

La mayoría de los encuestados (48,7%) disfruta de creadores de contenido, seguido de las producciones cinematográficas nacionales (39,6%), obras de teatro (38,1%), telenovelas (34,5%), series (16,2%), espectáculos (22,3%) y producciones independientes (16,2%). Estos resultados demuestran que los encuestados poseen una diversidad de gustos. Con respecto a los medios donde se disfruta de dicho contenido está *YouTube,* las plataformas de *Streaming*, las redes sociales, el cine y la televisión como principales espacios de consumo. En este sentido, se puede analizar que los artistas han tenido que realizar cambios debido a los nuevos parámetros que la propia audiencia ha establecido dentro de la industria cultural.

En concordancia, otro factor que los investigadores evaluaron fue la percepción del público hacia estos nuevos cambios. La mayoría de los encuestados (84.3%) considera esta evolución de roles como positiva, interpretándola como una muestra de adaptabilidad, innovación y versatilidad ante un entorno desafiante.

No obstante, un porcentaje menor (15.7%) ve esta transformación de manera negativa, preocupados por la posible dilución de la esencia artística original al asumir roles no tradicionales. Los investigadores detallaron que la principal razón en ambas perspectivas positiva y negativa fue el factor de reinvención en el hombre; entonces los investigadores concluyeron que según la perspectiva que tenga el individuo el cambio puede tener una connotación positiva o negativa.

En relación al cuarto objetivo específico sobre caracterizar el proceso de reinvención de la persona sujeta de estudio, se concluye que dicho proceso ha sido marcado por una mentalidad profesional adaptable y sólida en el mundo del entretenimiento. Los datos de la entrevista con Dora Mazzone, el sujeto de estudio, evidencian una versatilidad, creatividad y habilidades multidisciplinarias, desde dominar idiomas hasta desenvolverse en áreas diversas como actuación, canto y baile. Esta disposición a adaptarse y evolucionar dentro de la industria

muestra una mentalidad abierta a nuevos desafíos y una determinación constante para crecer profesionalmente.

Mazzone demuestra una clara disposición para ajustarse a cualquier plataforma y entorno laboral. Su involucramiento con plataformas digitales como *TikTok*, aunque inicialmente desconocidas, refleja una actitud receptiva hacia las innovaciones y una capacidad para reconocer las tendencias emergentes en el ámbito digital. Además, su disposición para aprender y colaborar con personas más jóvenes en el uso de medios digitales ha sido relevante en su adaptación al entorno digital, evidenciando su voluntad para explorar, aprender y adaptarse por sí misma a los cambios tecnológicos.

El proceso de reinvención de Dora Mazzone destaca la importancia de una mentalidad adaptable y profesional, la capacidad de reconocer oportunidades en los cambios del entorno y la disposición para aprender y colaborar con personas de diferentes generaciones en la adopción de nuevas tecnologías y medios digitales. Esta actitud proactiva hacia la adaptación y el aprendizaje continuo ha sido fundamental en su exitosa reinvención laboral en la industria del entretenimiento.

Estas dos dimensiones demuestran una transformación tanto interna como externa (entorno), como señala Montero (2004):

> El proceso mediante el cual los miembros de una comunidad (individuos interesados y grupos organizados) desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para controlar su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos (p.7).

En relación al quinto objetivo específico sobre conocer el nivel de aceptación en el público del nuevo rol de la artista Dora Mazzone, se concluye que existe una

percepción diversa y polarizada entre los encuestados sobre su presencia y adaptación en las plataformas digitales, particularmente en *TikTok* e *Instagram*.

Los datos revelan que, aunque un 56.9% de los encuestados conocen a Dora Mazzone, lo que sugiere un nivel significativo de reconocimiento en el ámbito actoral, un alto porcentaje, el 79.2%, no sigue a la actriz en sus cuentas de *TikTok* o *Instagram*. Esto refleja una baja interacción o seguimiento en estas plataformas específicas, posiblemente influenciado por preferencias de contenido, nivel de exposición o intereses personales. La mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 20 a 25 años, donde la interacción en redes sociales podría ser más activa, lo que podría explicar el alto porcentaje de personas que no siguen a Mazzone. Podría interpretarse que su contenido no está tan alineado con esta franja etaria o no ha logrado captar su interés de manera significativa.

Asimismo, un 61.4% de los encuestados no perciben un proceso de reinvención en la carrera de Dora Mazzone, mientras que el 38.6% sí percibe cambios o adaptaciones en su trayectoria artística. Esta división sugiere una interpretación mixta sobre la evolución de Mazzone como profesional del mundo artístico.

En cuanto a la percepción de su participación en plataformas como *TikTok*, se evidencia una diversidad de opiniones: desde aquellos que encuentran su participación fuera de lo común hasta quienes consideran que ha conquistado seguidores significativos en la plataforma. Esto refleja una variedad de apreciaciones, desde críticas hasta reconocimientos de su autenticidad y éxito en términos de alcance.

La entrevista con Dora Mazzone confirma que su incursión en los medios digitales ha influido en su éxito y le ha permitido involucrarse en nuevos proyectos para su carrera. Respecto a la percepción del público hacia sus nuevos roles, mencionó que ha habido críticas pero destaca que la mayoría suele apoyar las

cosas positivas que realiza. Estas declaraciones se respaldan a su vez con los resultados de la matriz de análisis de participación donde los comentarios positivos hacia al contenido de Dora, superó el 90% en ambas redes. Por lo tanto, se puede inferir que los usuarios que siguen a Dora Mazzone en sus cuentas poseen una percepción positiva hacia su imagen y contenido.

En resumen, la aceptación del nuevo rol de Dora Mazzone en las plataformas digitales muestra una diversidad de opiniones entre aquellos que reconocen su éxito y adaptación en estos espacios, por su parte los resultados del cuestionario pueden reflejar que la audiencia principal de Dora no está en el rango de edades 20 a 25 años, quienes no han percibido cambios significativos en su trayectoria artística.

6.1.2. Conclusiones a partir de la triangulación de datos

La investigación revela una industria actoral en Venezuela marcada por la influencia de diversos factores, desde lo económico y político hasta lo tecnológico y social. Estos elementos han desencadenado cambios significativos en los roles tradicionales de los artistas, forzándolos a adaptarse a nuevas plataformas como redes sociales, teatro y televisión, así como a asumir roles emergentes como *influencers* o embajadores de marca.

La complejidad de estos cambios se refleja en la diversidad de percepciones de la audiencia. Si bien hay una aceptación y expectativa positiva sobre la reinvención de los artistas, también existen críticas y resistencias hacia estos cambios. La adaptación a estos nuevos roles ha sido tanto individual como colaborativa, con actores y productores enfrentando desafíos diferentes pero igualmente significativos.

A pesar de las adversidades económicas, políticas y sociales, existe un optimismo generalizado hacia el futuro de la industria. Esto se respalda con la percepción de que la adaptación a plataformas digitales y la diversificación de roles han generado impactos positivos en la industria, tanto en la conexión con la audiencia como en el resurgimiento de la producción nacional.

En resumen, las investigaciones subrayan una industria en constante cambio y transformación, donde los artistas han debido evolucionar para sobrevivir y destacar en un entorno desafiante. La diversificación de roles y la adaptación a nuevos medios han sido cruciales para su supervivencia, generando expectativas positivas para la industria actoral venezolana en el futuro.

6.2 Recomendaciones

Las conclusiones extraídas de esta investigación, enfocada en comprender la reinvención del rol de los artistas venezolanos ante la crisis del país, ofrecen una visión profunda de los desafíos y oportunidades presentes en la industria de la actuación en Venezuela. Este estudio se ha centrado en abordar la perspectiva y realidad de los actores venezolanos, analizando el impacto de factores políticos, sociales y económicos en su trayectoria profesional. Los investigadores han identificado una serie de recomendaciones fundamentales derivadas de estos hallazgos.

