



## Radiografía de la participación femenina en la industria audiovisual: de la rabia a la acción\*

X-RAY OF FEMALE PARTICIPATION IN THE AUDIOVISUAL INDUSTRY: FROM RAGE TO ACTION

**Marta Saavedra Llamas**

Universidad Antonio de Nebrija  
msaavedr@nebrija.es

 0000-0002-7762-9996

**Mercedes Herrero de la Fuente**

Universidad Antonio de Nebrija  
mherrero@nebrija.es

 0000-0002-5361-9056

**Rocío Gago Gelado**

Universidad Antonio de Nebrija  
mgago@nebrija.es

 0000-0003-4024-1143

\* Esta investigación forma parte de la línea 'Cultura e internacionalización en español' del Observatorio Nebrija del Español.

## Resumen

A pesar de las nuevas oportunidades y los últimos reconocimientos, la mujer permanece infrarrepresentada en la industria audiovisual española. Recabamos los testimonios de doce mujeres en las distintas categorías profesionales del sector e indagamos en sus experiencias personales y las emociones que las acompañan. Aportamos algunas claves para comprender el desempeño laboral de la mujer en un contexto dominado históricamente por hombres, dentro de una aproximación centrada en la perspectiva emocional.

## Palabras clave

Emociones, mujeres profesionales audiovisual, industria audiovisual española, brecha de género, cuotas, oportunidad profesional.

## Abstract

Despite new opportunities and recent recognition, women remain underrepresented in the Spanish audiovisual industry. We gathered the testimonies of twelve women in the different professional categories of the sector and inquired into their personal experiences and the emotions that accompany them. We provide some keys to understand the work performance of women in a context historically dominated by men, within an approach focused on the emotional perspective.

## Key words

Emotions, women audiovisual professionals, Spanish audiovisual industry, gender gap, quotas, career opportunities.

## Sumario / Summary

1. Introducción / *Introduction*
2. Presencia de la mujer en el sector audiovisual español y europeo / *Presence of women in the Spanish and European audiovisual sector*
3. Explorando los discursos a partir de las emociones / *Exploring discourses based on emotions*
4. Objetivos y Metodología / *Objectives and Methodology*
5. Resultados / *Study results*
  - 5.1. La participación de la mujer en la profesión audiovisual y su evolución / *Women's participation in the audiovisual profession and its evolution*
  - 5.2. Apelación emocional sobre la intervención de la mujer en la industria audiovisual / *Emotional appeal on women's involvement in the audiovisual industry*
6. Discusión y conclusiones / *Discussion and conclusions*
7. Bibliografía / *Bibliography*

## 1. Introducción

Las mujeres son minoría en la mayor parte de las profesiones vinculadas al sector audiovisual español. Este rasgo se acentúa en los puestos relacionados con la toma de decisiones y acreedores de mayor prestigio social. A pesar del reciente incremento de los estudios de género, nos encontramos ante un objeto de análisis no suficientemente explorado desde el entorno académico, tal como señala Elena Galán, “los análisis de este tipo, ubicados en el ámbito de la comunicación, siguen siendo poco frecuentes” (2007, p. 229). Lo mismo afirman Nuria Simelio y María Forga (2014), refiriéndose a la ficción televisiva.

Esta brecha de género persiste en un momento considerado de auge para la industria audiovisual de nuestro país. España se ha transformado en *hub* de producción europeo, tras establecerse en 2019 en Tres Cantos (Madrid) el centro de Netflix en este continente. Además, en 2021 la Unión Europea (UE) respalda un plan de ayudas económicas, que prevé una inversión pública de 1.603 millones de euros para el periodo 2021-2025 y pretende aumentar la producción en un 30% (Gobierno de España, 2021). Una parte de esta estará destinada a audiencias hispanohablantes, ya que la proximidad lingüística-cultural amplía nuestro mercado a Latinoamérica, con producciones que no necesitan doblaje, subtitulación u otras adaptaciones y que resultan especialmente rentables para los operadores audiovisuales (Álvarez-Mella y García-Delgado, 2022). Rocío Gago, David Molina y Santiago De la Rica afirman que, según datos del ICEX 2020, “España es el segundo país europeo con mayor producción de horas de ficción y el sexto del mundo por volumen de exportación de productos audiovisuales” (2022, p. 39).

Los últimos reconocimientos nacionales e internacionales a las mejores obras de cine y televisión han valorado más que nunca los logros de las mujeres. La última edición de los Premios Goya dedicó nueve de sus veintiocho galardones a trabajos femeninos, incluyendo áreas tradicionalmente regidas por hombres, como la composición musical, los efectos especiales o la animación (Álvarez, 2022). Esta misma tendencia se registra a principios del 2022 en la Berlinale, con Carla Simón como ganadora del Oso de Oro (Belinchón, 2022), San Sebastián, donde las mujeres reciben diez de dieciséis premios (Vanity Fair, 2021), Cannes y Venecia, otorgando la Palma de Oro y el León de Oro, a Julia Ducournau y Audrey Diwan, respectivamente (Martínez, 2021).

En este contexto de cierto optimismo, acaba de aprobarse la última Ley General de Comunicación Audiovisual, que, en cambio, no amplía las cuotas de género y coloca las producciones independientes –muchas de las lideradas por mujeres– en una situación delicada, al difuminar este concepto de forma que las grandes productoras podrían acogerse a este estatus (Alemany, 2022). Desde las organizaciones femeninas del sector se ha criticado esta medida y se ha

advertido que una pérdida de su mirada femenina debilita los fundamentos de la representatividad democrática, retomando una crítica expresada ya de forma recurrente (Arranz, 2008; Rubio 2020; Andreu, 2021).

Analizamos el papel de la mujer en la industria audiovisual de nuestro país y nos preguntamos sobre las razones que podrían explicar su infrarrepresentación. Recabamos una serie de datos cuantitativos, que sirven de base para nuestra investigación, y profundizamos, desde la vertiente cualitativa, en las experiencias personales y las emociones que las acompañan. La difícil tarea de acceder a un circuito tradicionalmente dominado por hombres, donde intentar desarrollarse profesionalmente, nos es transmitida por un grupo de doce mujeres, que representan un amplio abanico de ocupaciones vinculadas al audiovisual. Su testimonio, rico en matices, nos aporta algunas claves para entender cómo afrontan, también desde su perspectiva emocional, el desempeño de su trabajo en un contexto controlado por los “*boys clubs*” (Bridges, 2013).

## 2. Presencia de la mujer en el sector audiovisual español y europeo

Para cuantificar la presencia de mujeres en el sector audiovisual recurrimos a tres informes sectoriales, dos para el ámbito español y un tercero referido a la UE y Reino Unido. El primero de ellos es el publicado por la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA) en 2021 y elaborado por Sara Cuenca, que contabiliza un 33% de mujeres y un 67% de hombres en la producción de largometrajes (de ficción, documentales y, en menor medida, de animación), a partir de una muestra de 2.277 profesionales (p. 6). De las doce categorías contempladas, el puesto más altamente feminizado es el de diseño de vestuario (88%), seguido de maquillaje y peluquería (74%). Ambos relacionados con el campo de la estética, que tradicionalmente se asocia a los intereses de las mujeres (p. 7).

Detectamos los porcentajes más bajos de representatividad femenina en: composición musical (11%), dirección de fotografía (15%), sonido (19%) y dirección (19%). Otros cargos masculinizados son: producción ejecutiva (con un 32% de mujeres), montaje (26%), guion (26%) y efectos especiales (26%). Todos ellos comparten aspectos como las habilidades digitales, la creatividad y el liderazgo, vinculados históricamente con el estereotipo masculino. Las profesiones donde la participación por sexos es más equitativa son: dirección de producción (59%) y dirección de arte (55%) (p. 7).

