

# Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión

Núria Simelio Solà  
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)  
nuria.simelio.sola@uab.ca

Maria Forga Martel  
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)  
Universitat de Vic (Uvic)  
maria.forga@uab.cat

**Cita recomendada:** SIMELIO, N.; FORGA, M. (2014). “Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión”. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, págs. 69-84. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i50.2252>

## Resumen

---

En este artículo se analiza la tarea de las mujeres que trabajan detrás de las cámaras en las series de ficción de producción española emitidas en horario de máxima audiencia durante la temporada 2013-2014. Esta investigación es especialmente novedosa ya que no existen estudios previos que hayan realizado este diagnóstico en el ámbito de la ficción televisiva española. Se parte de la base de que la equidad y la participación de las mujeres en las industrias creativas suponen una mayor diversidad y un enfoque distinto en los contenidos. La muestra se compone de 14 series televisivas emitidas en abierto y en horario de *prime-time* en las que trabajan 2.156 profesionales. La metodología ha consistido en realizar un censo cuantitativo a partir de una distribución basada en categorías profesionales y cargos de responsabilidad y decisión.

Los resultados muestran que las mujeres suponen solo un 31,21 % de los profesionales de la industria televisiva española. En algunos sectores como el técnico este porcentaje se reduce a un 12,79 %, mientras que otros ámbitos tradicionalmente considerados «femeninos» como peluquería, maquillaje y vestuario las mujeres ascienden al 86,66 %. En los cargos de responsabilidad el porcentaje de mujeres desciende al 28,30 %, destacando la dirección de fotografía donde no se ha encontrado ninguna mujer en la muestra analizada.

**Palabras clave:** mujeres y televisión, industria televisiva, series de ficción, perspectiva de género.

## Abstract. *Women behind the Camera in the Spanish Television Industry*

---

This article analyses women's behind the scenes employment on prime-time Spanish television series programs airing on the broadcast networks during 2012-2013. This research is particularly innovative, since there are no existing previous studies that have realized this diagnosis in relation to the Spanish TV fiction. It has been assumed that gender equality and women's participation in the creative industries implies greater diversity and a different approach to the television content. The sample consists of 14 television series aired on prime-

time in which they work 2156 professionals. The measurement methodology has involved a complete census with a distribution based on professional categories and positions of responsibility and decision.

The results show that women comprised only 31,21 % of all individuals working in the Spanish television industry. In certain areas such as the technical sector, this percentage is reduced to 12,79 %, whereas in other areas that have traditionally been seen as «feminine» such as costumes, make-up and hairstylist, the figure for women is 86,66 %. In positions where responsibility is implied, women comprises 28,30 % of all individuals. It is important to highlight that women comprised 0 % of directors of photography.

**Keywords:** women and television, television industry, TV series, gender perspective.

## 1. Introducció

Esta investigación explora un tema poco estudiado en España como la situación y distribución profesional de las mujeres en la industria televisiva de ficción española, con el objetivo de preguntarnos si existe una discriminación por razones de sexo en este ámbito laboral. Partimos de la base de que los medios de comunicación, y específicamente la ficción, cumplen una función socializadora que contribuye a construir la identidad de género (Belmonte y Guillamón, 2007).

En este sentido, destaca la importancia de estudiar quién realiza y crea este producto cultural teniendo en cuenta que analizar la ficción con una perspectiva de género tiene potencia educadora (Núñez, 2010) y que la falta de mujeres como productoras, realizadoras o ejecutivas en la industria audiovisual puede reforzar los estereotipos y enfoques androcéntricos en los contenidos (Martínez-Collado y Navarrete, 2011).

Además, una distribución laboral igualitaria con amplia representatividad entre los creadores y productores ofrece más oportunidades para contar todo tipo de historias con más temáticas y personajes, que pueden ser mejor recibidas por una audiencia cada vez más crítica y heterogénea que demanda contenidos más diversos y acordes con la sociedad actual (Hunt, 2013; Simelio, Ortega y Medina, 2013).

En el contexto español, las investigaciones sobre ficción televisiva desde una perspectiva de género se han centrado en aspectos como el contenido o la recepción (Galán, 2007; Instituto de la Mujer, 2007), pero no existen estudios sobre el papel de las mujeres en los ámbitos de la producción, creación y dirección.

Sin embargo, sí que se pueden destacar las aportaciones sobre este tema en el sector del cine y de la industria audiovisual en global. Núñez (2010), en una investigación sobre las mujeres directoras de cine en España, mostró que en el año 2006 de 140 películas producidas, solo 6 fueron dirigidas por mujeres (4,3 %) y en 2007 esta cifra ascendía a 9 (5,2 %). Por su lado, Martínez-Collado y Navarrete (2011) alertan de cómo desde 1997 la participación de las mujeres en la industria audiovisual ha ido disminuyendo, situándose en 2011 en el 9 % de directoras y un 19 % de mujeres en guión y producción.

