



## MUJERES GUIONISTAS Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL AUDIOVISUAL ESPAÑOL ACTUAL

*Women scriptwriters and gender stereotypes in current Spanish audiovisuals*

**José Luis Torres-Martín**

[jltorres@uma.es](mailto:jltorres@uma.es)

**Andrea Castro-Martínez**

[andreacastro@uma.es](mailto:andreacastro@uma.es)

**Pablo Díaz-Morilla**

[pablodmorilla@uma.es](mailto:pablodmorilla@uma.es)

*Universidad de Málaga y EADE. University of Wales Trinity Saint David – España*

*Recibido: 15-03-2021*

*Aceptado: 20-04-2021*

### **Resumen**

A través de entrevistas a 16 guionistas y el análisis documental de 7 informes sobre el sector, este trabajo aborda la situación de las mujeres guionistas en el mercado audiovisual español y las dificultades a las que se enfrentan, así como su influencia en la evolución de la construcción de los personajes femeninos. Las mujeres continúan siendo minoría en la ideación y creación audiovisual, así como en puestos de responsabilidad. Esto se traduce en una excesiva homogeneización de los personajes femeninos y en el empleo de estereotipos de género. Las guionistas se enfrentan a barreras derivadas de ideas preconcebidas sobre las mujeres, como su falta de preparación o capacidad, y a otras que dificultan la maternidad y la conciliación.

**Palabras clave:** audiovisual; guionistas; mujeres; estereotipos; roles; género; feminismo.

### **Abstract**

Through interviews with 16 scriptwriters and the documentary analysis of 7 reports on the sector, this work addresses the situation of women scriptwriters in the Spanish audiovisual market and the difficulties they face, as well as their influence on the evolution of the construction of female characters. Women continue to be a minority in audiovisual ideation and creation, as well as in positions of responsibility. This results in an excessive homogenisation of female characters and the use of gender stereotypes. Women scriptwriters face barriers stemming from preconceived ideas about women, such as their lack of qualifications or ability, and others that make motherhood and work-life balance difficult.

**Keywords:** audiovisual; scriptwriters; women; stereotypes; roles; gender; feminism.

## 1. Introducción

La incorporación de las mujeres al ámbito profesional ha experimentado un incremento paulatino en las últimas décadas en lo que al sector audiovisual se refiere tanto a nivel internacional como en el mercado nacional (Cascajosa y Martínez, 2016). Existen profesiones tradicionalmente feminizadas y otras en las que la presencia de mujeres es una realidad consolidada desde hace años. Si bien es cierto que cada vez son más las mujeres con perfiles técnicos, artísticos y creativos en la industria, su presencia en puestos de poder y de toma de decisiones aún no es equiparable a la de sus homólogos masculinos (Eurimages, 2020a). Esto no solo limita el acceso de las mujeres a posiciones jerárquicamente superiores y a la dirección y producción de proyectos, sino que se traduce en la contratación de un menor número de mujeres como miembros de los equipos (Higueras-Ruiz, 2019). Además, la prevalencia de la mirada masculina en la construcción de historias y en la representación de los personajes femeninos no contribuye a superar los estereotipos y roles de género (Bartolomé, 2017).

En este contexto se desarrolla la presente investigación, que tiene por objeto de estudio el mercado audiovisual en España en general y la profesión de guionización en particular abordado desde una perspectiva de género que permita identificar las condiciones que influyen en el desarrollo de la carrera de las mujeres que ocupan estos puestos en la industria, así como los posibles efectos que esta circunstancia pueda tener sobre la configuración de los personajes femeninos. Los objetivos de este trabajo se concretan en:

- Analizar la situación en la que se encuentran las mujeres guionistas en el mercado audiovisual español.
- Conocer las barreras laborales a las que se enfrenta este colectivo.
- Estudiar si la incorporación de mujeres guionistas al mercado audiovisual está relacionada con el cambio de tratamiento de los personajes femeninos y con el abordaje de nuevas temáticas en las producciones.

## 2. Marco teórico

### 2.1. Estereotipos de género en el audiovisual

Los imaginarios sociales (Castoriadis y Vicens, 1983) constituyen el marco de representación de las categorías perceptuales a través de las que se interpreta y asimila la realidad en base a las creencias, actitudes y valores, actuando así como “matrices de sentido” (Gómez,

2001: 198). De este modo la comunicación pública “se convierte en el espacio de construcción de identidades colectivas” (Cabrera, 2004: 1), especialmente en el contexto actual de la sociedad líquida (Bauman, 2015). Un rasgo de la posmodernidad es el protagonismo de la imagen, por lo que los imaginarios mediáticos han adquirido una relevancia sin precedentes en los mecanismos de identificación que llevan a cabo los públicos (Sola-Morales, 2014), así como en el proceso de construcción de la propia identidad.

Por otra parte, los estereotipos constituyen un mecanismo de socialización puesto que “aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo es una manera de permanecer integrado en él” (González, 1999: 81). En este sentido, los estereotipos de género son representaciones que asignan atributos, características y roles a hombres y mujeres de modo que establecen los códigos y categorías culturales de identidad con las que los sujetos deben identificarse y a los que se espera que adapten su conducta (Lagarde, 1998; Freixas, 2000).

Los medios de comunicación han jugado y juegan un papel fundamental en los procesos de transmisión de valores y de esquemas de pensamiento y, por lo tanto, también de estereotipos. De esta forma “la imagen y su representación ha sido uno de los mecanismos culturales más poderosos y efectivos de control social sobre las mujeres, ya que las representaciones transmiten pautas de comportamiento y roles sociales que las mujeres interiorizan y asumen” (Castejón, 2004: 311). Desde comienzos del siglo XX, primero el cine y más tarde la televisión han legitimado y cimentado estereotipos sobre las mujeres (Ballesteros, 2011) y perpetuado los roles de género.

Gubern señalaba en 1984 que “en las industrias culturales de hoy las decisiones las siguen tomando los hombres y sus productos los conciben, diseñan o producen los hombres o algunas mujeres colonizadas o asimiladas al punto de vista masculino” (Gubern en 1984: 33). Sin embargo, y pese a los avances que en materia de igualdad se han producido en los últimos casi cuarenta años, la preeminencia masculina en algunos sectores culturales sigue siendo un hecho, ya que en las manifestaciones culturales se impone la perspectiva masculina (Ruiz y Sánchez, 2008).

Los estereotipos de género transmitidos a través de los medios han sido ampliamente estudiados en todos los ámbitos audiovisuales, como en la publicidad (Ferguson, Kreshel y Tinkham, 1990; Berganza y Hoyo, 2006; Garrido, 2007; Zimmerman y Dahlberg, 2008; Velandia-Morales y Rincón, 2014), el cine (Tasker, 1993; Gila y Bozal, 1999; Harper, 2000; Radner y Stringer, 2012) o la televisión (Caldevila, 2010; Padilla Castillo y Sosa, 2018; Lozano, 2020; Morejón, 2020).

Bien es cierto que los guionistas suelen recurrir a los estereotipos en la creación de personajes, puesto que facilitan el reconocimiento e identificación por parte de los espectadores (Marcos, 2020). No obstante, en el audiovisual escrito y dirigido por mujeres pueden encontrarse nuevas temáticas, tratamientos y perspectivas debido a que “sus puntos de vista y sus perspectivas culturales les ha permitido aportar nuevos modos de ver y hacernos ver” (Ruffinelli, 2014: 11).