Para observar la distribución de las mujeres en el orden jerárquico, podemos dibujar una pirámide con cuatro niveles: en la base se ubica el grupo relacionado con la estética; un segundo estrato incluye los trabajos organizativos; las profesiones más creativas se reúnen en un tercer espacio más arriba y, por último, la cúspide alberga los puestos directivos.

**Figura 1.**

*Pirámide funcional: mujeres en las categorías audiovisuales en España.*



*Fuente: Elaboración propia a partir de Sara Cuenca (2021), para CIMA.*

A medida que subimos en la jerarquía, la presencia femenina desciende. Se produce, por tanto, una segregación vertical, con predominancia de mujeres en los cargos situados en las escalas inferiores. Este desequilibrio es resultado igualmente de una segregación horizontal, por la que los valores socialmente asignados a un sexo se trasladan al entorno laboral, considerándose “femeninas” las profesiones relacionadas con la estética o la organización de recursos. Es importante señalar el impacto de la brecha digital, ya que las mujeres solo representan el 23% del grupo técnico. Un desequilibrio similar se registra en las ocupaciones con carácter directivo, que suponen un 28% (p. 10). Otro dato llamativo es que los presupuestos manejados por las mujeres no llegan ni a la mitad de la cuantía de los que sustentan los proyectos liderados por hombres (p. 45).

Un segundo informe de CIMA (2020) dedicado a la ficción seriada arroja también datos poco alentadores. Recoge dieciocho series emitidas en la temporada 2018-2019 por las cadenas nacionales Netflix y Movistar+ y concluye que las mujeres integran un tercio de la plantilla de estas producciones (p. 23). Coincide con el anterior estudio en cuanto a las profesiones más feminizadas y masculinizadas. Entre las segundas, no encontramos una sola mujer para dirección de fotografía (p. 37) y, en la dirección, las tres contabilizadas trabajan de forma conjunta en el mismo equipo (p. 32). Otro aspecto reseñable en el lado creativo es la composición de los equipos de guion, estando un 53,8% integrados únicamente por hombres, frente al 2,5% que reúnen solo a mujeres (el resto son mixtos). Este

mismo rasgo se observa en producción, donde el porcentaje de productoras ejecutivas es muy bajo (2,7%)(p. 34).

La metodología adoptada en esta investigación, que incorpora al componente masculino/femenino el de grupo formado por hombres y mujeres, podría explicar sus resultados, que revelan una participación de mujeres más baja que la de trabajos académicos anteriores (como los de Cascajosa y Martínez, 2016, o Simelio y Forga, 2014) en cuanto a dirección, guion-idea y producción ejecutiva, para las series de ficción españolas.

La incidencia femenina crece hasta niveles casi paritarios en las labores de apoyo a las categorías anteriores. Las ayudantes de dirección, ayudantes de producción y coguionistas representan el 42,8% (p. 36). También la dirección de arte alcanza casi el 50%. Por detrás se sitúa la edición (28,3%) y, entre las profesiones de este ámbito con menos mujeres, encontramos los efectos especiales (15%), el sonido (6,5%) y la composición musical (pp. 37-39).

El Observatorio Audiovisual Europeo (OAE) acaba de publicar un informe (realizado por Fontaine Gilles, 2022) focalizado en las series y películas emitidas en televisiones en abierto y plataformas de *streaming* entre 2015 y 2020<sup>1</sup>. Al incluir a las actrices protagonistas, esta categoría figura entre las más destacadas, alcanzando las mujeres un 43% de los papeles principales. Otras áreas con alta presencia femenina son dirección de producción (44%) y guion (36%). De nuevo la composición musical (5%), la dirección de fotografía (7%) y la dirección (17%) son entornos donde los hombres encabezan la mayoría de las obras audiovisuales (Fontaine, 2022, p. 9).

En cuanto a los equipos encabezados por mujeres, son más habituales en la producción (38%) y el guion (27%). Estas últimas ejercen de coguionistas más que los hombres, normalmente en formaciones donde son minoría. El trabajo colectivo es igualmente más recurrente entre las directoras, pero solo en un 15% de los casos lideran esa labor (Fontaine, 2022, p. 10).

Este informe compara la situación de nuestro país con los otros miembros de la UE+Reino Unido, mostrando que España se encuentra en todas las áreas tratadas ligeramente por debajo de la media.

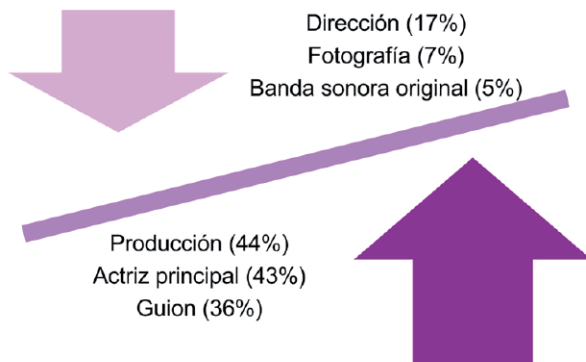
¿Cómo se sienten las mujeres observando estos datos en este supuesto escenario de oportunidades? ¿Qué emociones acompañan la lucha por la representatividad femenina en el ámbito de la creación audiovisual? ¿Cuáles predominan?

---

1. El OAE estudia seis categorías que detallamos en el epígrafe dedicado a la Metodología.

**Figura 2.**

Participación de la mujer en las principales áreas del audiovisual europeo.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del OAE (2022).

### 3. Explorando los discursos a partir de las emociones

En el imaginario patriarcal se atribuyen a la mujer una serie de estereotipos supeditados a la figura masculina (García-Manoso, 2021).

Dentro de este limitado concepto, se establece una adjudicación de los espacios sociales “según el género y la jerarquización valorativa de esos espacios” (De Miguel, 2000, p. 5). Esto da lugar a una dicotomía entre lo público y lo privado, donde la identidad femenina se desarrolla fundamentalmente en este segundo ámbito. Así, la esfera privada resulta un entorno estrechamente vinculado a las emociones, como se observa en la tabla 1.

Esta conexión entre la emoción y el espacio informal, habitado por mujeres, conduce a una asociación entre lo subjetivo y lo femenino, frente a lo racional y lo masculino (Orbegozo et al., 2021). A pesar de que la inserción laboral de las últimas décadas ha permitido a la mujer posicionarse en una vida profesional y pública, el componente emocional sigue persistiendo como una característica ajena al hombre. La psicóloga Agneta Fischer (2000) se pregunta por qué se relacionan sistemáticamente las emociones con las mujeres y concluye que este principio, asumido de forma natural y universal, es falso y se retrotrae a Stephanie Shields (1987) para asegurar que nunca se ha probado científicamente.

**Tabla 1.***Esfera pública y esfera privada. Elementos diferenciadores.*

Esfera pública	Esfera Privada
<b>Masculino</b>	<b>Femenino</b>
Universal-Imparcial	Particular-afectos
Cultura	Naturaleza
Libertad	Necesidad
Mente-Producción de ideas	Cuerpo-Producción de cuerpos
Razón-Entendimiento	Pasión-Sentimientos
Ética de la justicia	Ética del cuidado
Competitividad	Caridad-Beneficencia
Hacer	Ser
Productividad-Trabajo	Improductividad-No Trabajo
<i>Los iguales-Individuos o ciudadanos</i>	<i>Las idénticas-Madres y esposas</i>

*Fuente: Ana de Miguel (2000).*

La argumentación feminista en torno a las emociones ha ido evolucionando, en la misma medida que desde la propia psicología se redefinía este concepto, rompiendo con la oposición emoción/cognición (Butler, 1997). Se parte de una crítica inicial, al plantearla como un elemento alienador, en un intento de reivindicar la racionalidad femenina y de liberar a las mujeres del espacio doméstico. Esta tendencia se cuestiona en los años setenta del siglo pasado, cuando durante la segunda ola se desestabilizan una serie de antagonismos, entre ellos el que contrapone la emoción a la razón. En los últimos años asistimos a un análisis que reivindica el potencial de las emociones para “repensar las identidades, producir conocimiento alternativo e imaginar nuevas estrategias de transformación social” (Solana y Vacarezza, 2020, p. 10).