Una de las investigaciones más relevantes es la realizada por Arranz *et al.* (2007) donde se muestra que las mujeres solo suponen una mayoría en las categorías profesionales tradicionalmente consideradas femeninas como la peluquería, el maquillaje y el vestuario. Por el contrario, los hombres copan el resto de sectores fundamentales: artístico, directivo y técnico (Arranz *et al.*, 2007: 48). Las autoras también advierten de la involución que se ha producido desde los años noventa con un descenso continuado de la presencia de las mujeres en todos los ámbitos, aspecto que tiene una notable influencia en la perpetuación de los estereotipos de género en los contenidos. Concretamente, en la producción y realización de largometrajes, en el año 2006 las mujeres suponían menos del 20 % de la plantilla en los sectores directivos, artísticos y técnicos, y en cambio eran el 80 % en los departamentos de vestuario, maquillaje y peluquería (Arranz *et al.*, 2007).

## 2. Las investigaciones sobre mujeres e industria audiovisual en el ámbito internacional

En Estados Unidos se han llevado a cabo diversos estudios sobre la distribución laboral en la industria audiovisual teniendo en cuenta aspectos como el género o la diversidad étnica. Respecto al ámbito cinematográfico, los datos coinciden con las investigaciones realizadas en España. Así, según un informe de la New York Film Academy (2013), en 2012 la industria de la ficción de Hollywood empleaba a 5 hombres por cada mujer. Respecto a la distribución por sectores las mujeres eran minoritarias en todos los ámbitos y nunca superaban el tercio del total incluso donde tenían una mayor presencia, que era en la producción (25 %), realización (20 %) y producción ejecutiva (17 %). Es de destacar que, en algunos ámbitos, las cifras son alarmantes: 15 % de guionistas, 9 % de directoras y solamente el 2 % de operadoras de cámara (New York Film Academy, 2013).

Estos datos coinciden con la investigación de Lauzen (2014) sobre las mujeres en posiciones clave detrás de las cámaras en las películas de producción independiente distribuidas por los principales festivales de cine de Estados Unidos durante el año 2013. Así, Lauzen (2014) encontró que las mujeres conformaban el 26 % de todas las plantillas en las películas de ficción, cifra que aumentaba al 28 % en el caso de los documentales.

En el ámbito norteamericano sí que podemos encontrar informes e investigaciones realizadas periódicamente sobre la presencia de las mujeres en la industria televisiva de ficción. Según datos del Writers Guild of America (Hunt, 2013) entre los años 1990-2000 y 2011-2012 las mujeres guionistas solo han aumentado un 5 %, pasando del 25 al 30,5 %, lo que significa que para llegar a la paridad real se necesitarían 42 años más. Más específicamente, durante la temporada televisiva 2011-2012, de un total de 190 series de ficción emitidas por las diversas cadenas, las mujeres guionistas contratadas fueron 519, destacando que en un 10 % de estas series no había ninguna mujer guionista (Hunt, 2013: 2).

El Center for the Study of Women in Television and Film analizó la presencia de las mujeres detrás y delante de las cámaras en las series de ficción estadounidenses emitidas en horario de máxima audiencia durante la temporada 2012-2013 (Lauzen, 2013). Este estudio, que se viene realizando desde hace 16 años, ha mostrado que las mujeres han ido incrementando muy lentamente su papel detrás de las cámaras, comprendiendo en 2013 el 28 % en conjunto, cifra que significa un aumento del 7 % desde 1997-1998 (Lauzen, 2013: 1). Específicamente, en la temporada 2012-2013, las mujeres suponían el 38 % en producción, el 34 % entre los guionistas, el 27 % en producción ejecutiva, el 24 % en creación, el 16 % en realización, el 12 % en dirección y solo el 3 % en dirección de fotografía (Lauzen, 2013: 2).

En relación con Europa, tal como sucede en España, se adolece de una falta de estudios sobre la distribución por sexos en el ámbito de la ficción televisiva y las investigaciones realizadas se han centrado más en los largometrajes. Bridges (2013) afirma que hay menos de un 9 % de directoras en el cine del Reino Unido. También en este país, en el censo de 2012 sobre personas que trabajan en las industrias mediáticas creativas, se mostró que las mujeres en la televisión representaban el 36 % del total, destacando el importante incremento de las mujeres provenientes de productoras independientes en un 30 % desde 2009, significando el 50 % del total en 2012 (Creative Skillset, 2012).

### **3. Barreras por razones de género en la industria audiovisual y sus consecuencias en los contenidos**

Bridges (2013) adelanta algunas causas de esta situación de discriminación. Entre sus hipótesis menciona la dificultad general de las mujeres para alcanzar posiciones y romper el techo de cristal en profesiones tradicionalmente reservadas a los varones y en las que ellos imponen las cuotas a partir de los asentados «boys clubs», junto con los tradicionales problemas que tienen las mujeres para combinar la vida profesional y personal en este contexto androcéntrico (Bridges, 2013).