## 2.2. La situación de las mujeres en la industria audiovisual

En España, con la llegada de la televisión privada en los años 90, el aumento de series televisivas impulsó la incorporación de las mujeres como guionistas al permitir desarrollar carreras con continuidad (Cascajosa y Martínez, 2016). La llegada a nuestro país de las plataformas de vídeo bajo demanda en *streaming* (Torres-Martín, 2020), ha provocado un crecimiento exponencial de nuestra industria y, consecuentemente, el acceso de un mayor número de mujeres a la misma. Pese a todo, el audiovisual continúa siendo un sector ampliamente masculinizado. Josefina Molina, escritora, directora y Presidenta de Honor de CIMA (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales) lo expresaba así en 2010: “Se nos juzga según patrones masculinos y no se escuchan nuestros mensajes con la misma atención. Los hombres creen saberlo todo, incluso sobre nosotras y se sorprenden cuando nos expresamos y nuestro discurso difiere del de ellos” (Contreras de la Llave, 2010: 34)

La menor presencia femenina en el sector audiovisual, especialmente en puestos de decisión, es una realidad y ha sido objeto de numerosos estudios internacionales (Sinclair, Pollard y Wolfe, 2006; Smith, Choueiti y Pieper, 2014; Prommer y Loist, 2015; Eurimages, 2020a; Finnish Film Foundation, 2020; Telefilm Canada, 2020; Swedish Film Institute, 2021).

En el caso de las guionistas se pueden señalar algunos datos ilustrativos:

- En los proyectos enviados a las convocatorias de Eurimages, las mujeres guionistas suponían el 23% en 2012 y el 35% en 2018 (Eurimages, 2020b).
- La abrumadora mayoría de las decisiones en la industria son tomadas por hombres, lo que afecta al empleo de las mujeres guionistas, como sucede en Hollywood (Bielby, 2009).
- En las películas estrenadas entre 2007 y 2016 en el mercado estadounidense las mujeres sólo supusieron un 4,2% de las directoras, un 13,2% de las guionistas y un 20,7% de las productoras (Women in Film Los Angeles, 2017).
- En el audiovisual estadounidense las mujeres ocupan los puestos clave detrás de las cámaras en un 31% de los casos en televisión y en un 20% en cine (Women in Film Los Angeles, 2020).
- En 2014 las mujeres suponían en España solo un 31,21% de los profesionales de la industria televisiva, limitándose al 28,30% las que ocupaban cargos de responsabilidad (Simelio y Forga, 2014).

Y es que “la industria del cine y la televisión puede caracterizarse por un fuerte sesgo de género a través del cual las mujeres se encuentran en desventaja estructural en todos los ámbitos” (Prommer y Loist, 2019:1). En nuestro país, Ocón y Núñez (2020) han realizado recientemente un estudio sobre la gestión del tiempo por parte de mujeres y hombres en la producción

cinematográfica andaluza. Su trabajo señala que, aunque el uso del tiempo es similar en cuanto a la actividad profesional, no lo es en el ámbito doméstico, lo que cimienta aspectos como el techo de cristal y otras barreras profesionales que limitan en la práctica el acceso de las mujeres a puestos de decisión en la industria audiovisual.

Martínez-Collado y Navarrete (2011: 11) señalan que si las mujeres “no están presentes ni como productoras o realizadoras, ni como ejecutivas de la industria audiovisual se produce un efecto inmediato en el tratamiento (o ausencia) de temas y enfoques de la mujer y se reconstruyen y refuerzan los estereotipos de género”.

Además, la presencia de mujeres en los ámbitos de decisión de la industria no solo promueve positivamente la caracterización de los personajes femeninos más allá de los estereotipos que históricamente se les han asignado, sino que también favorece la contratación de otras mujeres en los roles de guionistas, directoras y editoras (Higueras-Ruiz, 2019). En este sentido, y pese a la tradición masculina que domina la producción de contenidos audiovisuales, en los últimos años se ha incrementado el número de mujeres showrunners “que promueven la inclusión de personajes femeninos complejos y realistas, respondiendo a las demandas de los movimientos feministas contemporáneos” (Higueras-Ruiz, 2019: 85). Es el caso de Lucille Ball, Mary Tyler Moore, Roseanne Barr (Higueras-Ruiz, 2019) o la conocidísima Lena Dunham (Weitz, 2016; Tous-Rovirosa, 2018), productora-guionista autoidentificada como feminista (Murray, 2017).

Autoras como Bartolomé destacan el reto lejano que supone la descolonización de los imaginarios cinematográficos por parte de las cineastas: “seguimos en franca minoría, luchando por salir de la “invisibilidad”, siendo el punto de vista “diferente” de nuestro colectivo” (Bartolomé, 2017: 176).

### **3. Metodología**

El diseño metodológico se aborda desde una perspectiva cualitativa que permita conocer en profundidad los matices que afectan a la realidad profesional de las mujeres guionistas en España. Como herramientas de recolección de información se han empleado:

- Entrevistas en profundidad combinadas con entrevistas semiestructuradas (Wimmer y Dominick, 1996), ya que permiten abordar una serie de asuntos de interés para la investigación sin encorsetar las intervenciones de los participantes.
- Revisión documental de informes previos sobre el sector audiovisual en España, la situación de las mujeres profesionales en él y, en concreto, sobre las mujeres guionistas.

En cuanto al material documental analizado, se han seleccionado 7 estudios relevantes entre 2010 y 2021 (tabla 1).

**Tabla 1. Muestra del análisis documental**

<b>Editor</b>	<b>Documento</b>
San Sebastián International Film Festival.	<i>Informe de identificación de género en las películas del Festival de San Sebastián 2020.</i>
Ministerio de Igualdad. Gobierno de España.	<i>Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico.</i>
CIMA	<i>La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español: 2019.</i>
Geena Davis Institute on Gender in Media	<i>Cambiamos el guion. Plan Internacional Niñas con Igualdad.</i>
European Audiovisual Observatory	<i>Female directors in European cinema. Key figures.</i>
Fundación AISGE	<i>Estudio de la presencia de la mujer en las producciones españolas de ficción difundidas en televisión y salas de cine de España durante el periodo 2014-2016. Análisis de igualdad del mercado audiovisual español.</i>
Instituto Andaluz de la Mujer y Fundación Audiovisual de Andalucía	<i>El audiovisual ante la Ley de Igualdad.</i>

*Fuente: Elaboración propia.*

Todas las entrevistas abordan distintos aspectos clave que afectan al objeto de estudio (tabla 2) pero su extensión ha sido variable. Esto se debe a que cada participante ha podido profundizar en los asuntos que consideraba de mayor interés y que han resultado relevantes a lo largo de su trayectoria personal.

Las entrevistas se han realizado durante febrero de 2020 y han sido transcritas para facilitar su tratamiento, codificación y análisis posterior.

Los entrevistados que figuran con sus nombres y apellidos han dado su autorización expresa, mediante la firma de un consentimiento informado, a que así se refleje en la presente investigación; en cambio, dos de los participantes han optado por realizar sus aportaciones de forma anónima (en adelante, aparecerán en el texto como Guionista 1 y Guionista 2).