Esta propuesta rompe con una creencia arraigada en la sociedad patriarcal, que condena la expresión de las emociones en la esfera pública y las considera un síntoma de debilidad, atributo este históricamente adjudicado al género femenino. La emocionalidad se convierte así en un factor de empoderamiento, con resultados a escala individual y colectiva, especialmente en el ámbito político (Orbeago et al., 2021).



Con fenómenos de movilización social recientes, como el #MeToo, la expresión pública de las emociones ha cobrado una dimensión nueva. Se trata no solo de expresar abiertamente lo que se siente, sino de focalizar esa manifestación en la indignación y la rabia, tradicionalmente silenciadas por considerarse negativas e impropias de las mujeres (Orbegozo et al. 2021). Este prejuicio sigue vigente, como muestran los discursos misóginos y la violencia contra las mujeres en auge en los últimos años (Gómez-Nicolau, et al., 2021) y se ha reavivado al percibirse la inclusión de la igualdad en la agenda política como una amenaza para quienes defienden los privilegios patriarcales.

El feminismo aborda en este punto una reflexión fundamental, al sopesar los efectos que esa formulación sin cortapisas de la rabia puede tener en la consecución de sus objetivos. Habitualmente se ha condenado esta emoción en la esfera pública, especialmente si procede de las mujeres. Se considera "inapropiada o disruptiva, se patologiza como histeria o se desprecia como paranoia" (Orgad y Gill, 2019, p. 2). Numerosas autoras reconocen este riesgo, conscientes de que, lo comúnmente aceptado respecto al hombre, pasa a ser rechazado con relación a la mujer. Es lo que Srinivasan denomina "injusticia afectiva" (2017, p. 124), concepto que ha tenido eco en numerosos trabajos recientes (Gómez-Nicolau, et al., 2021; Boyce Kay y Banet-Weiser, 2019).

En conexión con este análisis, se recoge el concepto de "misoginia popular", acuñado por Sarah Banet-Weiser (2017) para denominar un contramovimiento que "ha cooptado y transformado las propuestas del feminismo en un relato radicado en la retórica de la confrontación y la victimización" (Núñez-Puente y Fernández-Romero, 2020, p. 128). Desde esta premisa se construye un discurso tergiversado que presenta al hombre como víctima y fagocita los argumentos del feminismo.

A pesar de la amenaza que representa este relato manipulado, ha ganado espacio dentro del feminismo la convicción de que la manifestación pública de las emociones, incluidas la rabia, la ira o la indignación, puede ser productiva. Audre Lorde las considera "una fuente poderosa de energía al servicio del progreso y el cambio" (1997, p. 280) y Soraya Chemaly (2019) asegura que la renuncia a enfadarnos para, supuestamente, ser mejores personas, no ha ayudado a defender los intereses femeninos, por lo que la rabia es un paso necesario para demostrar que lo que las mujeres dicen importa. Ambas autoras comparten la visión de Sara Ahmed (2010) sobre la importancia de identificar los problemas y creen en el papel que la rabia desempeña en ese proceso.

Por último, sin negar el potencial constructivo de esta emoción, Jilly Boyce Kay y Sarah Banet-Weiser hacen una propuesta que denominan "*repair*" (reparar), por la que tras experimentar rabia y desesperación se evoluciona hacia un estado de esperanza en el cambio. El *repair* reconoce "la necesidad de cuidado,

de apoyo mutuo" (2019, p. 608) y pone el énfasis en la comunidad y en la importancia de enfrentarse a las grandes dificultades de forma colectiva para tener alguna posibilidad de vencerlas.

#### 4. Objetivos y Metodología

Esta investigación tiene como objetivo general el análisis de la evolución laboral de la mujer en la industria audiovisual española y la observación de las emociones que despierta la situación entre las profesionales del sector. Persegue también aportar reflexión a la investigación en Comunicación sobre una temática de género, escasa en nuestro país, ya que solo el 4,16% de los estudios en este ámbito abordan esta perspectiva (Izquierdo-Iranzo, Gómez-Escalonilla y Núñez-Puente, p. 223).

Localizar la investigación en España se justifica por el hecho planteado en la introducción y que consiste en la situación de desarrollo que vive el mercado audiovisual nacional en este momento, con el incremento de políticas que quieren convertir al territorio en el *hub* de producción europeo, fomentando la creación de obras y la inversión internacional, y por la coincidencia en el tiempo del asentamiento definitivo en el país de grandes *players* mundiales, como es el caso de Netflix, con su centro de producción europeo en Madrid. Queremos observar, pues, si en este escenario de cambio, la mujer vislumbra nuevas oportunidades y sus emociones se tornan positivas o si, por el contrario, el movimiento económico e industrial no está repercutiendo en el equilibrio de género a nivel laboral y en la construcción de nuevos sentimientos.

El estudio que presentamos se inicia con una fase de investigación descriptiva basada en el análisis de fuentes primarias y secundarias que nos ayudarán a contextualizar el fenómeno observado. De este modo, hemos presentado en la introducción la situación del mercado audiovisual español y europeo, así como la realidad femenina en este escenario y el contexto emocional en el que se asienta.

Tras ello, nos servimos de una metodología cualitativa, concretamente del *focus group*, para reunir el testimonio de mujeres profesionales en activo del audiovisual y conocer, de primera mano, su análisis del mercado y sus emociones sobre el devenir de la propia industria. Tomando como base el último informe del Observatorio Audiovisual Europeo, se establecen seis categorías profesionales dentro de la industria: director/a, guionista, productor/a, compositor/a musical, actor/actriz y director/a de fotografía. Tras la revisión documental, se selecciona a nivel nacional, por tener los datos más completos y actualizados, los últimos informes de CIMA, que incluyen otros puestos como

sonidista, montador/a, maquillaje y peluquería, efectos especiales (VFX), dirección de arte y vestuario.

Se generan, pues, doce categorías profesionales por lo que la primera variable pasa por la selección de una representante de cada una de estas áreas para poder contar con la apreciación de los distintos colectivos y no discriminar ninguna voz, independientemente de la jerarquía que ocupen dentro de una producción audiovisual. Se suman dos variables concurrentes complementarias: las participantes deben ser mujeres y contar con, al menos, cinco años de experiencia profesional para poder narrar los posibles cambios desde la implantación de las políticas públicas de fomento de la producción y de la intervención en la industria nacional de agentes internacionales.

De todos modos, la muestra cualitativa no persigue una representatividad estadística sino estructural, pues el objetivo del estudio es comprender el sentido social y las relaciones con el fenómeno investigado, no la extrapolación de los datos al universo, como en el caso de la muestra cuantitativa (Rubio y Perlado, 2015).