En primer lugar, ante la crisis política y económica, es imperativo que las empresas y productoras del país evalúen y adapten sus estrategias a las condiciones cambiantes. La inversión en la industria de la actuación necesita considerar no solo los recursos financieros, sino también políticas que fomenten la estabilidad y libertad creativa para los artistas. Además, la investigación sugiere

que comprender las dinámicas de las redes sociales es esencial para las productoras que deseen ingresar al mercado nacional, ya que estas plataformas se han convertido en herramientas vitales para la exposición y conexión con audiencias.

Por otro lado, para los artistas venezolanos, se recomienda una reevaluación constante de sus roles y capacidades. La versatilidad es clave en un entorno que demanda adaptación y diversificación de habilidades. Se alienta a los artistas a explorar la creación de contenido en plataformas digitales, aprovechando no solo su creatividad, sino también la promoción de marcas y servicios.

Asimismo, los investigadores observaron durante la realización del estudio que surgió un indicador emergente: *expectativas sobre la industria de la actuación.* Este indicador puede estar relacionado a aspectos como el resurgimiento del teatro como un espacio de expresión y conexión directa con la audiencia sugiere oportunidades significativas que los artistas deben considerar al desarrollar sus carreras.

Los investigadores delimitaron que el estudio se focalizó en la industria nacional de la actuación, posterior al período de 2007. Por ello, les parece pertinente señalar que futuras investigaciones puedan evaluar qué factores hicieron que Venezuela fuera una de las principales industrias del entretenimiento en décadas pasadas y cómo se podrían aplicar hoy día.

Es indispensable destacar que estas recomendaciones no solo son pertinentes para las empresas y actores actualmente involucrados en la industria de la actuación en Venezuela, sino que también pretenden ser una guía valiosa para aquellos que buscan comprender y enfrentar los desafíos presentes, impulsando así un resurgimiento y fortalecimiento de esta industria en constante cambio.

Esta temática, es un campo que no ha sido tan explorado por los académicos, por ello, en una primera instancia los investigadores decidieron trabajar la investigación bajo un enfoque descriptivo/explicativo. En consecuencia, las temáticas relacionadas a la industria nacional de la actuación pueden seguir siendo objeto de estudio en los centros de investigación.

REFERENCIAS

Ascanio, R. (2020). *Las crisis no necesitan invitación,* en Nuevas Tendencias en la comunicación organizacional. Coord. (Ascanio, Hernández & Jaimes). Editorial Abediciones. Universidad Católica Andrés Bello

Berganza, R., & Román, J. A. R. S. (2005). *Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación.* Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación.

Briceño, M., Correa, S., Valdés, M., & Hadweh, M. (2020). *Modelo de gestión educativa para programas en modalidad virtual de aprendizaje.* Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVI (2), 286-298.

Burgos, O., Llavaneras, P., & Urbina, M. (S/F). *Medios Sociales y Blogs.* Universidad Católica Andrés Bellos. Caracas, Venezuela.

Caplan, G. (1964). *Principios de psiquiatría preventiva.* New York: Basic books.

Denzin, N. (1970*). Sociological Methods: a Source Book*. Chicago, Aldine Publishing Company.

Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador.* La práctica y los principios. Barcelona, España. Edhasa.

Fita, J. (2000). *Comunicación en ¨Programas de crisis.* España Gestión 2000 1999

Freeland, C. (2003). *Pero, ¿esto es arte?.* Una introducción a la teoría del arte. Ediciones Cátedra,

Hernández Sampieri, R., Fernández C., y Baptista P. (2014). *Metodología de la Investigación*, México, Editorial Mc Graw Hill.

Porter, M. (2008). *Competitive Strategy*: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press, Riverside, 2008.

Ulrich, D. (1997). *Human Resource Champions: The Next Agenda for Adding Value and Delivering Results.* Harvard Business Press, 1996.

Wagnild, G. M., & Young, H. M. (1993). *Development and psychometric evaluation of the Resilience Scale.* Journal of Nursing Measurement, 1(2).

Referencias Electrónicas

Agelvis, B. (2018). *Las telenovelas venezolanas, de ser una pujante industria a casi desaparecer.* THEOBJECTIVE. Recuperado de: https://theobjective.com/further/cultura/2018-12-23/industria-telenovelas-venezolanas/

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION. (2011). *Camino a la resiliencia.* Recuperado de: https://www.apa.org/topics/resilience/camino

Bac & Asociados. (2010). *Los tres vértices de la estrategia competitiva.* Recuperado de: http://3.219.233.194/blog/tres-vertices-estrategia-competitiva.html

Badilla, H. (S/F). *Para comprender el concepto de Resiliencia.* Universidad de Costa Rica. Recuperado de: https://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000179.pdf

Bermúdez, A. (2022). *Auge, caída y resurgimiento parcial de la industria del entretenimiento en Venezuela.* EL UNIVERSAL. Recuperado de: https://www.eluniversal.com/entretenimiento/129534/auge-caida-y-resurgimiento-parcial-de-la-industria-del-entretenimiento-en-venezuela

Bisbal, M. (2007). *Los Medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?.* Escuela de Sociología, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/122/12216401.pdf

Bordignon, N. (2005). *El desarrollo psicosocial de Eric Erikson.* El diagrama epigenético del adulto. Revista Lasallista de Investigación. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/695/69520210.pdf

Bravo, G. (2023). *Dora Mazzone: "Hacer feliz a la gente es mi misión".* La reconocida actriz se presentará éste sábado en los "Monólogos de la vagina" Recuperado de: https://ultimasnoticias.com.ve/noticias/chevere/dora-mazzone-hacer-feliz-a-la-gente-es-mi-mision/

Calderón, G., Cuartas, J., & Álvarez, C. (2001). *Transformación organizacional y prácticas innovadoras de gestión humana.* INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/818/81819026011.pdf

CEPAL. (2023). *Plataforma Urbana y Ciudades.* De América Latina y El Caribe. Recuperado de: https://plataformaurbana.cepal.org/es/node/132

Conexión Esan. (2019). *El poder de los consumidores en redes sociales.* Recuperado de: https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-poder-de-los-consumidores-en-redes-sociales

Covarrubias, I. (2005). *Notas Críticas a la Figura del "Personaje Público" como Criterio Legitimador para la Intromisión en la Vida Privada de las Personas.* ESTUDIOS CONSITUCIONALES: Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/820/82030206.pdf

Digital 2022. (2022). *Global Overview Report 2022.* Recuperado de: https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report

EFE. (2018). *Novelas venezolanas: Una industria deteriorada por la situación económica.* EL NACIONAL. Recuperado de: https://www.elnacional.com/entretenimiento/television/novelas-venezolanas-una-industria-deteriorada-por-situacion-economica_264231/

Estándares PSB. (S/F). *Difamación.* Recuperado de: https://www.pbs.org/standards/media-law-101/defamation/#:~:text=Limited%2Dpurpose%20public%20figures%20%22have,connection%20with%20a%20particular%20controversy.

Euroinnova. (S/F). *¿Qué es un artista y cuál es su papel en el arte?.* Recuperado de: https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-un-artista-y-cual-es-su-papel-en-el-arte#tipos-de-artistas

Herrera, H. (2012). *Las Redes Sociales: Una Nueva Herramienta de Difusión.* Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf

JUSTIA U.S Supreme Corte. (1974). *Gertz contra Robert Welch, Inc., 418 US 323 (1974)*. Recuperado de: https://supreme.justia.com/cases/federal/us/418/323/

La República. (2023). *Del éxito al olvido: ¿qué pasó con las telenovelas venezolanas?.* Recuperado de: https://larepublica.pe/datos-lr/venezuela/2023/02/16/telenovelas-venezolanas-que-paso-con-ellas-y-cual-fue-la-ultima-venezuela-rctv-venevision-televen-lrtma-298768

LA VANGUARDIA. (S/F). *Dora Mazzone*. Películas y Series. Recuperado de: https://www.lavanguardia.com/peliculas-series/personas/dora-mazzone-946597

Lang, A. (2014). *¿Disciplina en crisis?* El cambio en el paradigma de la investigación en comunicación de masas. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912015000100007#:~:text=Se%C3%B1ales%20de%20este%20tipo%20pueden,nuestro%20entendimiento%20acerca%20de%20ese

Machado, R. (2013). *La Crisis según Albert Einstein.* Recuperado de: http://www.cbioetica.org/descarga/reflex07.pdf

Manucci, M. (S/F). *La fórmula de la transformación.* Crear nuevas condiciones de desempeño colectivo. Recuperado de: https://www.marcelomanucci.org/transformacion.html

Montero, M. (2004). *El fortalecimiento en la comunidad, sus dificultades y alcances*. Psychosocial Intervention, vol. 13, núm. 1, 2004, pp. 5-19. Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid. Madrid, España. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/1798/179817825001.pdf

Montoya, I. (2009). *La Formulación de la Estrategia en Mintzberg y Las Posibilidades de su Aportación para el Futuro.* Revista de Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052009000200003#:~:text=Mintzberg%20se%C3%B1ala%20que%20el%20t%C3%A9rmino,determinan%20decisiones%20hacia%20el%20futuro.