Este ambiente masculino dominante también es la causa que destaca Abramowitz (2000) para explicar el sexismo imperante en la industria audiovisual estadounidense. Sus resultados partieron de un estudio sobre las mujeres que han conseguido posicionarse en cargos de poder en Hollywood. Krasilovsky (1997) añade a estos factores el arraigado problema de que en un ambiente laboral fuertemente masculinizado, el ascenso profesional de las mujeres no es promovido ni defendido y predomina una consideración discriminatoria de que el trabajo de las mujeres es inferior. Así, las mujeres tienen que ser mucho mejores que los hombres para conseguir el mismo trabajo (Krasilovsky, 1997: xxiv). Arranz *et al.* (2007) advierte que es necesaria una legislación para contrarrestar esta situación y que hasta ahora en Europa no se han desarrollado políticas específicas contra la discriminación por razón de sexo en el ámbito de la industria audiovisual.

Smith, Pieper y Choueiti (2013: 9) resumen estas barreras en los siguientes aspectos: barreras financieras por razón de género (las estructuras financieras están dominadas por hombres, los proyectos presentados por mujeres están considerados como menos comerciales y las mujeres son vistas como menos seguras cuando tienen que solicitar financiación), las redes masculinas de poder, los estereotipos de género en el ámbito laboral, la dificultad para conciliar trabajo y familia y la exclusión de las mujeres de los espacios donde se deciden las nuevas contrataciones.

Como hemos mencionado, las consecuencias de esta falta de mujeres profesionales detrás de las cámaras tienen efectos en todos los ámbitos y especialmente en el de los contenidos. Lauzen y Dozier (1999*a*, 1999*b*) demuestran que las series de televisión estadounidenses producidas por mujeres atribuyen a los personajes femeninos un empoderamiento basado en el lenguaje que utilizan de forma más frecuente que en las otras ficciones producidas por hombres, pese a que no ocurre lo mismo cuando las mujeres detrás de las cámaras son guionistas o directoras (Lauren y Dozier, 1999*a*). Además, en la televisión estadounidense las mujeres productoras ejecutivas han influido a un importante nivel en horario de máxima audiencia, incrementando el porcentaje de personajes femeninos en las series de ficción y contratando a más mujeres como guionistas (Lauren y Dozier, 1999*b*).

Harris (2006) afirma que la «feminización de la televisión» produce nuevas narrativas de progreso en el contexto del posfeminismo. Además, las mujeres directoras son más proclives a representar a mujeres en escena que los hombres directores (Smith, 2010). Al mismo tiempo, tanto las mujeres directoras como las productoras modifican la forma en que la historia es contada. Así, según el estudio de Cerridwen y Simonton (2009), el uso de la violencia y las imágenes de armas o sangre son menores en las películas dirigidas o producidas por mujeres, que tienden además a tratar temas con más crítica social.

#### 4. Metodología

Este artículo presenta los resultados del análisis que hemos desarrollado sobre la estructura ocupacional, según la distribución profesional y a partir de la variable de género, y la situación de las mujeres en las series de ficción televisiva de producción española que se emitieron durante la temporada 2012-2013 en las cadenas generalistas de ámbito nacional en abierto (TVE, Tele5, Antena3, La Sexta, Cuatro) y en horario de máxima audiencia (21-23 horas).

El principal objetivo ha sido conocer de forma cuantitativa y objetiva el porcentaje de mujeres y hombres que trabajan detrás de las cámaras en el sector de la ficción audiovisual televisiva por tratarse de un campo no explorado y muy significativo para poder hacer un diagnóstico de la situación actual. Esto es importante de cara a establecer un punto de partida para futuras investigaciones que promuevan soluciones en un contexto democrático y de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

#### 4.1. Series de televisión analizadas

La selección de las series analizadas correspondió a las que se emitían durante la temporada 2012-2013 en las cadenas generalistas de ámbito nacional español y durante el horario de *prime-time* (21-23 horas). Solo se consideraron las producidas en España. Se han recogido datos de 2.168 profesionales. La muestra final quedó configurada por las siguientes 14 series de ficción televisivas: *Águila roja* (La 1-TVE), *Gran reserva* (La 1-TVE), *Cuéntame cómo pasó* (La 1-TVE), *El don de Alba* (Telecinco), *La que se avecina* (Telecinco), *Aída* (Telecinco), *Hospital central* (Telecinco), *Familia* (Telecinco), *El barco* (Antena 3), *Gran hotel* (Antena 3), *Con el culo al aire* (Antena 3), *Luna, el misterio de Calenda* (Antena 3), *Fenómenos* (Antena 3) y *Bandolera* (Antena 3).