El grupo de discusión se organizó de manera semiestructurada, siguiendo un cuestionario creado por las investigadoras en función de la revisión bibliográfica anterior, pero dejando también espacio al diálogo y a la plasmación de las emociones de las entrevistadas. Se plantearon diferentes ejes temáticos:

- La participación de la mujer en la industria audiovisual: concienciación, evolución, reconocimiento y trayectoria profesional.
- Dificultades de la incorporación de la mujer a la industria y claves del talento femenino. Apelación emocional, tanto positiva como negativa, en cuanto a la facilitación de oportunidades laborales y al crecimiento personal y profesional en la transformación audiovisual.

Presentamos, a continuación, el panel de expertas que han participado en el *focus group*. Hemos ordenado a las participantes por orden alfabético de la categoría profesional que representan, teniendo en cuenta los dos estudios mencionados. Se les atribuye un código de identificación para volcar los resultados de una manera más ágil. La letra E corresponde a "entrevistada" y la numeración respeta el orden alfabético citado.

Así, en función de la propuesta del OAE (2022):

**Tabla 2.**

*Profesionales participantes que representan las categorías de OAE.*

Profesión	Actriz	Compositora musical	Directora	Directora fotografía	Guionista	Productora
<b>Nombre</b>	<b>ARANTXA DE JUAN</b>	<b>CARMEN VELA</b>	<b>JUANA MACÍAS</b>	<b>IRENE GARCÍA</b>	<b>DIANA ROJO</b>	<b>AURORA MARTÍNEZ</b>
<b>Bio</b>	Ha trabajado en distintas series con personajes fijos: <i>A las 11 en casa</i> , <i>Amar en tiempos revueltos</i> o <i>La pecera de Eva</i> . También en obras internacionales como Todos cambiamos por la que recibió el premio a mejor actriz en Los Angeles Film Awards 2019.	Compositora y flautista de jazz. Creadora y locutora de <i>Las Noches Bárbaras</i> , programa de Radio Círculo. Fundadora del grupo musical Los Jazzintos, guionista del espectáculo <i>Jazz en la escuela</i> . Ha creado la banda sonora de cintas documentales como <i>Las que faltaban</i> .	En 1999 obtiene el Premio Goya al mejor corto de ficción por <i>Siete cafés por semana</i> y en 2010 es nominada como mejor directora novel por <i>Planes para mañana</i> . Destacan sus largos <i>Embarazados</i> , <i>Bajo el mismo techo</i> o <i>Fuimos canciones</i> .	Abarca el mundo de la ficción, la publicidad, el documental, el <i>fashion film</i> , el videoclip y el videoarte. Reconocida en el Festival de Málaga (2021), la Fila de Valladolid (2021), Miami Fashion Film Fest (2018) o Nepal Human Rights (2020).	Guionista para productoras como Diagonal y Globomedia, con las que ha hecho las series <i>Amar es para siempre</i> y <i>El Ministerio del Tiempo</i> . Ha escrito el largo de ficción <i>L de Loli</i> y también ha sido guionista en el programa <i>Los Viernes al Show</i> .	Directora de Producción en las principales series españolas, como Globomedia, Diagonal y Boca a Boca. Miembro de la Academia de Televisión y vicepresidente de la APPA. Ha trabajado en <i>Vis a Vis</i> y <i>El Internado Las Cumbres</i> , entre otras series <i>prime time</i> . Imparte clases en la ECAM.
<b>Años experiencia profesional</b>	30	15	25	11	14	24
<b>Código</b>	E1	E2	E3	E4	E5	E6

*Fuente:* Elaboración propia a partir de los currículums profesionales de las expertas.

Sumamos, ahora, las profesiones que también recoge CIMA (2021):

**Tabla 3.**

Profesionales participantes que completan las categorías de CIMA.

Profesión	Directora arte	Diseñadora vestuario	Efectos especiales	Maquillaje/ peluquería	Montadora	Sonidista
Nombre	LORENA PALOMINO	PAOLA DE DIEGO	VICTORIA MORA	VANESA MARTÍNEZ	MARÍA LARA	EVA VALIÑO
Bio	Directora de arte y estilista fotográfica para proyectos comerciales y artísticos. Entre los primeros destacan los realizados para Leroy Merlin, Carrefour, Ikea y La vieja fábrica. Entre los segundos, ha trabajado con productoras en la creación de contenido publicitario y de ficción.	Responsable de diseño de escenografía y vestuario en producciones teatrales y audiovisuales. Ha trabajado para el Teatro Español, la Compañía Nacional de Teatro Clásico, el Teatro María Guerrero, Naves de Matadero, Centro Dramático Nacional o Teatros del Canal. Imparte clase de vestuario para cine y teatro.	Videographer y realizadora, ha trabajado en productoras como Zeta Audiovisual y Baynet. Es experta en animación, 3D y entornos interactivos. Instructora de sistemas Avid y After Effects.	Responsable del área en programas de televisión para TVE, Cuatro y La Sexta. También ha trabajado en series como <i>El Internado</i> , <i>Aída</i> y <i>Los hombres de Paco</i> . Asimismo, tiene experiencia en eventos, spots publicitarios y videoclips.	Trabaja como montadora desde 1994, realizando proyectos de cine, televisión y publicidad. Ha sido editora de <i>La Tribu</i> , <i>Isla Bonita</i> , <i>La Banda Picasso</i> , <i>Rivales</i> , <i>El Próximo Oriente</i> , <i>Manzanas, pollos y quimeras</i> , <i>Amateurs</i> , o <i>Cuidate de mí</i> , entre otros.	Considerada una de las primeras mujeres sonidistas de España, cuenta con numerosos galardones como el Premio Goya 2004 al mejor sonido por <i>Te doy mis ojos</i> , junto a otras nominaciones por <i>Canibal</i> en 2014 o <i>Yuli</i> de 2019. Mejor sonido en el Festival de Cine Mediterráneo de Larissa, por <i>El equipaje abierto</i> .
Años experiencia profesional	7	13	10	15	20	30
Código	E7	E8	E9	E10	E11	E12

Fuente: Elaboración propia a partir de los currículums profesionales de las expertas contactadas.

## 5. Resultados

### 5.1. La participación de la mujer en la profesión audiovisual y su evolución

La industria audiovisual está evolucionando. Esta es la primera realidad que nos confirman las entrevistadas, pero con muchos matices. “Evoluciona despacio y queda mucho por hacer”, menciona Vanesa Martínez, responsable de maquillaje y peluquería en producciones audiovisuales (E10), y así lo corroboran las once compañeras restantes que representan cada una de las profesiones contempladas.

Lorena Palomino, directora de arte (E7), plantea la posibilidad de que la lentitud del cambio sea precisamente porque este sector es muy endogámico: “Ha sido un mundo eminentemente masculino, como muchos otros, y cuesta mucho abrir la puerta y de ahí que se tarde más en incorporar a la mujer”. No obstante, la productora Aurora Martínez (E6) explica que cada vez más deja de ser un tema de género, “es cuestión de eficacia, evolución curricular y también evolución emocional y relacional con los equipos”.

Igualmente, todas coinciden con Paola de Diego (E8) cuando la diseñadora de vestuario mantiene que “hay ciertas profesiones que siguen estando monopolizadas por perfiles masculinos, y las peor pagadas y tratadas continúan en manos femeninas”.

Como nos indica E8, a la que se suma E10, hay áreas con una presencia femenina rotunda como las que ellas representan: vestuario y maquillaje-peluquería. Culturalmente, son espacios relacionados con el género y, también, como mantienen, con la esfera privada, vinculada con las funciones propias del cuidado o la estética, como se ha apuntado en la exploración de los discursos emocionales.

Así, aunque crece la participación femenina en la industria audiovisual, “por lo general, hay más representación dentro de la jerarquía laboral en la base de la pirámide, en trabajos con una cualificación muy concreta que no son valorados al mismo nivel que otros”, aporta la guionista Diana Rojo (E5). “Donde se nota más el desequilibrio es en los puestos más altos, de más de responsabilidad, de gerencia”, completa E6, remarcando también los datos aportados por los estudios sectoriales.