Obelmejías, Y. (2020*). Tania Sarabia: "A la gente le va a dar miedo salir a la calle".* EL UNIVERSAL. Recuperado de: https://www.eluniversal.com/entretenimiento/68576/tania-sarabia-a-la-gente-le-va-a-dar-miedo-salir-a-la-calle

Olmo, G. (2018). *Crisis en Venezuela:* qué queda de la industria de las telenovelas del país a y a qué se dedica ahora. BBC NEWS Mundo. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50257984

Oporto, M. (2019). *Viktor Frankl: Precursor de la logoterapia y resiliencia.* AUTORES, TERAPIA. Recuperado de: https://neuro-class.com/viktor-frankl-precursor-de-la-logoterapia-y-resiliencia/#:~:text=En%20primera%20instancia%2C%20la%20resiliencia,acuerdo%20a%20sus%20metas%20personales.

Pascual, J. (2012). *Oficio y genio Entre el artista y el artesano*. Recuperado de: https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/33594/53A57ph2012n22.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Peiró, R. (2020). *Redes Sociales.* Economipedia. Recuperado de: https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html

Peña, V. (2019). *Líneas de Investigación del Trabajo Final de Concentración*. Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello. Recuperado de: https://comunicacion.ucab.edu.ve/blog/lineas-de-investigacion-del-trabajo-final-de-concentracion/

PowerData. (S/F). *Transformación digital.* Qué es y su importancia y relación con los datos. Recuperado de: https://www.powerdata.es/transformacion-digital

PRODUCTO. (2021). *Dora Mazzone: "Sí, soy la reina de TIK TOK".* Recuperado de: http://www.producto.com.ve/pro/portada/dora-mazzone-s-soy-reina-tik-tok

QuestioPron. (2023). *Calculadora de Muestra.* Recuperado de: https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html

RAE, (2023). *Artista.* Recuperado de: https://dle.rae.es/artista

RAE. (2023). *Aceptar.* Recuperado de: https://dle.rae.es/aceptar

RAE. (2023). *Adecuar.* Recuperado de: https://dle.rae.es/adecuar

RAE. (2023). *Crisis.* Recuperado de: https://dle.rae.es/crisis

RAE. (2023). *Estrategia.* Recuperado de: https://dle.rae.es/estrategia

RAE. (2023). *Nivel.* Recuperado de: https://dle.rae.es/nivel

RAE. (2023). *Tecnología.* Recuperado de: https://dle.rae.es/tecnolog%C3%ADa

RAE. (2023). *Transformar.* Recuperado de: https://www.rae.es/drae2001/transformar

Raydán, R. (2020). *Reina en TikTok, la reinvención de Dora Mazzone*. Últimas Noticias; C.A. ÚLTIMAS NOTICIAS. https://ultimasnoticias.com.ve/noticias/chevere/reina-en-tiktok-la-reinvencion-de-dora-mazzone/

Robayo, P. (2016). *La innovación como proceso y su gestión en la organización:* una aplicación para el sector gráfico colombiano. Suma de Negocios, vol. 7, núm. 16, pp. 125-140, 2016. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: https://www.redalyc.org/journal/6099/609964241005/html/

Rodríguez, S. (2023). *El Uso de Tik Tok como Estrategia de Comunicación para Personal Branding*. Escuela de Comunicación Social, Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. Recuperado de: https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10264/4/UPSE-TCO-2023-0066.pdf

Rojas, V., & Sierra, S. (2023). *El Efecto en el Crecimiento del Capital de Marca de los Artistas en la Industria Musical*. Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela. Recuperado de: https://api-saber.ucab.edu.ve/server/api/core/bitstreams/c2f61bee-7e63-4e06-96ab-40791179fa57/content

Ronda, G. (2021). *Estrategia.* Qué es, origen, definición según autores, tipos. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/

Samuel, W., & Brandeis, L. (1890). *The Right to Privacy*. Recuperado de: https://www.jstor.org/stable/1321160?seq=1

Santoyo, A. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia.* Antología. Dirigida a estudiantes de mercadotecnia. Universidad de Guanajuato, Campus Celaya-Salvatierra, División de Ciencias Sociales y Administrativas, programa de Mercadotecnia. Recuperado de: https://www.adizesca.com/site/assets/me-fundamentos_de_mercadotecnia-ar.pdf

Saunders, A. (2017). *El impacto de la tecnología en el crecimiento y el empleo.* OpenMind BBVA. Recuperado de: https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-crecimiento-y-el-empleo/

Schwab, K. (2016). *La Cuarta Revolución Industrial: qué significa, cómo responder.* Recuperado de: https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond

Unión Radio. (2023). *Dora Mazzone y cómo se enamoró de las artes. Caracas*. Recuperado de: https://mundour.com/2023/08/14/dora-mazzone-y-como-se-enamoro-de-las-artes/

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. (2020). *La Crisis: Una Oportunidad para la Creatividad y la Innovación.* Recuperado de: https://www.uteg.edu.ec/la-crisis-una-oportunidad-para-la-creatividad-y-la-innovacion/

Vanistendael, S. (2018). *Hacia la Puesta en Práctica de la Resiliencia.* La casita: una herramienta sencilla para un desafío complejo. CUADRENOS del bice, París -.Ginebra Recuperado de: https://bice.org/app/uploads/2020/04/La-Casita-es.pdf

Venevisión. (S/F). *Dora Mazzone*. Recuperado de: https://web.archive.org/web/20200206075259/http://www.venevision.com/estrella/dora-mazzone

Voz de América. (2022). *Con la industria de la TV mermada, artistas venezolanos se mudan a redes sociales*. Recuperado de: https://youtu.be/K7gAtlKSn1A?si=NkpqfZcaMR6-8HQR

ANEXOS

Anexo A

Guía de preguntas para el instrumento de recolección de datos I: Entrevista al sujeto de estudio, Dora Mazzone.

1. ¿Qué factores políticos, sociales, económicos han afectado a la industria de la actuación nacional?

2. ¿De qué manera afectó la pandemia Covid-19 a la industria de la actuación nacional?

3. ¿Cuáles son los espacios disponibles para actores que permanecen activos en Venezuela?

4. ¿Qué otros roles han asumido hoy en día los artistas?

5. Muchos de nuestros artistas emigraron a otros países ¿Considera que los artistas que se quedaron en Venezuela han tenido que pasar por un proceso de transformación?

6. ¿Cómo describirías el proceso de reinvención laboral que has venido realizando cómo artista?

7. ¿Alguna vez imaginaste que pasarías a ser una *influencer* en una plataforma como *TiKToK*?

8. ¿Tuvo usted formación en el uso de los medios digitales?

9. ¿Cómo ha influido su participación en medios digitales para participar en nuevos proyectos para su carrera?

10. ¿Cómo ha sido la percepción y recepción del público a estos nuevos roles desempeñados por usted?

Anexo A 1

Transcripción de entrevista a Dora Mazzone (Sujeto de Estudio). Instrumento N°I.

Soy Dora Mazzone y estoy respondiendo a las preguntas del joven Javier Alejandro Landaeta para un trabajo para la universidad, con muchísimo gusto. Las preguntas que no sepa responder, las responderé a mi manera, digamos que como vayan viniendo las ideas; y las preguntas que sepa, con mucho gusto. Entonces, vamos con la primera pregunta.