#### 4.2. Plantilla de datos y categorías

El análisis planteado ha partido de establecer una ficha con la distribución de categorías profesionales en la ficción televisiva. Para establecer las categorías se ha partido de las investigaciones anteriores citadas en el primer punto de este artículo. Nos hemos basado principalmente en los estudios de Lauzen (2013) y de Arranz *et al.* (2007). Los datos se han buscado en las páginas web oficiales de las series analizadas y se han contrastado con los que aporta la base de datos IMDb Movies, TV and Celebrities (<http://www.imdb.com>). Pese a que esta base de datos está construida a partir de aportaciones de profesionales y de personas anónimas, su credibilidad es muy alta y aceptada en las comunidades de usuarios y seguidores de ficción televisiva y cinematográfica. Los datos finales recogidos en las plantillas se han procesado con la base de datos Excel, mediante frecuencias y porcentajes.

Se ha establecido una distinción entre grados de jerarquía y categorías profesionales. La plantilla ha recogido los siguientes datos: *a)* nombre de la serie, cadena, productora, horario, argumento, cuestiones destacadas y observaciones; *b)* número de hombres y mujeres distribuidos por grados y profesión:

I. Ámbito ejecutivo/directivo: grado 1 (producción, coproducción, producción ejecutiva), grado 2 (producción asociada, producción delegada, jefatura de producción, dirección), grado 3 (supervisión *scripts*, coordinación de producción), grado 4 (ayuda y asistencia de dirección, asistencia y secretaría de producción, *scripts*).

II. Ámbito artístico: grado 2 (guión: creadores/as), grado 3 (dirección artística, dirección fotografía, coordinación de posproducción), grado 4 (fotografía, guión, montaje/edición, música, diseño, arte, decoración set).

III. Especialistas / función media: grado 3 (jefatura de peluquería y maquillaje, supervisión de vestuario), grado 4 (peluquería y maquillaje, vestuario).

IV. Grupo técnico: grado 3 (supervisión efectos visuales, jefatura de técnicos, jefatura de cámaras y eléctricos, dirección técnica), grado 4 (*casting*, cámaras y electricidad, técnicos/as de sonido, efectos especiales, efectos visuales).

Respecto a la distribución por grados es necesario apuntar algunas consideraciones metodológicas importantes que hemos tenido en cuenta en esta investigación: *script* y supervisor de *script* (grados 4 y 3) se han considerado cargos asimilables a la categoría de dirección (grado 2) por considerarse que están en su esfera de acción directa sobre la grabación de la serie.  *Casting* (grado 4) se ha considerado en la categoría de técnicos siguiendo la categorización de Arranz *et al.* (2007). Se han unido los cargos de peluquería y maquillaje porque casi siempre aparecen unidos en las bases de datos consultadas y porque hemos podido observar que la mayoría de los empleados/as que aparecen en estos cargos ejercen ambos cargos al mismo tiempo en la misma serie.

Por otro lado, se ha decidido que cada empleado/a de cada serie se contabiliza solo una vez, por lo que cuando aparecen simultáneamente ocupando diversos cargos, se les adscribe a efectos de computación al de rango superior, no teniéndose en cuenta los siguientes.

Las palabras o expresiones que se han tenido en cuenta a la hora de considerar «cargos» de grado 3, son: *head, chief, manager, director, supervisor, coordinator*. En el caso de los guionistas, se ha considerado (grado 2) cuando se especifica que son «creadores» de la serie. *Production secretary* se ha considerado como grado 4, equiparándolo a la categoría de los ayudantes y asistentes de producción.

#### 4.3. Elaboración de tablas

En la elaboración de las tablas de resultados se han utilizado categorías existentes en la plantilla de análisis pero también algunas nuevas que agrupan las existentes en la plantilla y que procedemos a especificar.

En la tabla I se han tomado los ámbitos profesionales de la plantilla de análisis. En esta clasificación hemos considerado en la producción todos los trabajos relacionados con la misma y en la dirección a los/as directores/as, ayudantes/asistentes de dirección, supervisores/as de *scripts* y *scripts*.

En la tabla II de análisis de la presencia femenina en puestos clave se ha considerado lo siguiente: creadores/as: solo guionistas de grado 2, que son los que marcan la pauta a los otros guionistas. Directores/as: solo directores/as (grado 2). No se han contemplado las otras categorías incluidas en el ámbito general de dirección porque al ser de rangos inferiores de responsabilidad no pueden considerarse cargos clave (ayudantes/asistentes de dirección, supervisores/as de *scripts* y *scripts*). Guionistas: solo guionistas grado 4 (no creadores). Productores/as y productores/as ejecutivos/as: dentro de estas categorías se han considerado también los coproductores (4 hombres) y coproductores ejecutivos (2 mujeres y 8 hombres), todos ellos de la categoría 1. Editores/as: se han incluido también en esta categoría los coordinadores de posproducción porque la diferencia es solo de rango (2 mujeres y 3 hombres).