**Tabla 2. Temas abordados en las entrevistas**

Temas abordados en las entrevistas a los y las guionistas españolas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de proyectos en los que trabaja</li> <li>- Imposiciones en cuanto a temáticas y construcción de personajes</li> <li>- Representación de las mujeres en los productos audiovisuales</li> <li>- Proceso de construcción de los personajes femeninos</li> <li>- Situación laboral de las mujeres guionistas en España</li> <li>- Dificultades y barreras derivadas de ser mujeres</li> <li>- Relación entre la presencia de mujeres guionistas y temáticas/representación de las mujeres</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

La muestra de las entrevistas está conformada por 16 guionistas que trabajan en el mercado audiovisual español. Con el fin de asegurar la representatividad de la muestra, todos los entrevistados han trabajado de forma profesional como guionistas en distintos campos del mercado audiovisual en España, ya sea en largometrajes, series, documentales, cortometrajes o en programas televisivos. A continuación, se describe brevemente la trayectoria profesional de las y los participantes:

- Ruth García Martínez: productora ejecutiva de Globomedia y cocreadora de la serie *Paraíso* (Movistar). Coproductora ejecutiva y coordinadora de la serie *El Internado*, ganadora de un premio Ondas. Creadora de algunas series como *Los Protegidos*, *Perdida* o *El Incidente*. Escaletista y dialoguista en diferentes formatos diarios, como las telenovelas *Acacias 38* o *La sopa boba*. Autora de numerosas series como *Aquí no hay quien viva*, *Los hombres de Paco*, *La chica de Ayer* o *La Señora*.

- Carmen Pombero: guionista, escritora y directora teatral. Ha recibido numerosos premios internacionales como dramaturga y ha sido guionista y dialoguista en series de televisión como *Mujeres*, *Hospital Central*, *Sin tetas no hay paraíso* o *La Peste*. Desempeña labores de analista y *script doctor* de guiones internacionales, adaptadora de obras literarias y *showrunner* para Netflix.

- Isa Sánchez: guionista de cine y televisión, entre sus trabajos destacan el largometraje *321 días en Michigan* y las series *Malaka* y *El Ministerio del tiempo*. Actualmente aguarda el estreno de las películas *La mancha negra* y *Alegría*. Este último proyecto fue finalista del Premio SGAE de guion Julio Alejandro 2019, seleccionado por el programa 'Breaking Through The Lens' en Cannes y Toronto (2020) y es beneficiario de las ayudas de TVE, ICAA y Junta de Andalucía (2020).

- Lorena Iglesias: cineasta, actriz y cómica. Desde 2012 forma parte del colectivo audiovisual Canódromo Abandonado. Ese mismo año ruedan su primera película, *La tumba de Bruce Lee*, estrenada en el Festival de Cine de Sitges en 2013. En 2017 realizan el largometraje seleccionado para festivales internacionales *Ayudar al ojo humano*. En 2019, la Academia de Cine selecciona su proyecto *Millennial mal* para llevar a cabo una residencia. Actualmente trabaja en su primera película en solitario, *Períodos*, y escribe la serie de animación *Animal Hustling*.
- María López Castaño: Productora ejecutiva y jefa de guion en *Valeria* (Netflix). Creadora y jefa de guion en *Diablo Guardián* (Amazon). Ha sido guionista en *La Otra Mirada* y *Herederos* (TVE), *Apaches* (Antena 3 y Netflix), *Gran Hotel*, *Física o Química* y *Los Hombres de Paco* (Antena 3) y *Tierra de Lobos* (Telecinco). Fundadora de [www.threedogswalking.com](http://www.threedogswalking.com), escuela online para escritores.
- Noelia Bodas: guionista desde 2008 en la serie *La Tira*, se ha especializado en comedia. Ha trabajado en programas como *Dani&Flo*, *Likes*, *Dicho* y *Hecho*, *Hoy por Hoy*, *Las que faltaban* o *La Noche D*. También trabaja como creativa publicitaria en campañas como *Palabra de Mujer*. *Inspirando Generaciones*, de National Geographic.
- Nuria Cabello: 15 años de experiencia en creación de contenidos audiovisuales, culturales y publicitarios para marcas como Cervezas Alhambra, Museo Pompidou, Repsol o Heineken. Como guionista ha trabajado como *script doctor* y redactora de proyectos. Fue guionista de la primera promoción del Laboratorio de Guion de La Palma Film Commission y en la actualidad desarrolla un proyecto propio con Elamedia Estudio.
- Sergio Sarria: cocreador de las series *Nasdrowia* (Movistar) y *Dos años y un día* (Antena 3). Antes fue coordinador de guion de *El Intermedio* (La Sexta) y guionista de *Malaka* (TVE) y *Capítulo 0* (Movistar). Además, ha publicado dos novelas: *El hombre que odiaba a Paulo Coelho* (La Esfera de los Libros) y *Cuando nadie nos ve* (Espasa).
- Samuel Pinazo: dramaturgo y guionista. Cocreador y jefe de guion de la serie *Malaka*, ha escrito los guiones de las películas *Las tetas de mi madre* y *Topos y suricatos albinos* (en fase de posproducción). Como dramaturgo ha obtenido galardones internacionales con obras como *Despachados* y *Hécate y la Frontera*.
- Lluís Arcaz: Goya al mejor guion adaptado por *Salvador* (Puig Antich) en 2007 y Premio de la Institución de las Letras Catalanas por el guion de *Nissaga de poder*. Ha trabajado en cine y en televisión en series como *Poble Nou*, *Secretos de familia*, *Saga de poder* o *Nit i Día*. Profesor de guion en la Universidad Ramón Llull y expresidente de Guionistas Asociados de Cataluña.
- Luis Miguel Pérez: guionista desde 2008, ha escrito en el programa *El Intermedio* y las series *La Tira*, *Capítulo 0* y *Malaka*. Además, ha sido cocreador de *Nasdrowia* y *Dos años y un día*.

- Enrique García: director y guionista de cine, publicidad y otros formatos. Sus largometrajes *The Perfect Moment* y *La Mancha Negra* han recibido numerosos premios, como cuatro galardones en el XVII Festival de Cine Español de Málaga y dos premios ASECAN 2015. En su trayectoria como cortometrajista ha cosechado más de 50 premios nacionales e internacionales.
- José Antonio Pastor Sáez: finalista del Premio Pilar Miró de guiones para la televisión (2002 y 2003) y becado por el Nipkow Programm Berlín para el desarrollo del proyecto argumental *Sumo's Story*. En 2013 guionizó para televisión *Todos os Santos*. En República Dominicana ha escrito más de diez películas, participando entre otras en las producciones *Mañana no te olvidés*, *Colao* o *Malpaso*, seleccionada para el Festival de Cine de Málaga 2020 en Sección Oficial.
- Raúl Mancilla: director, guionista y productor de cortometrajes, documentales y teatro. Ganador de más de 100 premios nacionales e internacionales. Guionista del largometraje *Ultramar. El lado negro*, finalista del Premio Telefónica Studios y ganador de la Residencia de Escritura de Guiones del XIV Festival Cine Español de Marsella 2017. Ha escrito el *thriller* *10.000 idiotas* y *Las Recoveras*.

## 4. Resultados

### 4.1. Análisis documental

El análisis de los informes revela que la situación de las mujeres no es equilibrada con respecto a los hombres en la industria audiovisual. Este trato no igualitario en lo que a tareas se refiere es claro en el caso de películas europeas dirigidas por mujeres en el periodo 2003-2017, que ocupan únicamente un 17% del total (Simone, 2019). También el Festival de Cine de San Sebastián ha realizado desde 2019 informes de identificación de género. En el segundo, de muy reciente publicación, se han analizado las 2.487 películas visionadas por el comité de selección y en ellas la autoría se decanta hacia profesionales que se identifican con el género masculino en porcentajes notablemente altos -entre el 65% y el 80%- (SSIFF, 2021). En el sector del largometraje español las mujeres representan un 30% del personal y un 23% en el caso de las guionistas (Cuenca, 2020).