“Crear visibilidad y conciencia es el primer paso para un crecimiento de la presencia femenina”, apunta E7. Y, en línea, el grupo confirma la valía de las investigaciones sobre el sector, la importancia de reflejar los datos o las políticas públicas que favorecen la contratación de mujeres. No todas están de acuerdo en que la implantación de cuotas sea la opción ideal, pero defienden que el sis-

tema debe actuar y que puede ser el punto de partida de la normalización y la igualdad de oportunidades.

En relación con ello, la directora de fotografía Irene García (E4) introduce en el debate sobre las cuotas dos temas de interés. Por un lado, considera que se debe confiar en los autores y autoras de las políticas de impulso a la mujer porque “son especialistas y deben saber más que nosotras” y, por otro, reconoce que “a veces se usan para estigmatizar más aún a la mujer, ya que se presupone que está en un proyecto para cumplir la cuota o que se le da un premio para que haya representación de género”.

Ante la dureza del testimonio, y subrayando “que ya está bien de dudar de nosotras mismas”, la sonidista Eva Valiño (E12) aporta:

Las cuotas son como una especie de medicina salvaje que realmente es fatal porque es como tener que imponer la existencia de parques naturales en el mundo. Si fuéramos más ecologistas no tendríamos que tener parques naturales protegidos y convertirlos en parques zoológicos de pago a los que solamente pueden ir cuatro turistas.

Conviene recordar que son numerosos los textos nacionales e internacionales que se pronuncian favorablemente en este sentido, desde la Agenda 2030 de Naciones Unidas, hasta el Plan Estratégico para la Igualdad de Género 2020-2025 o el Plan *Next Generation*, aprobado por la UE en 2020.

Las expertas mantienen que la etapa actual es ilusionante y que, gracias a la efervescencia del mercado español y la abundancia de producción, se perciben nuevas oportunidades. La directora Juana Macías (E3) se muestra contundente: “De todos los momentos que he conocido, este es el mejor; nunca ha habido tantas oportunidades de financiar una película o de sacar adelante un proyecto. Nunca ha habido tanta producción y tan diferente a la vez”. Y María Lara (E11), montadora, para ilustrar la situación añade: “Una semana me llamaron para trabajar en tres largometrajes y en un mismo día me han llamado para dos películas”.

Todas las participantes en este estudio se muestran de acuerdo en que el contexto de creación es muy positivo y que se refleja en el tipo de producciones que se están haciendo, diversificando contenidos y aportando aire fresco. E5 señala que ahora “es un momento bueno de la industria que las mujeres tenemos que aprovechar para que se vean nuestros trabajos”.

A E12 le preocupa que, ante la magnitud de la demanda, el proceso creativo no se haga bien: “Lo que pido es que se pueda mantener el vínculo con algo tan bonito como es el oficio de lo cinematográfico y por ende de lo audiovisual, y que se respeten los tiempos, que se respete la calidad del trabajo, porque un rodaje es una entrega absoluta”. Así, dentro de esta etapa de consolidación, la actriz

Arantxa de Juan (E1) cree que “es necesario trabajar en proyectos interesantes, con responsabilidad, también por una parte romántica de cambiar el mundo, de ver, de enseñar otras dimensiones de esta vida”.

## 5.2. Apelación emocional sobre la intervención de la mujer en la industria audiovisual

A lo largo del *focus group* afloraron una serie de sentimientos y de emociones para narrar la situación que las profesionales vivían en las respectivas áreas laborales. Mayoritariamente, el relato se construyó partiendo de una emoción negativa.

La **rabia** fue una emoción presente en gran parte del diálogo. Primeramente, se utilizó para explicar que las mujeres aceptaban peores condiciones de trabajo, ante lo que volvieron a apelar a la necesidad de crear conciencia y de examinar la educación recibida. También, ante el hecho de que no sólo se aceptaban peores condiciones, sino que en las producciones audiovisuales se presuponía que las mujeres admitían escenarios impensables para un hombre.

Reivindicando la necesidad de dignificación de la mujer en la industria, E12 comenta:

Como somos mujeres pues, de repente, se toman decisiones faltas de profesionalidad como que, al ser todas chicas, durmamos en una misma habitación a lo largo de un rodaje. Aceptamos, quizá, para trabajar más, unas condiciones peores que a lo mejor un hombre no aceptaría, por lo que no es sólo que luchemos por que entren más mujeres a la industria, es también que se abra el trabajo, se dignifique y se desarrolle mejor.

Igualmente, E4 pide canalizar esa rabia en acción. Solicita más colaboración y solidaridad entre las compañeras, que realmente haya una sensación de hermanamiento y lucha conjunta:

Nos llaman porque necesitan una directora de fotografía y empiezan a jugar con todas para ver quien da el caché más bajo, incluso para ver si incluye material propio. Tan grave es que se ha creado un grupo de Telegram en el que se van a compartir cachés, como hacen muchos técnicos, bajo el compromiso de no pisar el trabajo de una compañera abaratando costes.

En este sentido, E11 expresa rabia al no encontrar, tampoco, ese ansiado compañerismo: “A mí, la persona que más me ha discriminado por género y que



no me quiso por género fue una mujer que se decía feminista y es la única persona que realmente me ha excluido”.

Otra apelación a la rabia se produce cuando una mujer tiene que cumplir ciertos estereotipos para poder conseguir lo que quiere. Se presupone, según las entrevistadas, que la mujer debe pedir las cosas con “dulzura”, con “delicadeza”. “A veces te sometes para intentar colar tu idea, pero es complicado de mantener cuando, además, como es mi caso, no va con mi físico ni con mi carácter”, comparte E6. “Tenemos que empezar a cambiar la base”, reivindica E1.

E8 coincide con sus compañeras y explica cómo, tristemente, algunas veces tiene que “sugerirles a compañeros del rodaje la solución” que ella ha ideado para resolver un problema que la escena pide para que la secuencia salga adelante. “Les tiendo las piezas del puzle y les hago pensar que ha sido ideado por ellos”.

La rabia también se manifiesta –y es una realidad que combatir, como venimos apuntando– en la falta de decisión final que relatan parte de las entrevistadas. Victoria Mora (E9), del ámbito de los efectos especiales digitales, apegados a la edición y postproducción, remarca: “En efectos digitales el OK te lo da un hombre”. Detalla que sí observa evolución en su campo y que cada vez existe mayor presencia femenina. “Hay mujeres como ayudantes manejando los *softwares*, pero el proyecto final lo valida un hombre, porque ellos son los jefes”. “Dicen que somos más organizadas, que tenemos mejor trato con los equipos, pero al final el mérito se lo llevan ellos”, apostilla.

Una emoción compartida es la **inseguridad** o la falta de seguridad provocada por el contagio con el ambiente. En este sentido, E5 reflexiona sobre los estímulos recibidos dentro de una sociedad machista y que “terminan generando una actitud más insegura” que “claramente afecta de manera negativa”.

Las profesionales del audiovisual relacionan esa “inseguridad heredada” con el hecho de no tener competencias entrenadas para pedir, para reclamar. E10 expresa que “si una mujer es ambiciosa se le tacha de trepa y esa condición no se da en un hombre”. Este testimonio muestra la validez de numerosas investigaciones, que exponen el temor a demandar y la tendencia a minimizar los méritos.