En la tabla III: dirección: se ha considerado solo aquellos que ejercen como directores/as y no el resto de profesiones insertas en el ámbito de la dirección (ayudantes y asistentes de dirección, supervisores/as de *scripts* y *scripts*) debido a que los primeros no tienen la categoría 2 de responsabilidad para

poderse considerar «directivos» y los otros dos no se han considerado trabajos creativos.

## 5. Resultados del estudio sobre la presencia de mujeres profesionales en la ficción española

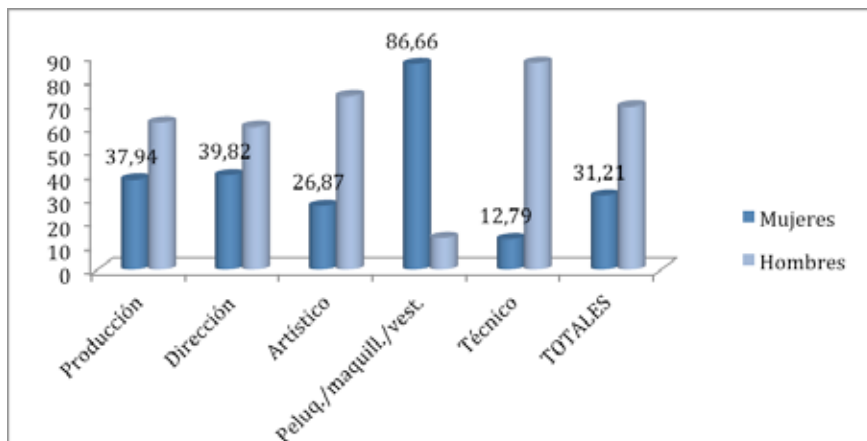
La investigación llevada a cabo sobre el personal profesional en las series de ficción españolas muestra en cifras globales la presencia de un 31,21 % de mujeres ocupando puestos laborales tras las cámaras frente al 68,79 % de presencia masculina. En todas las categorías profesionales, excepto en la relacionada con peluquería, maquillaje y vestuario, las mujeres son una minoría:

TABLA I: DISTRIBUCIÓN MUJERES/HOMBRES SEGÚN ÁMBITO PROFESIONAL

Ámbito	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Producción	107	37,94	175	62,06	282
Dirección	135	39,82	204	60,18	339
Artístico	173	26,87	471	73,13	644
Peluquería y maquillaje / vestuario	169	86,66	26	13,33	195
Técnico	89	12,79	607	87,21	696
<b>TOTALES</b>	<b>673</b>	<b>31,21</b>	<b>1.483</b>	<b>68,79</b>	<b>2.156</b>

*Fuente: elaboración propia.*

FIGURA 1: PRESENCIA MUJERES/HOMBRES SEGÚN ÁMBITOS PROFESIONALES



*Fuente: elaboración propia.*



Por tanto, el *ranking* de participación en términos globales, que incluye todos los diferentes grados de responsabilidad de cada uno de los ámbitos profesionales mostrados, viene a confirmar la tradicional consideración del mundo de la estética personal como territorio femenino y el técnico como masculino. Así, como hemos apuntado, observamos que las mujeres están mayoritariamente representadas en el ámbito de peluquería/maquillaje/vestuario, con un amplísimo 86,66 %, y no llegan al 13 % en el grupo técnico, donde existe un claro techo de cristal. En la franja intermedia se encuentran la dirección (con casi un 40 %), la producción (casi un 38 %) y el ámbito artístico (cerca del 27 %).

### 5.1. Distribución de mujeres y hombres en cargos considerados clave

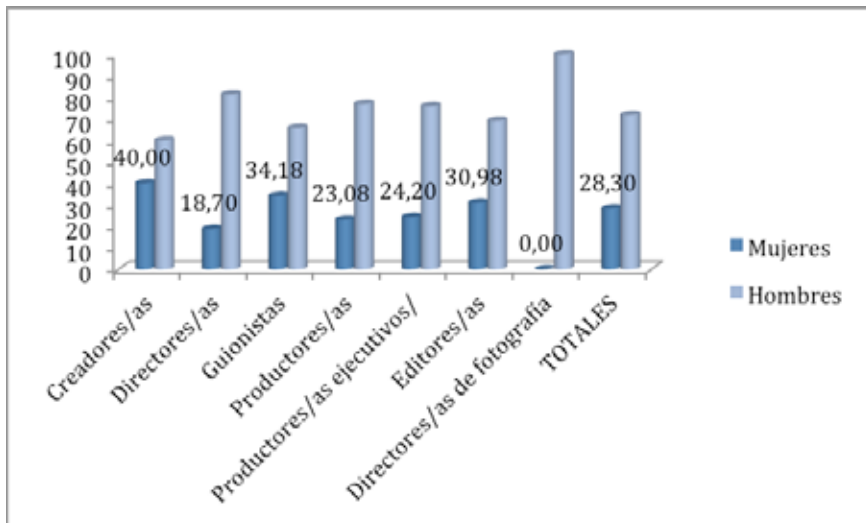
Si nos acogemos a la división de funciones en los papeles considerados clave y con posición jerárquica detrás de las cámaras, las mujeres solo representan un 28,30 % en las series televisivas en las que trabajan (Tabla II - Figura 2). En esta distribución se han considerado como posiciones jerárquicas clave también a los coproductores y a los coordinadores de posproducción por su naturaleza y grado de responsabilidad.