1.- ¿Qué factores políticos sociales económicos han afectado a la industria de la actuación nacional?

Hay que recordar, que en mi caso, yo tengo trabajando en teatro, en cine y en televisión desde los años 90. Me inicié en el 88 en la Compañía Nacional de Teatro de Isaac Chocrón, quién gerenciaba la compañía; estaba muy joven, tenía 18 años. Profesionalmente ya me inicié en los 90 cuando gané un montón de premios entre ellos el Premio Municipal como Mejor Actriz en Cine, el Premio Juana Sujo por Teatro; bueno una infinidad de premios que hicieron que pudiera entrar por la puerta grande para trabajar en Radio Caracas Televisión.

Durante 20 años estuve trabajando en Radio Caracas, y haciendo teatro a la vez, haciendo cine; y siempre en un ambiente de libertad de expresión me refiero, en un ambiente agradable en donde el público disfrutaba muchísimo del entretenimiento. Hasta que sucedió lo que sucedió en el año 2007 - 2008 cuando

nos clausuraron las puertas de Radio Caracas. Ese factor político hizo que nos quedáramos muchos de nosotros que trabajamos en Radio Caracas sin trabajo; allí trabajamos 3000 personas entre personal contratado y personal *staff*, 3000 personas. Y hacíamos la competencia sana con el otro canal que era Venevisión; entonces había un entretenimiento maravilloso para Venezuela. Pero, por el factor político que hubo en ese momento cerraron Radio Caracas Televisión, quitaron la señal abierta de Radio Caracas Televisión; y nosotros por consecuencia nos quedamos sin trabajo y eso afectó muchísimo a la industria de la actuación nacional, porque entonces trajo una serie de consecuencias.

2.- ¿De qué manera afectó la pandemia Covid-19 a la industria de la actuación nacional?

Ese fue otro golpe para nosotros, los artistas venezolanos. Bueno, fue un golpe para todo el mundo, a nivel universal eso fue un golpe. Pero, respondiendo a tu pregunta, en la industria de la actuación lo poco que se venía haciendo en el canal Venevisión y en algunos escenarios de los teatros en Venezuela se vieron afectados. Se cerraron las puertas porque la gente simplemente no iba a adquirir su ticket para poder ver una obra. Entonces, afectó muchísimo porque nos quedamos también sin trabajo, nos quedamos sin poder hacer más obras para el público venezolano que estaba esperándolo. Ya eso fue un problema a nivel mundial. Se cerraron todos los teatros y se cerró todo el entretenimiento a nivel mundial; y eso por supuesto afectó por el Covid, eso todo el mundo lo sabe.

3.- ¿Cuáles son los espacios disponibles para actores que permanecen activos en Venezuela?

Bueno, yo soy una persona que no deja de trabajar, yo soy incansable, yo y muchas de mis compañeras no paramos de trabajar. Siempre buscamos los espacios, los espacios siempre están abiertos cuando uno quiere llevar un

mensaje a través de la interpretación, o a través de cualquier guión, o cualquier libreto que esté escrito con un mensaje contundente.

Los espacios siempre se buscan, puede ser en un teatro emblemático, como puede ser un centro comercial, y eso te lo digo para que veas que el teatro siempre es un medio de expresión para nosotros expresar con libertad lo que se quiere manifestar a través de un libreto, a través de un guión escrito; hablase de política, hablese de una historia de amor, hablase de temas universales como el amor, como los celos, como el odio, etcétera. Siempre va a haber un espacio, siempre, y cuando haya un público que reciba el mensaje.

Ahora, profesionalmente en Venezuela hay muchos espacios que siguen abiertos, la gente lo sabe, hay muchos espacios en el este de Caracas que están abiertos. Últimamente, se han abierto muchos teatros en el centro de caracas, el Teatro Nacional, el Teatro Municipal; ahora, el Teresa Carreño está a todo dar, yo acabo de hacer el hombre de la mancha, un musical basado en el libro de Miguel de Cervantes El Don Quijote de la Mancha, nos fue muy bien, y allí se siguen presentado un montón de cosas.

El actor siempre va a buscar un espacio disponible, sea un actor universal, actor internacional o actor nacional; mientras que haya un guión, un mensaje que contar y un público que reciba ese mensaje, siempre va a haber un espacio disponible.

4.- ¿Qué otros roles han asumido hoy en día los artistas?

Veo a muchos de mis compañeros asumiendo muchísimos roles. Casi todos los artistas que yo conozco no solamente son actores, sino que también tienen otras licenciaturas. Muchos son comunicadores sociales, otros estudiaron artes en la Universidad Central, como es mi caso. Yo soy licenciada en artes en la Central,

otros son licenciados en letras. Casi todos están muy preparados, los de mi época me refiero, los de los años 90, 80 y 2000.

Todo ese *staff* de actores está sumamente preparado, son actores que se pueden defender en cualquier espacio. Entonces, si no pueden actuar en un canal de televisión, porque hoy en día no hay un canal de televisión como los que había en los años 90, 80, 70, 2000, ellos se reinventan y buscan la forma de trabajar. O sea, todos los actores que conozco son gente muy preparada que hablan dos o tres idiomas, son gente que no solo está preparada, sino que además han aprendido el arte de improvisar de manera efectiva que puedan llegar con un mensaje al público casi todos y no solamente en espacios teatrales, sino también en las redes sociales.

Las redes sociales se han convertido hoy en día en el nuevo escenario; en la nueva plataforma digital para muchos de los actores, como yo, que tienen toda una preparación y una formación de años; y que han utilizado esta nueva herramienta de la plataforma digital, como la del *TikTok,* como la del *Instagram* para seguir llevando entretenimiento del bueno al público que está ocioso, pues entre comillas, en su casa esperando que sus artistas le sigan llevando contenido.

Esa es la pregunta cuatro, entonces respondiendo a tu pregunta, *¿qué otros roles han asumido los artistas?* bueno se han reinventado en las redes sociales.

5.- Muchos de nuestros artistas emigraron a otros países ¿Considera que los artistas que se quedaron en Venezuela han tenido que pasar por un proceso de transformación?

Yo creo que todos han tenido que pasar por un proceso de transformación, los que están fuera y los que están dentro, porque la tecnología, porque la

modernidad lo exige. Ahora mismo, estoy en España y veo que todos los jóvenes y los adultos contemporáneos, como yo, lo resuelven a través de un teléfono inteligente. Desde pasar el teléfono en un sensor que te percibe el *ticket* para poder entrar al metro, hasta poder comprarte una entrada, e inclusive, hasta poder hacer contenido en las redes sociales. Todos han tenido que vivir una transformación, como siempre ha sido así desde la época de Matusalén. Él que no se adapta o no se reinventa a la Nueva Era, creo que pierde.

Uno, en mi resumen, mi conclusión es que uno tiene que ir reinventándose e ir adaptándose a las nuevas eras, porque si no te quedas y si no te pierdes. Entonces, respondiendo a tu pregunta, sí muchos artistas emigraron ya sabemos las razones, razones políticas, razones culturales, razones de crecimiento que querían evolucionar y se fueron a otros países. Yo conozco muchos compañeros y familiares que se han ido de Venezuela; y ahora les va de otra manera diferente en otros países; no quiero decir si mejor o peor, pero bueno, se sienten mejor, se sienten bien.

Pero los que nos quedamos en Venezuela sencillamente hemos vivido este proceso de transformación, los que hemos sido audaces, los que hemos sido astutos, y que hemos entendido cómo es la Nueva Era Digital en las plataformas. Entonces, yo creo que eso responde tu pregunta, sí ha habido un proceso de transformación.

6.- ¿Cómo describirías el proceso de transformación laboral que has venido realizando como artista?