Las mujeres hemos recibido a lo largo de la historia el mensaje de que no es correcto pedir, que ya se nos dará. Por esa razón, entre otras, consideramos que “la abnegación, la cesión, la generosidad, la modestia... son valores que no ayudan a la mujer en su promoción profesional, si no están equilibrados con la ambición y el derecho a pedir”, como defiende Trinidad Núñez (2010, p. 147).

En el mismo sentido, Esperanza Roquero (2010) menciona la “natural modestia” en la que se socializa a las mujeres para que tiendan a quitarse mérito, de forma que esto se entiende, a veces, como una estrategia de supervivencia.

En efecto, las entrevistadas indican, por ejemplo, que la mujer no se atreve a pedir grandes presupuestos para ejecutar sus ideas y eso provoca que se las encasille en proyectos de bajo coste o en géneros menores.

E4 explica que “el presupuesto es un techo de cristal”.

No creo que pueda acceder de momento a un documental de mucho presupuesto y a grandes ficciones, ni te cuento. Como no accedemos ahí tenemos menos presencia en géneros que son más caros; no es lo mismo hacer un drama intimista que una película con grandes efectos especiales.

Coincide E5. “Hay un cierto prejuicio en que el género, por ejemplo, el *thriller*, hay más tendencia a encargárselo a hombres que a mujeres”, cuenta, al tiempo que reconoce: “A mí me siguen asociando de alguna manera con series más de comedia, con protagonistas femeninas”.

En base a ello, E3, en calidad además de vicepresidenta de CIMA, confirma que “los proyectos a los que están llegando las mujeres a nivel general son los vinculados a causas sociales o que deben ser tratados con especial sensibilidad”. Reclama que hay que romper esos prejuicios porque “que no haya tantas mujeres como hombres generando contenido significa que los que se generan son más pobres, o sea, no son tan diversos como es la sociedad y no tienen los puntos de vista y las experiencias que hay en la sociedad”.

En relación, E5 dice que deben “atreverse” y que, en ocasiones se impone una “autocensura”. Para explicarlo, cuenta su experiencia en un concurso de guion:

DAMA ayuda es un concurso de guion totalmente abierto y anónimo donde se seleccionan los proyectos por su valía. Se piden las sinopsis de los proyectos para sostenerlos a lo largo de un año. En la última edición se han presentado un 30% de mujeres frente a un 70% de hombres. Nadie te lo impide. Tengo como esa sensación de que si te presentas a un concurso, tienes miedo a exponerte, dar un paso al frente y decir pues aquí está mi mierda, pero me da igual que la critiquen y no pasa nada. Tiene que ver, a lo mejor, con el estrés de la mujer a que se la juzgue.

Por tanto, la inseguridad va acompañada de **desconfianza**.

En este trabajo, de lo que se trata básicamente es de convencer a los demás, de vender ideas, de que crean en ti. Es imprescindible que tú misma creas en ti y probar con cosas que no has hecho, pero que sabes que puedes conseguir para convencerte a ti misma y a los demás. Ahí es donde yo veo que todavía nos falta camino por recorrer (E3).

Así, la compositora Carmen Vela (E2), insta a “creernos que nosotras también podemos estar en esos ambientes y que también podemos ser capaces”.

Otras entrevistadas relacionan la desconfianza con las experiencias negativas hacia la mujer generadas en el rodaje y, al mismo tiempo, como dice E2, en tener que demostrar la capacidad. Es el caso de las directoras de fotografía y arte –E4 y E7– que al tener que enfrentarse en el set a trabajos físicos a veces se han sentido cuestionadas o infravaloradas por los compañeros hombres.

Para ilustrar la situación cuentan:

Cuando era *gripp*, a mí los auxiliares de producción, los actores incluso, se me lanzaban a ayudarme, a llevar la grúa. Yo explicaba que podía, que sabía montarla, que la cogía todos los días, igual que las vías. No había confianza (E4).

Me han pasado un montón de situaciones relacionadas. Cuando voy a montar un decorado, van y me preguntan si voy sola. No entienden que pueda manejar un taladro exactamente igual que un hombre y hasta percibo una sensación de desconfianza. Tienes que ir con pies de plomo, currando, demostrando que puedes cargar las cosas tú, que puedes montar las cosas, que tienes los mismos conocimientos y en el lado masculino no es así, no tienen que demostrarlo tanto. Yo he sentido esa presión por tener que probar algo que en el género masculino se da por hecho (E7).

Unidas a estas emociones, se exponen otros sentimientos como la **frustración**, el **exceso de responsabilidad**, el **miedo** o la **autocrítica**, que ya han sido tratados entre los sentimientos anteriores directa o indirectamente.

Se comprueba, con tristeza, que las mujeres de este estudio, a pesar de las trayectorias que las avalan, reconocen sentirse temerosas de “meter la pata”, como indica la ganadora de un Goya Eva Valiño, una de las primeras sonidistas de España (E12).

Todo el mundo tiene derecho a cagarla, pero si eres un hombre más. Si eres mujer y la cagas, el defecto parece que se subraya más. No sé qué ocurre, pero lo relaciono un poquito con el tema de las cuotas. Ojalá no tuvieran que aplicarse, ojalá no hicieran falta, ojalá no tuviéramos ese sentimiento de culpa porque hablaría muy bien de la salud de nuestra forma de vivir.

Para E7, esa sensación hunde sus raíces en “aspectos muy profundos”. “De cómo te sientes tú, de ese síndrome de impostor, de ese sentimiento de desconfianza que al final genera inseguridad en una misma y que provoca que no te desenvuelvas quizá con la misma superioridad o con la misma ambición”, justifica.

La explicación a lo anterior tiene que ver, por supuesto, con la educación recibida y con la falta de referentes:

Cuando son puestos directivos, cuando son puestos en los que tienes que dar órdenes, manejar presupuestos, pedir y conseguir cosas, vender proyectos... entonces ahí se nota mucho toda esa parte de educación que hay que corregir, que tiene que ver con todo lo que aparece en este estudio. Y también con una cosa que me ha mostrado mi experiencia y la de otras mujeres: nosotras somos muy buenas sacando el máximo partido de lo que tenemos, es decir, a ti te dan esto y con esto haces maravillas, pero claro, en este trabajo también se trata de pedir mucho, de pensar en grande y a las mujeres no nos han educado para pensar en grande.

Y, para “pensar en grande”, como dice la directora de éxitos como *Bajo el mismo techo*, que superó la recaudación de cuatro millones de euros en taquilla (IMDB, 2019), o de *Fuimos canciones*, película más vista en la semana de su estreno en España entre las plataformas de pago (Netflix, 2021), “debe haber referentes”. “Si hay referentes, ya no habrá ni miedo, ni dudas”, dice.

“Culturalmente, para que nosotras tengamos en el imaginario la posibilidad de que pueda haber un enorme profesional dentro del cuerpo de una mujer, hace falta tiempo y mucha repetición de lo mismo, para que haya muchas mujeres y para que no se condene el error de la mujer”, profundiza E12. Al tiempo, E4 lanza una autocrítica: “El desconocimiento es tan grande entre nosotras que ni siquiera sabemos del trabajo de las otras y, por supuesto, nuestros compañeros tampoco”.

Así, E2 resume: “Lo que pasa con nosotras en algunas profesiones es que no tenemos referentes... Cuando tú eres un niño pequeño y no ves que una mujer puede hacer una cosa, pues te cuesta más soñarla”.

Como explicábamos al inicio de la presentación de los resultados de este estudio, aunque el sentimiento general de las profesionales consultadas es predominantemente negativo, porque aún queda mucho por hacer, por la lentitud del proceso y por la falta de acceso a puestos de responsabilidad o a presupuestos, géneros y narrativas más ambiciosas, también se aprecia de manera positiva el momento actual.