TABLA II: PRESENCIA FEMENINA EN PUESTOS CLAVE CON POSICIÓN JERÁRQUICA

<b>Papeles clave</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Hombres</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>
Creadores/as	2	40,00	3	60,00	5
Directores/as	20	18,70	87	81,30	107
Guionistas	81	34,18	156	65,82	237
Productores/as y coproductores/as	6	23,08	20	76,92	26
Productores/as y coproductores/as ejecutivos/as	15	24,20	47	75,80	62
Editores/as	35	30,98	78	69,02	113
Directores/as de fotografía	0	0,00	12	100,00	12
<b>TOTALES</b>	<b>159</b>	<b>28,30</b>	<b>403</b>	<b>71,70</b>	<b>562</b>

*Fuente: elaboración propia.*

FIGURA 2: PRESENCIA FEMENINA EN PUESTOS CLAVE CON POSICIÓN JERÁRQUICA



*Fuente: elaboración propia.*

Los resultados muestran cómo, en relación con las posiciones clave, las mujeres no superan nunca el 40 %, destacando en primer lugar a las creadoras de las series (40 %). Llama la atención que el rol de la mujer tras la cámara y en un puesto clave es en primer lugar como escritora, lo que incluye «creadoras» (quien escribe el guión como autora marcando las pautas para el resto de guionistas) y guionistas (34,18 %). En posiciones intermedias aparecen los puestos de editoras, productoras y productoras ejecutivas (30,98 %, 23,08 % y 24,20 %), estas dos últimas asociadas a mandos de tipo empresarial y organizativo. Finalmente, como última posición en puestos clave aparecen las directoras (18,70 %), un cargo ejecutivo y de mando directo sobre todo el equipo, además del más conocido y reconocido por el público, y dirección de fotografía, en el que las mujeres no están representadas.

### 5.2. Cargos directivos en labores creativas

En este apartado analizamos las profesiones consideradas tradicionalmente de más creatividad dentro del equipo que lleva a cabo una ficción televisiva y nos hemos concentrado en detectar el porcentaje de mujeres que ocupan cargos directivos en este ámbito (Tabla III).

TABLA III: DISTRIBUCIÓN DE MUJERES Y HOMBRES EN DIRECCIÓN DE LABORES CREATIVAS

<b>Cargos directivos (creativo)</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Hombres</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>
Dirección	20	18,70	87	81,30	107
Guión (creadores/as)	2	40,00	3	60,00	5
Dirección artística	3	20,00	12	80,00	15
Dirección de fotografía	0	0,00	1	100,00	1
Coordinación de posproducción	2	40,00	3	60,00	5
Dirección musical	1	25,00	3	75,00	4
<b>TOTALES</b>	<b>28</b>	<b>20,43</b>	<b>109</b>	<b>79,57</b>	<b>137</b>

*Fuente: elaboración propia.*

En términos globales, las mujeres ocupan solo un 20,43 % de cargos directivos en el ámbito creativo de la ficción española en televisión. Se aprecia que es en los apartados de guión y coordinación de posproducción donde las mujeres tienen más presencia directiva (40 %), el doble de la que tienen en dirección artística (20 %) y dirección (18,7 %). Se reafirma la idea de que las mujeres tienen una cuota mayor en el ámbito creativo en tareas de escritura, aunque siempre muy inferior a la masculina (60 %). En dirección musical la distancia respecto a los hombres es de 25 % - 75 %, y destaca especialmente la nula representación de las mujeres en la dirección de fotografía, en la que solo aparecen hombres. Estos datos sugieren la pregunta de si las profesiones relacionadas con las artes visuales como la pintura y la fotografía siguen siendo feudo masculino cuando se trasladan al mundo de la ficción televisiva.

### 5.3. Puestos no directivos en labores creativas

Analizamos a continuación los puestos no directivos ocupados por mujeres en el ámbito creativo (Tabla IV), que contempla aquellos trabajos dentro del equipo artístico que no conllevan atribuciones de mando.