Bueno, te lo acabo de responder en la pregunta anterior, simplemente he estado completamente abierta y muy atenta a los cambios; porque desde que estudiaba en la Universidad Central se hablaba de que la evolución consiste en que el hombre y la mujer estén abiertos a las transformaciones de los procesos de

cada época. Cuando vi todo este movimiento increíble en las plataformas y en los teléfonos, yo dije *Dios mío aquí está el futuro.*

Yo soy una persona muy creativa, Dora Mazzone es una actriz sumamente integral y creativa, yo hablo idiomas, yo hago acentos, yo me adapto a cualquier medio, yo canto, yo actúo, yo bailo. Entonces, yo me puedo perfectamente adaptar, mientras tenga salud, ganas y voluntad de seguir trabajando para la Industria del Entretenimiento; me voy a adaptar a cualquier plataforma.

Simplemente, con leerse bien de qué se trata la modernidad, me refiero a que si un teléfono nuevo requiere que tienes que tener aplicaciones y que tienes que tener rapidez, y que tienes que manejarte con esos teléfonos de manera inteligente, bueno yo aprenderé y estudiaré esas nuevas plataformas. Y si el día de mañana viene una plataforma mucho más moderna, mucho más efectiva; sabes, que te que te pida, que se convierta como en un desafío para la inteligencia; pues yo me adaptaré a ese desafío y lo estudiaré; porque de eso se trata de estudiar y de adaptarse. Entonces, esa forma de adaptarme a esa nueva modernidad siempre requiere de un estudio para adquirir las herramientas perfectas y poder adaptarse. Yo siempre voy a estar atenta a todo lo que venga con la modernidad, para poder estar clara en la reinvención laboral como artista y como ser humano también.

7.- ¿Alguna vez imaginaste que pasarías a ser una *influencer* en una plataforma como *TiKToK*?

Tú sabes que uno nunca se imagina nada, uno es el que la persona que es inteligente, que es astuta y que lee todo el tiempo un periódico digital, y que está siempre informado, se va dando cuenta de los cambios. Yo simplemente, un día me hablaron de una plataforma llamada *TikTok;* te estoy hablando de 2018 - 2019, me hablaron, o antes bueno por ahí, me hablaron de una plataforma que estaba

causando estragos en el mundo y que era interesante; porque no era como el *Instagram.* que el *Instagram* es como una especie de vitrina en donde uno simplemente da información y trata de generar algún contenido, esa plataforma es interesante porque se adapta a la modernidad

Pero hablaban del *TikTok* que era una plataforma en donde el actor, el *influencer*, o la persona que trabajaba para eso iba a tener la posibilidad de trabajar con herramientas digitales. Por ejemplo, el *TikTok* tiene la forma de ponerte un filtro, tiene la herramienta de ponerte un bigote, tiene la herramienta de ponerte una peluca. Yo eso cuando lo escuché, yo dije: *¡wow!.* Además, se hablaba del doblaje de que tú podías doblar las voces de otros actores.

Y yo comencé como entreteniéndome yo misma, a hacer este contenido para el *TikTok* en esa época. *Wow!* hasta que descubrí cuando iba montando las cosas tanto en el *TikTok* como en el *Instagram* la gente se divertía horrores. La verdad es que jamás lo imaginé, jamás lo pensé; eso fue como una especie de bola de fuego, que fue creciendo, y fue creciendo, y fue creciendo, hasta el día de hoy que me siento ya completamente profesional dentro de la plataforma del *TikTok*.

Siento, además, un compromiso porque la gente todos los días espera que yo lleve un *TikTok,* todos los días a una hora estelar. Además, de eso tengo un equipo de producción, uno no, dos equipos de producción que se encargan de adquirir los equipos para poder grabar un contenido y que me hacen unas pautas precisas para grabar todos los meses. Y lo más interesante de todo esto, es que las marcas, muchas marcas, tanto venezolanas como internacionales, se han interesado en mi figura como *influencer* y como artista, para sacar todo el contenido de sus marcas a través de las redes y a través del *TikTok;* la verdad es que me siento muy feliz.

8.- ¿Tuvo usted formación en el uso de los medios digitales?

Bueno no, al principio como todo me fui asesorando con jóvenes, con mucha gente joven que entendía rápidamente y manejaba rápidamente; y es allí de repente, digo yo, que es donde pudiera estar mi éxito, de haberme asesorado con la gente joven que manejaba mucho más ágilmente las herramientas digitales. Me fui como que informando, yo misma iba estudiando a través de la práctica y del oficio diario, cómo se presentaban las herramientas y si no entendía algo me metía en algún navegador y buscaba por allí que era lo que significaba tal o cual cosa.

Hay muchas anécdotas de eso. Por ejemplo, cuando a mí me tocaba doblar los *TikToks* de George Harris, al principio yo no podía llevarle el ritmo al doblaje, porque tenía que parar, grabar, parar y grabar la cámara; hasta que descubrí yo misma estudiando la plataforma que había una cosa que se llamaba x2, que era un poco más lenta; eso ya hoy lo manejo bueno como me da la gana. Y también, claro al doblar tú tienes que hablar de una manera tal, o tienes que doblar con el *lip sync*, con la voz, con tu boca, hacer el *lip sync* tan perfecto que coincida con la voz. Entonces, era horrible porque yo me perdía en el x1, hablaba muy rápido; pero cuando fui descubriendo otras herramientas como esa de la x2, la de ponerle filtros, y otras, me fui divertido y gozando un puyero y cada vez la cosa se iba perfeccionando. Entonces, la formación que tuve fue totalmente autodidacta.

9.- ¿Cómo ha influido su participación en medios digitales para participar en nuevos proyectos para su carrera?

Un día me dio risa porque me llamó un directivo importante en la televisión. Fue directo al grano y me dijo: “Mira Dora tu carrera es maravillosa, es excepcional. Pero yo te estoy llamando, porque tú realmente eres demasiado poderosa en las redes sociales. Y yo quiero que estés en mi proyecto de esta

serie". Porque, así me lo dijo: "Porque, yo sé que tú me vas a arrastrar la comunidad tuya, que tienes tanto en *Instagram* como en *TikTok;* con tu facilidad para entretener a la gente, para que estés en mi proyecto". Y bueno, de alguna manera, pues, sí he sido exitosa gracias a eso; y por eso pude hacer esta serie, y pude hacer otras más. No te doy nombres para no comprometer a la gente.

10.- ¿Cómo ha sido la percepción y recepción del público a estos nuevos roles desempeñados por usted?

El público es muy diverso, hay de todo, hay gente que siempre va a criticar, y siempre va a señalar; y también, hablándote de la parte mala hay una gente que es la que yo llamo *generación de cristal* que se ofende de cualquier cosa, que uno coloque en las redes. Pero, siempre digo que gana la mayoría, la mayoría que es positiva, la mayoría que siempre es como cómplice de eso de las cosas buenas que tú haces, de gente como tú, jóvenes como tú que están estudiando una carrera en una universidad tan renombrada como lo es la Católica, u otras universidades como la Metropolitana o la Central; y un alumno como tú se interesa que una señora como yo se haya reinventado en las redes. A ese público es el que yo le trabajo, al público que es positivo, al público que es generoso con su crítica, al público que te va a dar un buen *feedback* de todo tu contenido.

El otro público el que es señal señalador, el que es ocioso, el que es un público que también suma porque crea una matriz de controversia, de polémica, que a la vez; eso también, en la hora de interactuar en las redes; es un público que como las mismas plataformas digitales lo exigen, es un público que va a llevar la contraria y va a ser adverso a lo que tú estás colocando en las redes. Y eso genera polémica, eso parece que hace que sumen seguidores, y eso está comprobado, yo lo he estudiado; a mí nadie me lo explicó, porque además, eso viene desde la época de la Televisión, cuando el periodismo amarillista criticaba a

un actor o a una actriz por su vida polémica o porque actuaba mal o actuaba bien.

Entonces, esto no es nuevo, aquí no están descubriendo el agua tibia, esto es viejo, esto ya viene de la Televisión mexicana, de la Televisión venezolana, de la Televisión colombiana; en donde en los años 70, en los años 80 se creaba un periodismo amarillista en donde el artista era señalado y criticado, pero claro siempre porque estaba expuesto en la plataforma de la televisión, del cine y del teatro. Entonces, esto no es nuevo, esto más bien a la hora de yo estudiarlo, yo digo *okay* los tiros van por acá, ah *okay* voy a hacer esto por acá, voy a generar este contenido para que justamente critiquen y hablen mal para crear una polémica, y para que me suban los seguidores; o sea es dos más dos son cuatro, eso cualquiera te lo puede decir.