El Instituto Andaluz de la Mujer y la Fundación Audiovisual de Andalucía señalan que el trato entre hombres y mujeres en el audiovisual es desigual, pese a que muchas profesionales manifiestan lo contrario. Esto se debe a que mayoritariamente se dedican a labores tradicionalmente desempeñadas por el género femenino en la industria, tales como script, maquillaje o peluquería. De esta forma, estas mujeres no tienen en consideración tareas en las

que sí es complejo el acceso a puestos para ellas, como las de guionización o dirección (Pérez de Guzmán: 185-186).

Atendiendo a las conclusiones del Plan Internacional Niñas con Igualdad del Geena Davis Institute on Gender in Media, la influencia de los medios de comunicación en la percepción del mundo es altísima, y especialmente entre la infancia y la juventud, ya que “tienden a reflejar el statu quo y al hacerlo, lo refuerzan” (2019: 32). Esto produce que el 79% de las jóvenes no se identifique con las mujeres que aparecen en las representaciones audiovisuales e incluso que se muestren traicionadas por esta representación. Una solución a esta problemática que se deriva de las conclusiones de este Plan Internacional es que los medios reflejen un liderazgo femenino normalizado (Geena Davis Institute on Gender in Media, 2019: 32).

Algunos productos audiovisuales son vistos en unos informes como casos de buenas prácticas mientras que otros ponen el foco en cómo las mujeres siguen representadas con cierto grado de cosificación. Es el caso de la serie *Las chicas del cable*, que para el Geena Davis Institute on Gender in Media (2019) representa de forma adecuada el acceso a nuevos puestos de trabajo de las mujeres y para CIMA (2020) representa un caso paradigmático de cosificación. Esto se debe a que muestra a las mujeres de forma muy alejada a la realidad social de la época en la que se desarrolla la acción, con un uso poco acorde del vestuario, maquillaje y peluquería, e incluso incurriendo en errores históricos que potenciarían en el espectador una falsa sensación de equidad en la época en la que se desarrolla la serie (CIMA, 2020: 87).

En cuanto a la presencia de mujeres y hombres en las representaciones audiovisuales de ficción, los personajes femeninos suponen un 44,7% de las interpretaciones totales, es decir, que por cada mujer representada en pantalla hay 1,23 personajes masculinos (Giménez Merchante, 2017). Este porcentaje se eleva cuando se estudia el rango de personajes de más de 45 años, donde aparece 1.56 veces más el género masculino que el femenino, relegando claramente a las mujeres a una posición secundaria en la ficción.

## 4.2. Entrevistas en profundidad

La primera cuestión que se planteó a los expertos se refería a la composición de los equipos de guionistas y si, dentro de ellos, las mujeres eran las encargadas de perfilar los personajes femeninos. Sergio Sarria declara que el género de sus miembros no es una condición determinante para su constitución: “Normalmente, los equipos de guion se conforman por afinidad y cercanía. Se trata de una profesión endogámica en la que se recurre a guionistas con los que ya has trabajado y tienes confianza, además de experiencia contrastada” (Sarria, 16-02-2021). No obstante, Guionista 1 percibe cierta tendencia al respecto: “Lo que sí he notado es que me suelen ofrecer proyectos en los que hay elementos de maternidad o temas supuestamente femeninos” (Guionista 1, 15-02-2021). Samuel Pinazo refuerza este argumento: “Escogimos a Isa Sánchez porque valoramos su trabajo y su talento como guionista y porque confiábamos en que nos ayudaría a

perfiles ciertos matices y/o actitudes de los personajes femeninos en determinadas situaciones” (Pinazo, 20-02-2021).

La mayoría de los creadores consultados afirmó no haber recibido recomendaciones previas sobre cómo perfilar a las mujeres protagonistas de sus obras, ni siquiera en aquellas realizadas por encargo. En palabras de Carmen Pombero: “Indicaciones sobre cómo deben ser los personajes, y especialmente los femeninos, no se reciben. [...] siempre he tenido la libertad de los personajes que he querido. Hay matices sobre las tramas, pero en el desarrollo de personajes nunca se han metido”. (Pombero, 16-02-2021).

En cambio, otras mujeres de la profesión han tenido otras experiencias, como Nuria Cabello: “Los encargos que he recibido han sido todos de hombres y escritos por hombres, y se me ha pedido que profile los personajes femeninos” (Cabello, 17-02-2021). Otros admiten objeciones a posteriori, una vez realizado el primer esbozo del personaje. Es el caso de Lluís Arcarazo: “Demasiado fuerte y promiscuo. No es para el público de TV3”, me dijeron. Propusieron una mujer más convencional y sin tantos claroscuros, y nosotros nos negamos” (Arcarazo, 18-02-2021).

Disensiones más graves recuerda Guionista 1, que refiere que “Con el que tenía el conflicto era el productor ejecutivo, que veía al personaje más pasivo y plano de lo que yo consideraba necesario; opté por irme de la serie” (Guionista 1, 15-02-2021). Arcarazo trazaba igualmente cuáles eran sus preferencias a la hora de dibujar mujeres en la pantalla, aunque dejando claro que no se trataba de un rasgo exclusivo de las mismas: “Me gustan los personajes femeninos, sobre todo cuando son mujeres fuertes y luchadoras, contradictorias y un poco desubicadas en el mundo. Claro que también son atributos que me gustan para los personajes masculinos” (Arcarazo, 18-02-2021).

En el hecho de no diferenciar de manera predeterminada a los personajes de ambos sexos ahonda Enrique García: “Cuando he creado personajes femeninos tengo una máxima: creerme al personaje y que me interese. He escrito personajes con un carácter muy marcado, fuertes, con entidad. No me molan (sic) las mujeres florero” (García, 16-02-2021). Luis Miguel Pérez introduce un matiz sobre el necesario punto de vista femenino en estas construcciones:

“Nunca hemos tenido en cuenta las características femeninas a la hora de describir a la protagonista (la maternidad, por ejemplo). A lo sumo, tangencialmente. Obviamente creo que esto tiene su lado malo ya que ningún hombre, por buen guionista que sea, transmitirá tan bien cómo es o se siente una mujer como una mujer” (Pérez, 16-02-2021).

Por otra parte, es unánime el reconocimiento de los esfuerzos que se están haciendo en la industria audiovisual para que el número de mujeres sea más relevante entre los profesionales, específicamente en estas tareas de ideación y creación. Raúl Mancilla lo expresaba en los siguientes términos, aunque asimismo admitía que dicha incorporación se está realizando de forma demasiado pausada y desigual:

“Cada vez hay una apuesta más decidida por parte de las productoras e instituciones para la integración laboral de mujeres en el sector audiovisual promoviendo la igualdad entre sexos. [...] La incorporación está siendo demasiado lenta en mi opinión. Aún seguimos estando muy lejos de una igualdad y equilibrio laboral; el porcentaje de mujeres guionistas sigue siendo muy inferior al de hombres” (Mancilla, 15-02-2021).

Esta opinión es secundada por mujeres como Isabel Sánchez:

“La situación de las guionistas sí ha cambiado. Ahora hay una conciencia de que hay que tener a mujeres dentro de un equipo porque ofrecen otro punto de vista y una manera de entender las cosas que es muy necesaria. Y el que aún no está convencido, está medio obligado a estarlo porque hay ayudas oficiales” (Sánchez, 15-02-2021).