TABLA IV: PRESENCIA DE MUJERES EN PUESTOS DE ÁMBITO CREATIVO NO DIRECTIVO

<b>Puestos no directivos (creativo)</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Hombres</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>
Ayudantes/asistentes de dirección	68	40,71	99	59,29	167
Guión	81	34,18	156	65,82	237
Fotografía	0	0,00	63	100,00	63
Montaje/edición	33	30,56	75	69,44	108

Departamento de arte	30	29,70	71	70,30	101
Diseño y decoración	17	32,70	35	67,30	52
Música	4	7,54	49	92,46	53
<b>TOTALES</b>	<b>233</b>	<b>29,83</b>	<b>548</b>	<b>70,17</b>	<b>781</b>

*Fuente: elaboración propia.*

Las mujeres representan menos de un 30 % de los puestos medios en el ámbito creativo o artístico de base, una cifra que, aunque superior a la de los mandos en este mismo sector (20,43 %), está todavía muy lejos de ser paritaria. Si observamos cada área por separado, destacan como ayudantes/asistentes de dirección (40,71 %), lo que puede interpretarse como una posible cantera de futuras directoras que compense el escaso 18,7 % que hay en la actualidad. La escritura de guión continúa siendo un lugar destacado (34,18 %) aunque muy lejos de cualquier optimismo paritario, seguido por diseño y decoración (32,7 %), el montaje/edición (30,56 %), el departamento de arte (29,7 %) y la música (7,54 %), que se podría calificar de muy preocupante frente al 25 % registrado en la dirección musical. Terminamos este apartado con la nula presencia de mujeres en fotografía, un ámbito masculinizado en su totalidad.

#### 5.4. Trabajos de ámbito no creativo

Respecto a los puestos considerados de especialización más técnica y que no se sitúan entre los que exigen un elevado nivel de creatividad, valoraremos los siguientes trabajos que, por su menor incidencia directa en la obra final de ficción televisiva y su menor relevancia en el ámbito de toma de decisiones, se han situado dentro de los grados 3 y 4 de responsabilidad (Tabla V).

TABLA V: TRABAJOS FUERA DEL ÁMBITO CREATIVO

Trabajo ámbito no creativo	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Supervisión <i>scripts</i>	36	80,00	9	20,00	45
<i>Scripts</i>	11	55,00	9	45,00	20
<i>Casting</i>	21	70,00	9	30,00	30
Jefatura peluquería y maquillaje	11	100,00	0	0,00	11
Peluquería y maquillaje	69	85,19	12	14,81	81
Supervisión vestuario	1	100,00	0	0,00	1
Vestuario	88	86,28	14	13,72	102

Jefatura cámaras y eléctricos	0	0,00	1	100,00	1
Cámara y electricidad	37	9,31	360	90,69	397
Jefatura técnicos de sonido	0	0,00	1	100,00	1
Técnicos de sonido	16	8,17	180	91,83	196
Dirección técnica	0	0,00	1	100,00	1
Efectos especiales	2	25,00	6	75,00	8
Supervisión efectos visuales	0	0,00	3	100,00	3
Efectos visuales	13	22,03	46	77,97	59
<b>TOTALES</b>	<b>305</b>	<b>31,90</b>	<b>651</b>	<b>68,10</b>	<b>956</b>

*Fuente: elaboración propia.*

Cuando nos adentramos en responsabilidades de tipo técnico o no incluidas en el ámbito creativo del equipo, el porcentaje global de mujeres es de un 31,9 %. Si desglosamos esta cifra en los diversos apartados uniendo aquellos que pertenecen al mismo ámbito temático aunque tengan diferente grado de responsabilidad, obtenemos los siguientes porcentajes de mayor a menor representación: peluquería y maquillaje (86,95 %), vestuario (86,4 %), *scripts* (72,3 %), *casting* (70 %), efectos visuales (22 %), efectos especiales (18 %), cámara y electricidad (9,29 %), sonido (8 %) y dirección técnica (0 %).

De estas cifras se desprende lo que ya vimos en la Tabla y Figura 1, que el territorio femenino por excelencia continua siendo el de peluquería, maquillaje y vestuario. El listado continua con la labor de *script*, oficio este también muy ligado al rol femenino en la tradición de los rodajes de cine y que, al parecer, continua siéndolo en su traslación a la ficción de televisión. La elección de los actores y actrices parece ser también territorio femenino, mientras que la presencia de las mujeres desciende en picado en aspectos técnicos como los efectos especiales, visuales, cámara y electricidad y sonido, estos dos últimos un auténtico feudo masculino.

### *5.5. Cargos de producción no claves*

Finalmente, analizamos aquellas funciones del ámbito de producción que no han aparecido en ninguno de los análisis hechos hasta el momento por no encajar en las categorías escogidas. Se trata de trabajos de producción que por no ser del mayor rango de responsabilidad no pueden considerarse puestos clave y tampoco resulta sencillo enmarcarlos entre una clasificación de labores creativas o no creativas en el sentido de mayor exigencia de tipo técnico.