Aquí terminamos la entrevista, es la última pregunta espero que te sirva para responder, y para hacer un trabajo en donde por favor saques 20. *Okay* Javier. Me contarás un abrazo y espero que te haya sido útil, chao.

Anexo B

Guía de preguntas para el instrumento de recolección de datos II: Entrevista al Experto Informante (Helena Rosas)

1. ¿Qué factores políticos, sociales, económicos han venido afectando a la industria de la actuación nacional?

2. ¿De qué modo la pandemia Covid-19 afectó a la industria de la actuación nacional?

3. ¿Qué tipos de producciones se están realizando en el país?

4. ¿Cómo se han adaptado los productores a los nuevos roles de los artistas?

5. ¿La no existencia de producciones nacionales ha sido una de las causas que ha promovido la reinvención de los artistas venezolanos?

6. ¿Cómo ha sido su proceso de adaptación como productor ante estos cambios?

7. ¿Qué tipo de producciones realiza usted?

8. ¿Ha formado parte de alguna alianza para enfrentar las adversidades que presenta la industria de la actuación?

9. ¿Qué nuevas actividades o proyectos ha realizado como productor dentro del marco de la crisis?

10. ¿Cree que exista la posibilidad de un resurgir dentro de las producciones nacionales en los canales de televisión y teatros?

11. ¿Usted considera que la percepción y recepción del público es positiva ante los nuevos roles que han tenido que asumir los artistas?

Anexo B 1

Transcripción de entrevista a Helena Rosas (Experto Informante). Instrumento N°II.

Investigador

Buenas tardes, productora Helena Rosas. ¿Cómo se encuentra en la tarde del día?, bueno la mañana del día de hoy.

Experto informante

Bueno aquí terminando de grabar el programa y esperando para iniciar la tarde.

Investigador

Okay, ésta entrevista es con respecto a la reinvención positiva de los intérpretes venezolanos, actores. La primera pregunta es ¿qué factores políticos, económicos y sociales han venido afectando a la industria nacional de la actuación?.

Experto informante

Así una de las cosas que sobre todo la parte económica pegó muy fuerte pero sin embargo hay como un renacer, luego vino la pandemia, la parte económica. Pero,

sin embargo, yo siento que hay como un renacer, sobre todo aquí hay mucha gente que tiene ganas de salir adelante.

Investigador

Ya que menciona el Covid, ¿De qué manera el Covid-19 afectó a las producciones nacionales?

Experto informante

Fue muchísimo, o sea se paralizó todo mundialmente. Y el mundo del espectáculo más, por las multitudes, por todo lo que conlleva eso; y eso por supuesto fue un bajón y unas cantidades de cosas que se dejaron de hacer. Y entramos en como un letargo, que no sabíamos qué pasaba, porque esto nos agarró a todos, qué pasaba, qué pasaría y si volveríamos a estar. Te hablo en todos los niveles; y por supuesto, en el mundo del espectáculo fue muy afectado.

Investigador

¿Qué producciones están realizando actualmente en el país?

Experto informante

Bueno de producciones, yo creo que hay muchas. O sea, ahorita espectáculos lo has visto que han venido casi todos los conciertos del mundo. En la actuación, pues va por lo menos aquí, ya se empezaron a hacer por lo menos dos, una novela que se hizo reciente y en otros canales, me imagino que se están haciendo. Pues, yo creo que ya no; es como cuando renace el ave fénix, volvemos y con muchas ganas.

Investigador

Se refiere a *Dramáticas*

Experto informante

Bueno, sí, *Dramática*.

Investigador

¿Cómo se han adaptado las producciones a los nuevos roles de los artistas?, o sea a roles me refiero a estas nuevas aspiraciones de las redes sociales, que están haciendo los artistas hoy en día. que han creado comunidades, son *influencers*,

Experto informante

No, sí, por supuesto que las redes sociales está en este momento han servido de mucho porque son un medio de comunicación que tenemos para enterarnos de las cosas y la gente que le gusta ventilar su vida, pues lo hace a través de eso, y la gente que quiere promocionar sus espectáculos también lo hace a través de las redes. Claro que las redes han influenciado las cosas, pero todavía siguen mandando la televisión y la radio, en eso no hay vuelta atrás.

Investigador.

Okay. ¿Las redes se han adaptado a la televisión? ¿No viceversa?

Experto informante

No, las redes se han adaptado a la televisión.

Investigador

¿La no existencia de producciones nacionales a causa de la crisis ha promovido la reinvención de los artistas?

Experto informante

Sí Señor, ha promovido la reinvención de los artistas, porque como pueden ver hay muchos artistas que se han puesto a ser microteatro, hacen mini conciertos, hacen una cantidad de cosas, que pues antes no se veían, pues porque no no tenían la necesidad de eso,

Investigador

¿Pero considera que la crisis causó? o sea…

Experto informante

Sí, claro, claro, por supuesto.

Investigador

¿Usted como productora cómo ha sido su proceso de reinvención a todos estos cambios?

Experto informante

Bueno, aquí estamos, imagínate tú de un programa que tiene 52 años, que va a cumplir 52 años. Como todo hemos tenido altibajos, por supuesto estuvimos

saliendo grabados año y medio, porque era muy fuerte el regreso, y el regreso gracias a Dios fue muy bien, fue aceptado por el público.

Investigador

Pero fue un proceso fácil o…

Experto informante

No, fue fuerte, porque fue mucho tiempo de cómo hacemos, debido a qué *Sábado Sensacional* siempre se ha hecho con público, el público no venía no venía porque no se debía tener mucha gente en sitios cerrados.

Investigador

Por el mismo tema del Covid-19.

Experto informante

Por el mismo tema del Covid, todo eso afectó a nivel mundial.

Investigador

¿Qué tipo de producción está realizando en este momento?

Experto informante

Lo que lo que estás viendo. Nosotros venimos de hacer un programa masivo, en julio que no se había hecho hace muchos años, una de multitudes en la Plaza Caracas. *Sábado Sensacional* todos los sábados y que venimos de hacer la

Orquídea en Maracaibo, que no se hacía desde hace 11 años, yo creo que eso ya es un gran logro.

Investigador

Yo revise que usted también ha realizado producciones de serie.

Experto informante

No he hecho producciones de series.

Investigador

Estaba revisando, y me pareció curioso sus producciones están relacionadas al espectáculo, pero estaba revisando esa página y decía que había hecho producciones de series.

Experto informante

Bueno, lo que pasa es que tenía mucho contacto con los artistas de *Dramáticas* porque trabajaban con nosotros; porque esta producción también hizo la producción de *La Guerra de los Sexos.* Y también, tenemos mucho contacto con todos ellos y sabía, sabía dónde estaban, qué teatro hacían todo eso, pero de que yo la producía no.

Investigador

Y tampoco fue colaborativa, nunca estuvo…

Experto informante

En algún momento sí colaboré, pero mi fuerte fue *Sábado Sensacional Musical.*

Investigador

En concordancia, ¿usted ha formado parte de alguna alianza de productores para hacer frente a esta crisis por la situación adversa que ha pasado la industria?

Experto informante

Lo que hemos hecho se ha hecho aquí en el canal, que nos hemos unido todos los equipos de producción, pues para sacar adelante y apoyarnos unos a otros.

Investigador

Y ese apoyo ha sido parte fundamental…

Experto informante

Claro, claro, porque si no nos hubiésemos podido salir; hay que seguir trabajando en equipo.

Investigador

¿Qué nuevas actividades o proyectos dentro del marco de la crisis, además de *Sábado Sensacional?* que desee comentarme.

Experto informante

Bueno, el que te acaba de comentar mi amor, el de la Orquídea fue un logro, después de 11 años de no poder hacer por crisis, se logró hacer el 11 de

noviembre y llenar una plaza de toros de 3000, de 7.000 personas con una movilización de un equipo de 100 personas para llamar a calle.

Investigador

No, pero me refiero así también en las redes sociales, producciones independientes, con respecto a nivel más independiente.