“Existe un sentimiento muy nuevo de **celebración**”, explica E12. “En el trájín del trabajo muchas veces no nos paramos a pensar, pero cuando observamos vemos que hay chicas, que ya somos muchas, y en el equipo hay una sensación de disfrute”.

Por otro lado, E3 aplaude que socialmente ya no se considera que existe “una falta de **talento**, sino que se sabe que es falta de oportunidad”. Hay, cuentan, interés por las historias femeninas y por la aportación de su mirada. Así E5 reivindica que “siempre es mejor que en el equipo haya variedad de perfiles en todos los sentidos, no sólo de género, porque se aporta **riqueza creativa**”.

El asentamiento, además, de productoras internacionales –junto a las políticas públicas– ha oxigenado el mercado ya que se están empezando a ver otros modelos de hacer las cosas, quizá más desarrollados en materia de género que los que habitualmente se utilizaban en España. Asimismo, la fragmentación de las audiencias hace que los catálogos de contenido de los servicios en *streaming* tengan que contentar a perfiles muy variados donde tienen cabida otro tipo de historias, de producciones, de intereses y **oportunidades**.

Antes eran tres clientes, pero ahora existe una enorme cantidad, muy alimentada por el cambio de modelo de negocio a través de los mercados internacionales, que están favoreciendo que no solamente se atomice la ventana de emisión, sino también la mercantilización. No se encuentran, por ejemplo, *scripts*, localizadoras o regidoras. Y no las encuentras porque todas están trabajando de forma continua, encadenando un proyecto tras otro. Es maravilloso; que dure así toda la vida (E6).

Por último, como apunta Juana Macías, “hay algo que hace diez años no existía, que es toda una **cultura de apoyo** a nuevos talentos y, especialmente, a nuevos talentos femeninos” (E3).

Podemos confirmar que se percibe cierto sentimiento reparador, como explicaban Jilly Boyce Kay y Sarah Banet-Weiser. Tras experimentar rabia, hay una ilusión o esperanza ante el cambio.

## 6. Discusión y conclusiones

La mujer continúa estando infrarrepresentada en la industria audiovisual de nuestro país. Se produce una discriminación vertical, que dificulta su acceso a los cargos de mayor responsabilidad, y también horizontal, que se ve reflejada en su mayor participación en profesiones asociadas históricamente con el género femenino, como la estética o la planificación. Esta conclusión se desprende de los últimos informes sectoriales de ámbito nacional y comunitario y también de los resultados del *focus group* en el que participan doce mujeres, representando las principales categorías del audiovisual. Dentro de estas, vestuario (88%) y maquillaje y peluquería (74%) resultan las profesiones más feminizadas, frente a composición musical (11%), dirección de fotografía (15%), sonido (19%) y dirección (19%), que registran la tendencia opuesta. Entre las que presentan un reparto más equilibrado, podemos mencionar dirección de producción (59%) y dirección de arte (55%). Es importante señalar el impacto de la brecha digital, ya que las mujeres solo son el 23% del grupo técnico. Un desfase similar se registra en

las ocupaciones con carácter directivo, que suponen un 28%. Otro dato llamativo es que los presupuestos manejados por ellas son inferiores a los asignados a los hombres, de forma que estos últimos duplican los primeros.

Acceder a un sector tradicionalmente controlado por hombres resulta complejo y lleva aparejada una carga emocional, que centra nuestro interés. Nos preguntamos qué emociones, positivas y negativas, afloran en este proceso y detectamos un estado de ánimo de cierta indignación, cuando nuestras informantes repasan situaciones donde se produce un sesgo de género: condiciones laborales inferiores, financiación modesta o encasillamiento en determinados temas y géneros son algunos de los obstáculos con los que tienen que lidiar.

Junto a ello, surgen realidades menos tangibles, pero que pueden generar un entorno de trabajo hostil, como la sensación de tener que demostrar continuamente su valía, la necesidad de ajustarse a un estereotipo femenino tolerado por sus compañeros con el fin de evitar conflictos, o el trabajo realizado en la sombra, sabiendo que un superior recibirá el correspondiente reconocimiento. Desenvolverse en este contexto, donde no siempre se recibe un trato equitativo, genera rabia y frustración. La expresión de estas emociones funciona como toma de conciencia, tal como señala Sarah Ahmed (2010), y las convierte en algo productivo que invita a la acción, en línea con la propuesta de Audre Lorde (1997). Se lanza el mensaje de que los intereses de las mujeres importan (Chemaly, 2019).

En el *focus group* se señalan la educación recibida y la falta de referentes como dos de los condicionantes que lastran la iniciativa femenina. Desde la infancia se reciben estímulos machistas, que pueden resultar en inseguridades. Tal como reflejan Trinidad Núñez (2010) y Esperanza Roquero (2010), a las mujeres se las enseña a no pedir y se las previene contra la posibilidad de parecer demasiado ambiciosas. Ese refuerzo de actitudes como la abnegación o la modestia pueden perjudicar las tareas de liderazgo. Los proyectos audiovisuales exigen un alto nivel de confianza, que no es compatible con el exceso de autocrítica, o el miedo a equivocarse. Junto a estas conductas, que son perfectamente comprensibles, es preciso aprender, como afirma una de las profesionales preguntadas, a “pensar en grande”.

El primer paso para combatir los mencionados desequilibrios es cuantificarlos y darles visibilidad. Organizaciones como CIMA trabajan en este sentido, para conseguir una toma de conciencia que conduzca a las administraciones públicas a tomar medidas de compensación. Surge así el conflictivo asunto de las cuotas, que genera disparidad de opiniones. Algunas de las profesionales consultadas afirman que solo si surgen las oportunidades se puede demostrar la valía. Pero la mayoría manifiestan que les gustaría llegar a un estadio en que estas no sean necesarias, ya que pueden ser contraproducentes, al utilizarse también para cuestionar el mérito femenino. Esta opinión conecta con el concepto de “misoginia

popular” (Banet-Weiser, 2017) explicado en este trabajo, en el que han profundizado investigadoras de nuestro país, como Sonia Núñez-Puente y Diana Fernández-Romero (2020), o Emma Gómez-Nicolau, et al. (2021). La última regulación aprobada para el sector no amplía estas medidas, en contra de las reivindicaciones de CIMA y de las recomendaciones de diversas iniciativas internacionales, como la Agenda 2030 de Naciones Unidas, o el mencionado Plan *Next Generation*.

Frente a estas emociones de carácter negativo, nuestros resultados muestran también una pulsión optimista, que reconoce los logros. Se percibe un contexto de creación favorable, por la cantidad y la variedad de las producciones. El asentamiento en España de Netflix, junto a otros operadores internacionales, y la financiación pública de nuevos proyectos a través de fondos europeos permiten vislumbrar nuevas oportunidades, que las mujeres están dispuestas a aprovechar. Existe, por tanto, un sentimiento de celebración, de interés por dar a conocer su mirada, algo que la fragmentación de las audiencias y la variedad de los catálogos ofrecidos por las plataformas de *streaming* comienzan a hacer posible. Se insiste en la riqueza creativa aportada por la variedad de perfiles, en todos los sentidos, no solo de género.

Nuestro estudio refleja este trasfondo emocional de luces y sombras en un momento de encrucijada, en el que se disfruta de los avances, pero se es consciente de que queda mucho camino por recorrer. El apoyo mutuo se apunta como un factor esencial en esta lucha, precisamente por parte de aquellas profesionales que afirman no haber contado siempre con ese respaldo. Este requiere no solo de buena voluntad, sino también de organización y estrategias conjuntas. Las mujeres de nuestro *focus group* parecen compartir ese sentimiento de reparación que Jilly Boyce Kay y Sarah Banet-Weiser consideran necesario y operativo en la consecución de sus aspiraciones, pero reclaman más hermanamiento y una dignificación del trabajo realizado por las mujeres en la historia del cine y del audiovisual.