La visión de otras autoras, en cambio, es menos halagüeña. En primer lugar, por el propio desempeño de sus tareas como guionistas, donde “suelen esperar que escribas cosas de chicas o que seas un tótem; es decir, la única mujer del equipo que representa a todas las mujeres y minorías por el hecho de ser mujer” (Guionista 1, 20-02-2021). Además, Carmen Pombero apunta directamente a la dificultad que tienen las mujeres para alcanzar cargos de responsabilidad:

“Es difícil acceder a los puestos de poder. A una mujer no la van a dejar coordinar un thriller si no ha tenido la idea original. Sigue habiendo muchas ideas preconcebidas sobre si es capaz de dirigir un *thriller*, terror o ciencia-ficción, géneros que siempre han sido coordinados o creados por hombres. Si es una serie protagonizada por mujeres, sí va a dar igual que coordine o dirija un hombre, curiosamente” (Pombero, 16-02-2021).

En este aspecto incide Lorena Iglesias, que acusa a los formatos televisivos cómicos de ser machistas y endogámicos:

“Los programas de entretenimiento de la tele están secuestrados por cómicos hombres que enchufan a sus colegas, generalmente hombres cómicos. Ellos escriben los personajes femeninos y, a veces, incluso se permiten el lujo de preguntarte, de pedirte que revises sus guiones para que no haya fallos en temas de género o micromachismos” (Iglesias, 24-02-2021).

Luismi Pérez acude a un ejemplo para ilustrar la marginación que suelen sufrir las mujeres guionistas en la comedia: “Sí, he escuchado como verdad absoluta a un guionista decir ‘las mujeres no saben hacer comedia. No son graciosas’. Y esa persona lo dijo sin un ápice de vergüenza ni la mínima sospecha de estar equivocado” (Pérez, 16-02-2021).

Pero, junto a estos prejuicios en torno a determinados géneros y formatos, coexisten otros respecto a características inmanentes a las mujeres, como la maternidad:

“A la hora de coordinar, si tienes hijos se confía menos en tu capacidad porque vas a tener que atender a tu familia; por eso es tan difícil encontrar mujeres directoras, productoras ejecutivas, coordinadoras de guion: porque son profesiones que implican mucho tiempo y mucha disponibilidad y se supone que tú como madre no los vas a tener” (Pombero, 16-02-2021).

Otra derivada de este asunto que supone un obstáculo para las guionistas son las bajas por maternidad:

“En la televisión, si tienes una baja maternal eres reemplazada en el equipo. Luego cuesta volver a la serie, porque además somos autónomas. Cuando te quieres incorporar la serie va por otros derroteros. Debería haber mayor protección y que se legislara en ese sentido. [...] Reconozco que no he podido ascender como coordinadora al tener a mi hijo” (Pombero, 16-02-2021).

En cuanto a la representación, y al igual que ocurre en el ámbito laboral, existe una voluntad de cambiar estereotipos y roles femeninos en pantalla: “Hay plena conciencia de que existe un nuevo tablero de juego. Esto se nota en la comedia. Cada vez están peor vistos los chistes sexistas. [...] Podría decir lo mismo sobre la sexualización de la mujer en las series. Insisto que aún está ahí, pero ahora empieza a estar mal visto” (Pérez, 16-02-2021). Incluso autores que han desarrollado su actividad principalmente en países como República Dominicana, como es el caso del guionista y director José Antonio Pastor Sáez, observan este cambio de tendencia: “Abunda aún, en la comedia, la mujer explosiva que utiliza su físico para conseguir lo que quiere. Hay excepciones y creo que he escrito más de una. Y en los guiones de otro tono más dramático, cada vez se ven más mujeres empoderadas” (Pastor, 14-02-2021).

Además, la presencia femenina se ha extendido también por géneros donde su participación hasta hace pocos años era testimonial: “Los personajes femeninos han crecido exponencialmente en el audiovisual, especialmente en géneros tradicionalmente masculinos como son el *thriller* o la comedia” (Sarria, 16-02-2021). Este aumento de papeles destinados a mujeres está produciendo un crecimiento en paralelo de los protagonismos femeninos: “En los últimos años, la representación ha variado precisamente en el número de personajes femeninos protagonistas, que creo que viene creciendo, y en que cada vez vienen siendo más coherentes con respecto a las inquietudes y los valores del mundo que estamos viviendo” (Pinazo, 20-02-2021).

No por ello dejamos de encontrarnos resistencias a estos avances, especialmente en determinados géneros y formatos:

“En las series diarias, por ejemplo, es muy difícil crear personajes femeninos que sean sentimentalmente independientes. Como son series destinadas a un público y a una franja horaria concretos, con más intencionalidad romántica, cuesta crear personajes femeninos que no estén enamorados de alguien. También en las series juveniles cuesta no caer en historias que mitifiquen el amor romántico” (Pombero, 16-02-2021).

De igual modo, las guionistas advierten de que existe un riesgo de excesiva homogeneización en esta intención, a veces forzada, de cambiar los papeles femeninos tradicionales: “Parece que ahora la moda es hacer mujeres fuertes, monolíticas, cuando lo interesante es que sean reales y complejas, no proyecciones irreales por un lado u otro” (Guionista 1, 15-02-2021). Isa Sánchez, por su parte, observa tintes machistas en ese intento de generalización:

“Es curioso, y creo que en el fondo es algo muy masculino: ahora todo el mundo tiene una idea de cómo son las mujeres. Cuando sobre la mesa de guion se pone un personaje femenino siempre la conversación termina derivando por su condición de mujer, algo que me resulta bastante irritante: primero porque te cuentan cómo son las mujeres y, en segundo lugar, porque nadie puede hablar de las mujeres en general” (Sánchez, 15-02-2021).

Ruth García Martínez tiene una opinión contraria al respecto y opta por ponderar a las mujeres de carácter en sus creaciones: “Las protagonistas de mis series suelen ser mujeres y mujeres fuertes [...]. También intento que los personajes masculinos que rodean a mis protagonistas mujeres, los hombres a quienes ellas aman o respetan sean también dignos y con entidad” (García Martínez, 21-02-2021). Otras autoras continúan viendo en las protagonistas vestigios de la clásica representación de las mujeres en la pantalla y dificultades a la hora de abrir paso a nuevos personajes:

“Por una parte, hay personajes femeninos que realmente son masculinos pero con otro nombre; o bien personajes que se intentan apartar de los roles tradicionales pero que se quedan en tierra de nadie, que no encajan bien; y, finalmente, otros que representan a los estereotipos de siempre y que son los protagónicos. Pero sí es importante (señalar) que se afrontan como una oportunidad para meter un discurso feminista, y eso no siempre casa bien con una obra de creación” (Sánchez, 15-02-2021).

Los personajes secundarios, en cambio, son aprovechados para representar a otros tipos de personajes femeninos más plurales, como ocurre en el caso de Guionista 2: “En tramas secundarias existen personajes femeninos de diferente extracción social, de otras nacionalidades, algunas delincuentes, mujeres maltratadas... Permite abordar otros tipos de mujeres y con otras problemáticas” (Guionista 2, 01-03-2021). En cualquier caso, la mayoría de autores busca sus referentes femeninos a la hora de construir sus personajes tanto en mujeres reales como en otras protagonistas que han visto o leído en la ficción: “Existen dos tipos de construcción de personajes: intertextuales (inspirados en otros personajes de ficción) y naturales (inspirados en seres reales)” (Pinazo, 20-02-2021).