Experto informante

En las redes sociales, que nosotros tenemos todos a través de Venevisión; porque yo no trabajo particularmente sino para la televisión.

Investigador

Ya comprendo, usted trabaja completamente con el canal.

Experto informante

Sí Señor.

Investigador

Una pregunta, está fuera de la estructura; pero me parece fundamental. ¿Qué le parece las producciones independientes?

Experto informante

No hay muchas producciones independientes que sean que o sea, está renaciendo mucha gente que que tienen productos productores independientes y son dignas de ver.

Investigador

Y también, es interesante el trabajo que han hecho los artistas, o sea, es interesante el trabajo en el sentido de que ellos también han producido se han vuelto parte de los productores.

Experto informante

Claro, porque es que todos llevan a lo mismo, por eso es que cuando dicen este es algo cuando uno pasa una tormenta, fue lo que nos pasó. Crisis y pandemia; fueron dos años, dos años que tuvimos que no podíamos hacer, volver a empezar es fuerte.

Investigador

Usted lo comentaba, que somos como un ave fénix que está renaciendo, ¿cómo cree que va a ser ese resurgir?

Experto informante

Se está dando ya.

Investigador

¿Se está dando ya?

Experto informante

Ya se está dando, este año empezó a darse.

Investigador

Y ¿qué expectativas tiene usted?

Experto informante

Bueno, para el año que viene, esperemos que se siga haciendo el programa. Yo te hablo del programa, que sigue siendo el programa el mejor regalo para la familia en todos los fines de semana. Y seguir apoyando al talento venezolano; y distraer al público que es nuestro mejor objetivo

Investigador

Ya para finalizar usted ha visto la percepción del público. Comentaba que la percepción del público ante las producciones nacionales es positiva, pero a los nuevos roles que tienen los artistas, de ser embajadores de marcas, *Influencer.* ¿Usted cree que es positiva?

Experto informante

Sí es positiva, a ellos les va bien. eso depende para que lo uses, si tú lo usas para algo positivo se te va a dar algo positivo, si no, no.

Investigador

Muchas gracias productora.

Anexo B 2

Estudio de grabación de *Sábado Sensacional,* lugar donde los investigadores realizaron la entrevista de Helena Rosas.

Anexo C

Cuestionario para la encuesta. Instrumento III.

REINVENCIÓN POSITIVA DEL ROL DEL ARTISTA
VENEZOLANO EN TIEMPOS DE CRISIS. CASO DORA MAZZONE

Somos estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello. Estamos realizando nuestro trabajo final de concentración de Comunicaciones Corporativas, sobre la Reinvención positiva del rol del artista venezolano en tiempo de crisis, caso Dora Mazzone. La encuesta está únicamente dirigida a personas que residan en los municipios Chacao, Sucre y Libertador.

Es importante destacar, que en esta encuesta se abordarán diferentes temáticas como la percepción de los nuevos roles de los artistas venezolanos, causas que han impactado a la industria de actuación nacional, y los espacios culturales que todavía permanecen activos.

Tu opinión es de gran importancia y los datos serán utilizados únicamente con fines académicos. Se resguarda la confidencialidad.

¡Mil gracias por tu colaboración!

Parte 1 - Perfil del encuestado

1. ¿Cuál es su rango de edad?
   - De 20 a 25 años.
   - De 26 a 31 años
   - De 32 a 37 años
   - De 38 a 43 años

- De 44 a 49 años
- Más de 50 años

2. ¿A qué se dedica? (Puede marcar las opciones que sean necesarias)
   - Trabaja
   - Estudia
   - Empresa propia
   - Desempleado
   - Trabaja-estudia
   - Otra: _____

3. ¿En qué municipio reside?
   - Sucre
   - Chacao
   - Libertador

4. Nivel de preparación académica
   - Estudios inconclusos
   - Bachiller
   - Licenciado
   - Técnico medio
   - Magister
   - Doctor
   - Otro: _____

5. Actividades que le gusta realizar en su tiempo libre (Puede marcar varias opciones).
   - Disfrutar de contenido audiovisual (series, telenovelas, películas)
   - Escuchar música
   - Salir de noche
   - Realizar actividades deportivas

- Viajar
- Leer
- Eventos en vivo
- Otra: _____

6. ¿A través de qué medios disfruta contenido audiovisual (serie, novelas, películas)?

- Plataforma de *Streaming*
- Televisión
- Redes Sociales
- *Youtube*
- Cine
- Teatro
- Otra: _____

7. ¿Cuánto tiempo dedica a la revisión de contenido audiovisual?

- Menos de una hora
- De 1 a 3 horas
- De 3 a 6 horas
- Más de 6 horas

8. ¿Disfruta usted el contenido de la industria de actuación nacional? (Puede marcar las opciones que sean necesarias)

- Telenovelas
- Obras de teatro
- Producciones cinematográficas (Cine)
- Series
- Producciones independientes
- Espectáculos
- Creadores de contenido venezolanos en Redes Sociales

9. Si disfruta del contenido de telenovelas venezolanas podría mencionar algunas de las más emblemáticas.

□ _____

10. ¿De las siguientes telenovelas venezolanas cuáles usted recuerda?

□ Natalia del mar
□ Corazón Esmeralda
□ Luisa Fernanda
□ La mujer de Judas
□ Para verte mejor
□ Mi ex me tiene ganas
□ ¡Viva La Pepa!
□ Punto y Raya
□ A Calzón Quitao
□ Nadie me dirá cómo quererte
□ Amor a palos
□ La Mujer Perfecta
□ El País de las Mujeres
□ Amantes de Luna Llena
□ Por estas calles

11. De esas producciones qué artistas recuerda que hayan participado (Puede marcar varias opciones).

□ Dora Mazzone
□ Scarlet Ortiz
□ Luis Gerónimo
□ Manuel Sosa
□ Astrid Carolina Herrera
□ Guillermo Pérez
□ Daniela Alvarado

- Laureano Olivares
- Mimi Lazo
- María Antonieta Duque

Segunda parte - Industria Nacional

12. ¿Consideras que la industria nacional de la actuación se ha visto afectada por la crisis nacional?

- Sí
- No

13. ¿Cuáles consideras que han sido las principales causas han afectado a la industria de la actuación nacional? (Puede seleccionar varias opciones)

- Políticas
- Sociales
- Económicas
- Salud (Covid-19)
- Otra: _____

14. Según su criterio, ¿cuáles espacios con participación de actores venezolanos todavía permanecen activos en el país? (Puede seleccionar varias opciones)

- Teatros
- Talleres de actuación
- Producciones de telenovela
- Producciones de series
- Producciones de película (cine)
- Plataforma de *streaming*
- Redes sociales
- Publicidad
- Espectáculos
- Otra; _____

15. De los siguientes espacios recreativos a ¿cuáles sigue asistiendo? (puede marcar varias opciones)

- Teatro
- Salas de cine
- Talleres de actuación
- Espectáculos
- Nunca he asistido a esos espacios
- Otro: _____

16. A partir de la crisis que vive el país desde hace varios años ¿qué otros roles han venido asumiendo los artistas venezolanos? Puede marcar varias opciones.

- *Influencers*
- Embajadores de marca
- Modelos
- Creadores de contenido
- Conferencistas motivacionales
- *Coachings*
- Presentadores
- Otra: _____

17. ¿Qué artistas usted identifica en el uso de plataformas digitales?

- _____

18. En relación a la pregunta anterior. ¿Con cuáles plataformas identifica a esos artistas?

- _____

19. Ante la premisa de que algunos artistas han tenido que modificar su rol como actor tradicional y reinventarse realizando otras actividades mediáticas, usted considera que esta transformación es:

- Positiva
- Negativa

20. En relación a la anterior pregunta, justifique su respuesta:

- _____

Tercera Parte - Dora Mazzone

21. ¿Sabe usted quién es Dora Mazzone?

- Sí
- No

22. ¿Actualmente sigue a la artista en su cuenta de *TikTok* o *Instagram*?

- Sí
- No
- Solamente en *TikTok*
- Solamente en *Instagram*

23. ¿Ha percibido usted un proceso de reinvención en la trayectoria de la artista Dora Mazzone?