## 7. Bibliografía

- Ahmed, Sara (2010). Killing Joy: Feminism and the History of Happiness. *Signs*, 35(3), 571-594. <https://doi.org/10.1086/648513>
- Aleman, Luis (23 mayo 2022). “La Ley Audiovisual atiende las cuotas lingüísticas, pero no las de género”. *El Mundo*. <https://cutt.ly/mJlZ1ib>
- Álvarez, Sara (13 febrero 2022). Las mujeres ganan en nueve categorías de los Goya, aunque se resiste la Mejor Dirección o Fotografía. *El Plural*. <https://cutt.ly/DGSZq3b>
- Álvarez-Mella, Héctor y García-Delgado José Luis (2022). El español como motor industrial: producción y distribución global. En Rocío Gago, Marta Saavedra y Nicolás Grijalba (eds.). *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: mercado, narrativas y público* (pp. 101-114). Tirant lo Blanch.

- Arranz, Fátima (coord.) (2008). *Mujeres y hombres en el cine español. Una investigación empírica*. Instituto de la Mujer.
- Andreu, Cristina (27 diciembre 2021). No se trata de cuotas, se trata de democracia. *El País*. <https://cutt.ly/gJObh4Y>
- Belinchón, Gregorio (16 febrero 2022). "Alcarràs", de Carla Simón, gana el Oso de Oro de la Berlinale 2022. *El País*. <https://cutt.ly/XGSZlza>
- Boyce Kay, Jilly & Banet-Weiser, Sarah (2019). Feminist anger and feminist respair. *Feminist Media Studies*, 19(4), 603-609. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1609231>
- Bridges, M. (2013). *Why Aren't There More Women Directors In The UK Film and TV Industry*. <https://cutt.ly/kJ7Qhfq>
- Butler, Judith (1997). *Mecanismos psíquicos del poder: teorías sobre la sujeción*. Cátedra.
- Cascajosa, Concepción y Martínez, Natalia (2016). Del cine a la televisión. Hacia una genealogía de las mujeres guionistas en España. *Femeris*, 7(1-2), 25-34. <https://doi.org/10.20318/femeris.2016.3225>
- Chemaly, Soraya (2019). *Rage becomes her. The power of women's anger*. Atria Books.
- Cuenca, Sara (2021). *Informe CIMA 2020. La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español*. CIMA. <https://cutt.ly/TGSZKli>
- De Miguel, Ana (8-10 diciembre 2000). *Movimiento feminista y redefinición de la realidad* [Ponencia]. Jornadas feministas, Córdoba, España. <https://cutt.ly/oJl9TGf>
- Fischer, Agnetta H. (ed.) (2000). *Gender and Emotion. Social Psychological Perspectives*. Cambridge University Press.
- Fontaine, Gilles (2022). *Female audiovisual professionals in European fiction production 2020 figures*. Observatorio Audiovisual Europeo. <https://cutt.ly/CHc6aMJ>
- Gago, Rocío, Molina, David y de la Rica, Santiago (2022). La producción de ficción en España. ¿una historia de éxito? Aspectos diferenciales de la industria española. En Rocío Gago, Marta Saavedra y Nicolás Grijalba (eds.). *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: mercado, narrativas y público* (pp. 37-52). Tirant lo Blanch.
- Galán, Elena (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*, 28, 229-236. <https://doi.org/10.3916/C28-2007-24>
- García-Manso, Almudena. (2021). Manosphera's: aproximaciones al cibermachismo en la cibernsiedad. En Virginia Sánchez, M. Teresa Bejarano y Silvia Corral (coords.). *Género e igualdad como señas de identidad moderna* (pp. 123-135). Tirant lo Blanch.
- Gobierno de España (2021). *Pedro Sánchez presenta el plan 'España, Hub Audiovisual de Europa', dotado con más de 1.600 millones de inversión pública hasta 2025*. <https://cutt.ly/4JHf5wH>
- Gómez-Nicolau, Emma, Medina-Vicent, María y Gámez-Fuentes, M. José (2021). Expresar la rabia femenina. Las reivindicaciones feministas hoy. En Emma Gómez-Nicolau, María Medina-Vicent y M. José Gámez-Fuentes (eds.). *Mujeres y resistencias en tiempos de manadas* (pp. 9-22). Servicio de Publicaciones Universidad Jaume I.
- IMDb (2019). *Bajo el mismo techo*. <https://cutt.ly/LJXc4lk>
- Izquierdo-Iranzo, Patricia, Gómez-Escalonilla, Gloria y Núñez-Puente, Sonia. (2021). La mirada de las protagonistas en la investigación de género en comunicación y sus perfiles. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 8(15), 220-241. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.10>



- Lorde, Audre (1997). The Uses of Anger. *Women's Studies Quarterly*, 25(1/2), 278-285. <https://cutt.ly/BJVrZMZ>
- Martínez, Beatriz (26 septiembre 2021). 2021, el año de cine en el que las mujeres lo ganaron todo. *El Periódico*. <https://cutt.ly/gGSXVXK>
- Netflix (2021). *Informe de resultados de septiembre*. *Semana de estreno de "Fuimos canciones"* (29 de septiembre-6 de octubre).
- Núñez, Trinidad (2010). Barreras en el acceso y la promoción profesional de las mujeres. Argumentos para el cambio. En *El audiovisual ante la ley de igualdad* (pp. 137-149). Instituto Andaluz de la Mujer, Fundación Audiovisual de Andalucía.
- Núñez-Puente, Sonia y Fernández-Romero, Diana (2020). La misoginia popular como contramovimiento: estudio de la resemitización y los discursos manipulativos como desafíos contra el feminismo. *Ex aequo*, 41, 125-142. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2020.41.08>
- Orbegozo, Julen, Larrondo, Ainara y Landaburu, Amaia (2021). Emociones y discurso público: una mirada de género a la retórica política afectiva. *Cultura, Lenguaje y Representación*, XXVI, 247-266. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.2021.26.13>
- Orgad, Shani & Gill, Rosalind (2019). Safety valves for mediated female rage in the #MeToo era. *Feminist Media Studies*, 19(4), 596-603. <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2019.1609198>
- Roquero, Esperanza (2010). Las categorías profesionales en el cine. En Fátima Arranz (coord.). *Cine y género en España: una investigación empírica*, (pp. 127-158). Cátedra.
- Rubio, Ruth (2020). Mujeres, espacio público, participación política y derechos humanos: ¿hacia un paradigma de democracia paritaria? *Revista Electrónica de Estudios Internacionales* (REEI), 39, 1-29. <https://doi.org/10.17103/reei.39.09>
- Rubio, Juana y Perlado, Marta (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 13(2), 73-94. <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v13i2.818>
- Simelio, Nuria y Forga, María (2014). Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, 69-84. <https://doi.org/10.7238/a.v0i50.2252>
- Solana, Mariela y Vacarezza, Nayla Luz (2020). Sentimientos feministas. *Revista Estudios Feministas*, 28(2), 1-15. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2020v28n272445>
- Srinivasan, Amia (2017). The Aptness of Anger. *The Journal of Political Philosophy*, 26(2), 123-144. <https://doi.org/10.1111/jopp.12130>
- Vanity Fair (26 septiembre 2021). *Las Mujeres ganan en el Festival de Cine de San Sebastián: de Alina Grigore a Jessica Chastain*. <https://cutt.ly/3JHjgCx>