Esta transformación en la actualidad de la representación de las mujeres en las obras audiovisuales españolas viene provocada por un cambio en las audiencias:

“Todo eso tiene que ver, aparte de movimientos como el Me Too o la 4ª Ola de feminismo que estamos viviendo, con que más mujeres han ocupado cada vez más espacio público, mujeres independientes económicamente que son solteras o se han divorciado y ven la televisión y quieren ver productos donde ellas puedan sentirse reflejadas” (Pombero, 16-02-2021).

García Martínez incide en el cambio de perfil de las y los consumidores, así como en los nuevos productos que solicitan, determinado en gran parte por la irrupción de las plataformas:

“Antes, el mercado no pedía mujeres con entidad y ahora sí; cada vez más la audiencia pide la voz de las mujeres. Antes no sé si hubiéramos podido hacer series como *Killing Eve*, protagonizada por dos mujeres, una poli (sic) y una ladrona que se pasan la serie persiguiéndose y terminan sintiendo una atracción sexual la una por la otra” (García Martínez, 21-02-2021).

En este cambio han influido igualmente determinadas autoras, en especial extranjeras como “Tina Fey, Amy Pohler, Lena Dunham o Phoebe Waller-Bridge” (Sarria, 16-02-2021) o “Pamela Adlon, Mindy Kaling, Amy Schumer y Katherine Ryan” (Bodas, 26-02-2021), pero también nacionales y de géneros tradicionalmente masculinizados: “En comedia Olatz Arroyo y en drama Isabel Peña” (Pérez, 16-02-2021). Otro factor que ha contribuido a esta transformación ha sido, obviamente, la progresiva incorporación de las mujeres a los equipos de guion:

“Desde que hay más mujeres en los guiones las tramas son más verosímiles y menos estereotipadas. Por no hablar de roles. Gracias a la incorporación del talento femenino hay menos protagonistas amargadas o bordes. Las mujeres castradoras están desapareciendo de la ficción y en su lugar aparecen personajes femeninos inteligentes, divertidos, ingeniosos o con capacidad de liderazgo” (Sarria, 16-02-2021).

Sin embargo, hay quien ve más reticencias al respecto en nuestro país, como es el caso de María López Castaño: “Creo que ahora es más fácil realizar series con una mayoría de personajes femeninos, pero en España estamos todavía muy lejos de aprobar proyectos con personajes tan interesantes y complejos como los de *Fleabag* o *I may destroy you*.” (López, 25-02-2021). No obstante, las guionistas consideran que su inclusión en estos equipos es insuficiente y demandan un doble reconocimiento: por un lado, que su trabajo se estime de igual manera que el de los hombres y, en segundo lugar, que las mujeres ocupen puestos de responsabilidad en la creación, la coordinación o la producción ejecutiva de las obras audiovisuales. Al primero de estos puntos se refiere Noelia Bodas:

“Se pone en entredicho nuestra opinión y se le da más importancia a la de los hombres. Y quien diga lo contrario miente. [...] Yo y muchas compañeras hemos tenido que decirle a un guionista varón una idea para que la lanzara por miedo a que no la quisieran simplemente porque venía de nosotras. Eso

provoca que continuemos teniendo mucha inseguridad y haga que no tengamos la libertad suficiente para proponer todas las buenas ideas que nos surgen” (Bodas, 26-02-2021).

Respecto al liderazgo de los proyectos,

“[...] mujeres guionistas en puestos de responsabilidad siguen siendo pocas; en porcentaje, hay muchos más hombres y se les da más oportunidades a ellos. Si los hombres crean las series y las coordinan, prevalecerá una visión masculina sobre la serie. [...] es importante que estén también en la creación y en el equipo que realiza la biblia” (Guionista 2, 1-03-2021). Esta necesidad se podría resumir en una frase: “sin mujeres al mando no hay buenas historias de mujeres” (Bodas, 26-02-2021).

## 5. Discusión y conclusiones

Los resultados indican, en la línea de investigaciones previas como las de Cascajosa y Martínez (2016), que en los últimos años se está produciendo en nuestro país una paulatina incorporación de las mujeres a los equipos de guion, favorecida por el incremento exponencial que está viviendo la producción audiovisual española —merced a la llegada y expansión de las plataformas de contenidos en *streaming* (Torres-Martín, 2020)— y por el empuje del feminismo como movimiento social, que ha traído consigo unos cambios en la legislación laboral propicios para esta progresiva integración, en especial en aquellos ámbitos profesionales tradicionalmente reservados a los hombres. Sin embargo, el presente estudio ha constatado que las mujeres continúan siendo una minoría en la ideación y creación audiovisual, así como en los puestos de responsabilidad tanto de estas empresas como de los proyectos a desarrollar. Esto coincide con trabajos previos sobre la industria desarrollados tanto en el ámbito internacional (Eurimages, 2020b; Women in Film Los Ángeles, 2020; Telefilm Canada, 2020; Swedish Film Institute, 2021) como en lo referente al mercado español (Simelio y Forga, 2014; Prommer y Loist, 2019; Ocón y Núñez, 2020; Cuenca, 2020).

Dicha adhesión progresiva a esta fase del proceso industrial ha provocado, paralelamente, una transformación en los modelos de mujeres que vemos reflejados en la pantalla. Su representación como meros objetos sexuales o la limitación a sus roles como madres o esposas es cada vez más infrecuente.

No obstante, la caída en este tipo de estereotipos, así como el reflejo irreal de personajes femeninos con atributos masculinos, se debe a la inferioridad en cuanto a número de las mujeres en los equipos de guion —en ocasiones solo se cuenta con una mujer para cubrir una especie de “cupos femeninos”, siendo destinada a perfilar personajes femeninos y detectar micromachismos— y en su escasa presencia en puestos de responsabilidad tales como creadora, productora ejecutiva,

coordinadora o jefa de guionistas. Esta prevalencia de la mirada masculina se ha recogido también en trabajos como los de Bartolomé (2017), Giménez Merchante (2017) o Higuera-Ruiz (2019). Estas mismas razones son la causa de que, con bastante frecuencia, se tienda a una excesiva homogeneización de los personajes femeninos, únicamente considerados por su condición de género y no por otros rasgos de su personalidad que podrían hacer su construcción más rica y plural de cara a las audiencias. La permanencia detectada de los roles que han caracterizado a los clásicos estereotipos femeninos en la pantalla coincide con los resultados de estudios como el de CIMA (2020).

La dificultad de acceso a estos puestos no guarda diferencias respecto a otras profesiones porque, además de partir de ideas preconcebidas como la falta de preparación o de idoneidad para escribir en determinados géneros y formatos, rasgos inmanentes a la femineidad como la maternidad —y las consiguientes bajas maternales— suponen un serio obstáculo para las mujeres a la hora de encontrar estabilidad o ascender laboralmente. La dedicación que este oficio requiere en cuestión de esfuerzo, disponibilidad y tiempo se convierte en un factor de descarte para las mujeres candidatas a participar en determinados proyectos —las series diarias, por ejemplo—. Esta situación se hace más acuciante en géneros tradicionalmente masculinizados, como la comedia —tanto en programas televisivos como en ficción—, el *thriller* o el terror.