- Sí
- No

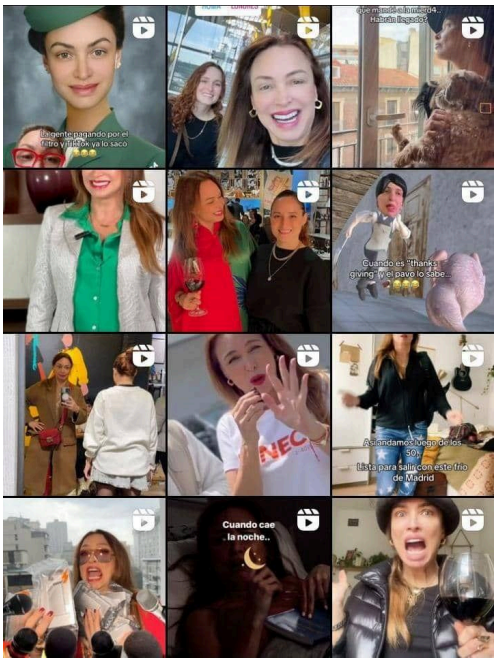
24. ¿Qué le parece la participación de la actriz en plataformas como *TikTok*? (Puede marcar varias opciones).

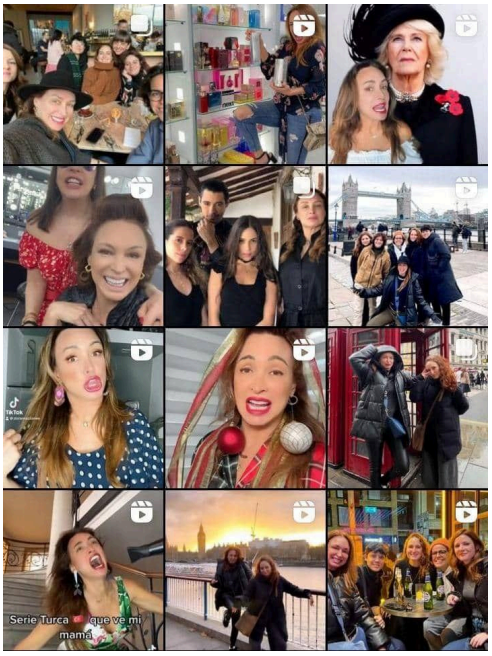
- Fuera de lo común
- Raya en lo ridículo

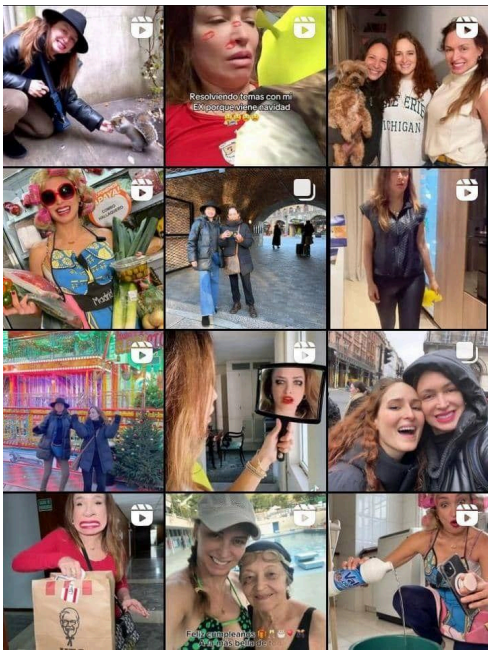
- Es muy divertida
- Luce auténtica con lo que hace en redes
- Ha conquistado muchos seguidores
- Es un estilo de vida profesional
- Otra: _____

Anexo D

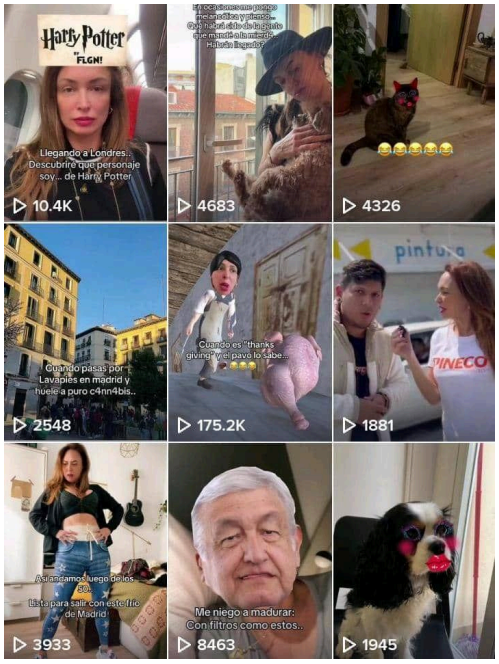
Publicaciones analizadas en la matriz de análisis de participación. Instrumento IV.

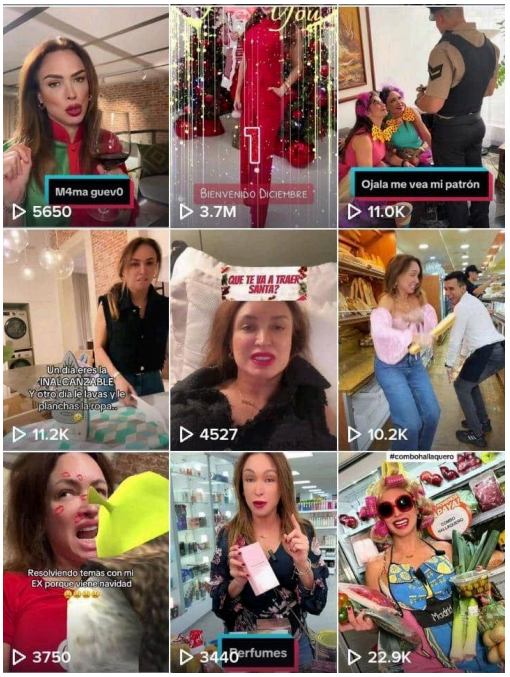


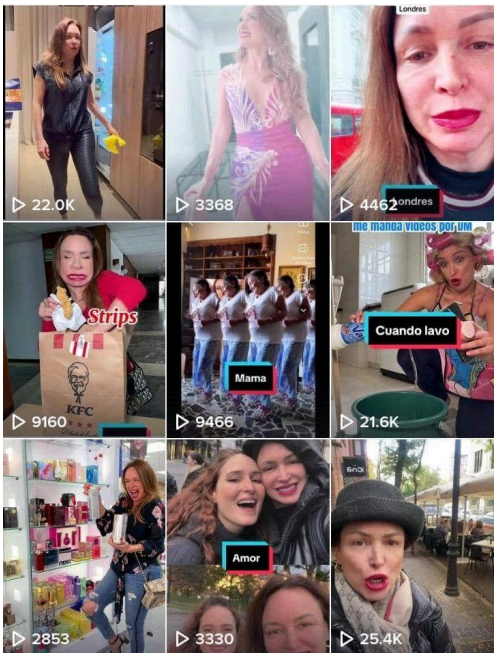




Publicaciones analizadas en la cuenta de *Instagram* de Dora Mazzone, desde el 17 de noviembre hasta el 01 de diciembre de 2023.







Publicaciones analizadas en la cuenta de *TikTok* de Dora Mazzone, desde el 17 de noviembre hasta el 01 de diciembre de 2023.

Anexo E

Carta de validación.

CARTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Por medio de la presente comunicación, yo Gustavo Hernández, cédula de identidad Nº 6.094.797, hago constar que he revisado y validado el /los instrumento (s) del Trabajo Final de Concentración Corporativa, titulado: *REINVENCIÓN POSITIVA DEL ROL DEL ARTISTA VENEZOLANO EN TIEMPOS DE CRISIS. CASO DORA MAZZONE* con fecha, 16 de noviembre de 2023, y el cual fue realizado por los bachilleres María Gouveia C.I. 25.872.686 y Javier Landaeta, C.I. 29.698.999, como requisito establecido por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.

Nombre Gustavo Hernández Díaz

Firma Gustavo Hernández Díaz