Esta investigación alcanza sus objetivos al desarrollar un análisis en profundidad de la situación a la que se enfrentan las mujeres guionistas que ejercen su profesión en la industria audiovisual española. Se han identificado las principales barreras que limitan la incorporación femenina a estos puestos de responsabilidad, así como las tareas más destacadas que ocupan dentro de los equipos de guion. Además, también se ha relacionado la presencia de mujeres guionistas con la evolución del tratamiento de los personajes femeninos y con el abordaje de nuevas temáticas en las producciones que, sin embargo, puede considerarse insuficiente, pues los estereotipos y roles de género aún siguen persistiendo de manera notable en los productos audiovisuales.

El estudio del papel que juegan las mujeres en la representación de la realidad que transmiten los medios de comunicación en general, y más específicamente el cine, la televisión y las nuevas formas de consumo audiovisual, es un ámbito de interés ya que condiciona la configuración y asimilación de estereotipos por parte de la sociedad. Algunas de las futuras líneas de investigación que pueden desarrollarse son las barreras laborales y personales a las que se enfrentan las mujeres para el desempeño de las distintas profesiones vinculadas al sector audiovisual, los impedimentos que reducen su presencia en puestos relevantes y los efectos que esto tiene sobre la incorporación del talento femenino a los proyectos, o la presencia de mujeres según los géneros o tipos de producciones.

*Los autores de esta investigación pertenecen al Proyecto de Innovación Educativa  
'El desarrollo de competencias profesionales en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la escritura  
del guion audiovisual (III)' de la Universidad de Málaga.*

**BIBLIOGRAFÍA**

Ballesteros García, Rosa María (2011): “Escritoras en la gran pantalla. La legión de la decencia vs. la fábrica de sueños”. En: *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, nº. 50, pp. 1-30. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3858880> [27/02/2021].

Bauman, Zygmunt (2015): *Modernidad líquida*. México D. F.: Fondo de cultura económica.

Bartolomé Pina, Cecilia (2017): “La mujer cineasta, ¿un hecho diferencial...?”. En: Isabel Marcillas Piqueras (ed.): *Dones i identitats: Realitats i imaginaris*, Alicante: Servicio de publicaciones de la Universidad de Alicante, pp. 175-185.

Berganza Conde, María Rosa y Del Hoyo Hurtado, Mercedes (2006): “La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos”. En: *Zer: Revista de estudios de comunicación*, nº. 21, pp. 161-175. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2238771> [01/02/2021].

Bielby, Denise (2009): “Gender inequality in culture industries: Women and men writers in film and television”. En: *Sociologie du travail*, vol. 51, nº. 2, pp. 237-252. Disponible en: <https://doi.org/10.4000/sdt.16462> [05/02/2021].

Caldevila Domínguez, David (2010): “Estereotipos femeninos en series de TV”. En: *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº. 111, pp. 73-78. Disponible en: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i111.327> [01/02/2021].

Cascajosa Virino, Concepción y Martínez Pérez, Natalia (2016): “Del cine a la televisión: hacia una genealogía de las mujeres guionistas en España”. En: *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, vol. 1, nº. 1/2, pp. 25-34. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.20318/femeris.2016.3225> [20/02/2021].

Castejón Leorza, María (2004): “Mujeres y cine: las fuentes cinematográficas para el avance de la historia de las mujeres”. En: *Berceo*, nº. 147, pp. 303-327.

Castoriadis, Cornelius (1983): *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.

Cabrera, Daniel (2004): “Imaginario social, comunicación e identidad colectiva”. En: *Diálogo Comunicación y diversidad cultural*, Forum Barcelona, Institut de la Comunicació-Universitat Autònoma de Barcelona, pp. 1-15. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/242731193\\_Imaginario\\_social\\_comunicacion\\_e\\_identidad\\_colectiva](https://www.researchgate.net/publication/242731193_Imaginario_social_comunicacion_e_identidad_colectiva) [06/02/2021].

CIMA (2020): *Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico*. Ministerio de Igualdad. Gobierno de España.

Contreras de la Llave, Natalia (2010): “Entrevista con Josefina Molina: escritora, directora y Presidenta de Honor de CIMA (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales)”. En: *Quaderns de Cine*, nº. 5, pp. 33-36. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.14198/QdCINE.2010.5.05> [22/02/2021].

Cuenca, Sara (2020): *La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español: 2019*. CIMA

Eurimages (2020a) (ed.): “Gender Parity Statistics - Annual Data Collection and Publication Template 2018”. Eurimages, Council of Europe. Disponible en: <https://rm.coe.int/gender-statistics-annual-data-collection-2018-final-march/16809d43e2> [06/02/2021].

Eurimages (2020b) (ed.): “Eurimages strategy for gender equality in the film industry 2020”. Eurimages, Council of Europe. Disponible en: <https://rm.coe.int/strategy-gender-equality-in-the-film-industry-english/16809805b5> [06/02/2021].

Ferguson, Jill Hicks; Kreshel, Peggy y Tinkham, Spencer (1990): “In the pages of Ms.: Sex role portrayals of women in advertising”. En: *Journal of Advertising*, vol. 19, n.º. 1, pp. 40-51. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673179> [02/02/2021].

Finnish Film Foundation (2020) (ed.): *Gender parity moves forward in the Finnish film industry*. Finnish Film Foundation. Disponible en: <https://ses.fi/wp-content/uploads/2020/04/SES-Elokuvavuosi-2019.pdf> [06/02/2021].

Freixas, Anna (2000): “Entre el mandato y el deseo: el proceso de adquisición de la identidad sexual y de género”. En: Consuelo Flecha y Marina Núñez (eds.): *La Educación de las Mujeres: Nuevas perspectivas*. Sevilla: Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla, pp. 23-32.

Garrido Lora, Manuel (2007): “Estereotipos de género en la publicidad. La creatividad en la encrucijada sociológica”. En: *Creatividad y sociedad: revista de la Asociación para la Creatividad*, n.º. 11, pp. 53-71.

Geena Davis Institute on Gender in Media (2019) (ed.): *Cambiamos el guion. Plan Internacional Niñas con Igualdad*. Geena Davis Institute on Gender in Media.

Gila, Juana y Guil, Ana (1999): “La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos”. En: *Comunicar*, n.º. 12, pp. 89-93. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=158/15801213> [16/02/2021].

Giménez Merchante, Francisco (2017): *Estudio de la presencia de la mujer en las producciones españolas de ficción difundidas en televisión y salas de cine de España durante el periodo 2014-2016. Análisis de igualdad del mercado audiovisual español*. Madrid: Fundación AISGE.

González Gabaldón, Blanca (1999): “Los estereotipos como factor de socialización en el género”. En: *Comunicar*, n.º. 12, pp. 79-88. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=158/15801212> [27/02/2021].

Gómez, Pedro Arturo (2001): “Imaginario sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad”. En: *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, n.º. 17, pp. 195-209. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=185/18501713> [22/02/2021].

Gubern, Román (1984): “Estereotipos femeninos en la cultura de la imagen contemporánea”. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, n.º. 9, pp. 33-40. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41265> [10/02/2021].

Harper, Sue (2000): *Women in British cinema: mad, bad and dangerous to know*. Londres: Bloomsbury Publishing, A&C Black.

Higueras-Ruiz, María José (2019): “Showrunners y personajes femeninos en las series de ficción de la industria televisiva norteamericana: Sharp Objects (Marti Noxon, HBO: 2018) y Killing Eve (Phoebe Waller-Bridge, BBC America: 2018)”. En: *Admira: Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales*, vol. 7, n.º. 2, pp. 85-106. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11441/100972> [25/02/2021].

Instituto Andaluz de la Mujer y Fundación Audiovisual de Andalucía (2010) (ed.): *El audiovisual ante la Ley de Igualdad*. Instituto Andaluz de la Mujer y Fundación Audiovisual de Andalucía.

Lagarde, Marcela (1998): *Identidad genérica y feminismo*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.

Lozano, Sandra (2020): “Mirada al pasado: Estereotipos y arquetipos de género en series históricas españolas (2011-2018)”. En: *Comunicación y medios*, vol. 29, n.º. 41, pp. 67-79. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2020.54276> [20/02/2021].

Marcos Ramos, María (2020): “Hablan los guionistas: análisis de su práctica profesional”. En: *Miguel Hernández. Communication Journal*, vol. 11, n.º. 1, pp. 55-74. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.21134/mhej.v11i0.326> [27/02/2021].

Martínez-Collado Martínez, Ana y Navarrete Tudela, Ana (2011): “Mujeres e industria audiovisual hoy: Involución, experimentación y nuevos modelos narrativos”. En: *TESI*, vol. 12, n.º. 1, pp. 8-23. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10366/100620> [26/02/2021].

Morejón Llamas, Noemí (2020): “Estereotipos de género y ciberbullying en las series de ficción adolescentes: un análisis comparativo de Gossip Girl, Pretty Little Liars y Get Even”. En: *Fonseca, Journal of Communication*, n.º. 21, pp. 125-145. Disponible en: <https://doi.org/10.14201/fjc202021125145> [07/02/2021].

Murray, Rona (2017): “A survivor just like us? Lena Dunham and the politics of transmedia authorship and celebrity feminism”. En: *Feminist Theory*, vol. 18, n.º. 3, pp. 245-261. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1464700117721877> [20/02/2021].

Ocón Aburto, Manuela y Núñez Domínguez, Trinidad (2020): “Gestión del tiempo de mujeres y hombres en la producción cinematográfica andaluza”. En: *Mediaciones Sociales*, n.º. 19, pp. 1-11. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/meso.66582> [27/02/2021].

Padilla Castillo, Graciela y Sosa Sánchez, Roxana Popelka (2018): “Ruptura de los estereotipos de género en la ficción televisiva sobre el poder político: el caso Borgen”. En: *Vivat Academia*, n.º. 145, pp. 73-95. Disponible en: <https://doi.org/10.15178/va.2018.145.73-95> [27/02/2021].

Prommer, Elizabeth y Loist, Skadi (2015): *Wer dreht deutsche Kinofilme? Gender report: 2009-2013*. Universität Rostock: Institut für Medienforschung.

Prommer, Elizabeth y Loist, Skadi (2019): “Industria cinematográfica: cultura industrial con sesgo de género”. En: Johanna Dorer; Brigitte, Geiger; Brigitte Hipfl y Viktorija Ratković (eds.): *Handbook Media and Gender*. Springer Reference Social Sciences. Springer VS, Wiesbaden, pp. 1-14. Disponible en: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0\\_28-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_28-1) [27/02/2021].

Radner, Hillary y Stringer, Rebecca (2012) (eds.): *Feminism at the movies: Understanding gender in contemporary popular cinema*. Nueva York: Routledge.

Ruffinelli, Jorge (2014): “Ellas lo hacen mejor (Un cine nuevo: el de mujeres)”. En: *Cinémas d’Amérique latine*, n.º. 22, pp. 80-89. Disponible en: <https://doi.org/10.4000/cinelatino.785> [07/02/2021].

Ruiz Muñoz, María Jesús y Sánchez Alarcón, Inmaculada (2008): *La imagen de la mujer andaluza en el cine español*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

San Sebastián International Film Festival (2021) (ed.): *Informe de identificación de género en las películas del Festival de San Sebastián 2020*. San Sebastián International Film Festival.

Simelio, Nuria y Forga, María (2014): “Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión”. En: *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, n.º. 50, pp. 69-84. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i50.2252> [01/02/2021].

Simone, Patrizia (2019): *Female directors in European cinema. Key figures*. European Audiovisual Observatory.

Sinclair, Alice, Pollard, Emma y Wolfe, Helen (2006): “Scoping Study into the Lack of Women Screenwriters in the UK. A report presented to the UK Film Council”. Brighton: University of Sussex and Institute for employment studies. Disponible en: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/uk-film-council-women-screenwriters-scoping-study.pdf> [01/02/2021].

Smith, Stacy, Choueiti, Marc, y Pieper, Katherine (2014): “Gender Bias Without Borders. An investigation of female characters in popular films across 11 countries”. En: *Media, Diversity & Social Change Initiative USC Annenberg*. Disponible en: <https://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-full-report.pdf> [27/02/2021].

Sola-Morales, Salomé (2014): “Imaginaris sociales, procesos de identificación y comunicación mediática”. En: *Prisma. Com*, n.º. 25, pp. 3-22. Disponible en: <http://193.137.34.194/index.php/prismacom/article/view/1866/1699> [01/02/2021].

Swedish Film Institute (2021) (ed.): *WHICH WO MEN? Gender Equality Report 2019/2020*. Swedish Film Institute. Disponible en: <https://rm.coe.int/gender-equality-report-19-20swedish-film-institute/1680a11fe4> [04/02/2021].

Tasker, Yvonne (1993): *Spectacular bodies: Gender, genre and the action cinema*. Londres: Routledge.

Telefilm Canada (2020) (ed.): “Inclusivity - Gender Parity - Year-end check-in - Fiscal 2019-2020”. Telefilm Canada. Disponible en: <https://rm.coe.int/telefilmcanada-2019-2020inclusivity-gender-parity-year-end-check-in-27/16809f34ae> [27/02/2021].

Torres-Martín, José Luis (2020): “Creadoras audiovisuales en el auge de las series de ficción en España. El caso de Las chicas del cable: estereotipos de género y valores feministas”. En: Eva María Ramos (dir.): *Géneros y subjetividades en las prácticas artísticas contemporáneas*. Sevilla: Arcibel, pp. 116-126.

Tous--Rovirosa, Anna (2018): “Girls: ¿El cuerpo de una generación?” En: Miguel Ángel Huerta-Florian y Pedro Sangro-Colón (eds.): *La estética televisiva en las series contemporáneas*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 163--185.

Velandia-Morales, Andrea y Rincón, Juan Carlos (2014): “Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión”. En: *Universitas Psychologica*, vol. 13, n.º. 2, pp. 517-527. Disponible en: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/5854/8519> [27/02/2021].

Weitz, Rose (2016): “Feminism, Post-feminism, and Young Women’s Reactions to Lena Dunham’s Girls”. En: *Gender issues*, n.º. 33, pp. 218–234. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s12147-015-9149-y> [27/02/2021].

Wimmer, Roger D. y Dominick, Joseph R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Women in Film Los Angeles (2017) (ed.): *Women across popular films from 2007-2016*. Women in Film.

Women in Film Los Angeles (2020) (ed.): “Women in Film annual report gender parity: the view from here 2019”. Women in Film Los Angeles. Disponible en: [http://womeninfilm.org/wp-content/uploads/2020/05/WIF\\_AR\\_3-25\\_FINAL\\_hi-res.pdf](http://womeninfilm.org/wp-content/uploads/2020/05/WIF_AR_3-25_FINAL_hi-res.pdf) [17/02/2021].

Zimmerman, Amanda y Dahlberg, John (2008): “The sexual objectification of women in advertising: A contemporary cultural perspective”. En: *Journal of advertising research*, vol. 48, n.º. 1, pp. 71-79. Disponible en: <http://www.journalofadvertisingresearch.com/content/48/1/71> [25/02/2021].