TABLA VI: CARGOS DE PRODUCCIÓN NO CLAVES

Trabajos producción no claves	Mujeres	Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Total
Producción asociada	1	25,00	3	75,00	4
Producción delegada	1	6,67	14	93,33	15
Jefatura de producción	14	35,90	25	64,10	39
Coordinación producción	2	100,00	0	0,00	2
Ayudantes/asistencia producción	68	50,74	66	49,26	134
<b>TOTALES</b>	<b>86</b>	<b>44,32</b>	<b>108</b>	<b>55,68</b>	<b>194</b>

Fuente: elaboración propia.

En estas tareas de producción no claves, que van desde el rango 2 al 4 de nivel de responsabilidad, las mujeres presentan una mayor participación, el 44,32 %, la mayor obtenida globalmente. Destaca especialmente la labor de coordinación de producción (100 %) y ayudantes o asistentes de producción (50,74 %).

## 6. Conclusiones

Los resultados muestran que las mujeres solo representan un 31,21 % en los equipos que llevaron a cabo las teleseries españolas que se vieron en la temporada 2012-2013. Su presencia asciende en un 39,82 % en el ámbito de la dirección, pero es solo un 26,87 % en el sector artístico. Entre estas cifras se encuentran terrenos baldíos como la fotografía, donde las mujeres, simplemente, no participan; o las labores de cámara o técnicos de sonido, donde solo son un 12,79 %. Por el contrario, aparecen también ámbitos como peluquería, maquillaje y vestuario que siguen siendo considerados territorios femeninos superando el 86 % de presencia, y *script* y *casting*, con una presencia superior a un 70 %.

De las 14 series televisivas analizadas en esta investigación, en términos globales las series con más representación femenina tras las cámaras son *El don de Alba* (Telecinco), con un 37,97 %; seguida muy de cerca por *Gran hotel* (Antena 3), con un 37,89 %; mientras que las últimas en este *ranking* son *Fenómenos* (Antena 3), con un 23,91 %, y *La que se avecina* (Telecinco), con un 23,86 %.

Los resultados de nuestro estudio coinciden en gran parte con la situación en la industria televisiva de Estados Unidos en cifras globales si atendemos a la Tabla II de puestos clave. Allí las mujeres que trabajan detrás de las cámaras en puestos clave en las series de ficción son el 28 % (Lauzen, 2013) frente al 28,30 % en las series españolas. En cambio, se aprecian diferencias en la distribución de estas funciones. Así, existen más mujeres productoras en Estados Unidos (38 %) que en España (23,08 %) y más productoras ejecutivas (27 %

- 24,20 %), pero hay una considerable menor proporción de creadoras (24 % en Estados Unidos frente al 40 % en España). También en el caso de las directoras (12 % y 18,70 %) y de las editoras (16 % y 30,98 %), en España existe un mejor resultado. Los porcentajes son prácticamente iguales en el caso de los guionistas (34 % y 34,18 %). En los cargos relacionados con la dirección de fotografía la mujer es en ambos países prácticamente inexistente, con un 0 % en España y un 3 % en Estados Unidos.

Respecto a futuras investigaciones es necesario analizar más cualitativamente esta situación a partir de entrevistas con profesionales del sector con el fin de proponer pautas que puedan ayudar a modificar esta desigualdad. En este sentido, la legislación debería actuar para poder establecer cuotas de discriminación positiva que ayuden a no perpetuar esta falta de equidad al igual que se ha hecho en otros sectores profesionales.

## 7. Bibliografía

- ABRAMOWITZ, R. (2000). *Is that a gun in your pocket? Women's experience of power in Hollywood*. Nueva York: Random House.
- ARRANZ, F. (coord.) (2007). *La situación de las mujeres y hombres en el audiovisual español: estudios sociológico y legislativo*. Madrid: Universidad Complutense.
- BELMONTE, J.; GUILLAMÓN, S. (2007). «Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV». *Comunicar*, n.º 31, vol. XVI, pp. 115-120.
- BRIDGES, M. (2013). *Why Aren't There More Women Directors In The UK Film and TV Industry*. Disponible en: <http://www.britflicks.com/blog.aspx?blogid=394> [fecha de consulta: 06/05/14].
- CERRIDWEN, A.; SIMONTON, D.K. (2009). «Sex doesn't sell —Nor impress! Content, box office, critics, and awards in main stream cinema». *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, n.º 3 (4), pp. 200-210. <http://dx.doi.org/10.1037/a0016492>
- CREATIVE SKILLSET (2012). *Employment Census of the Creative Media Industries*. UK: Creative Skillset. Disponible en: <http://www.broadcastnow.co.uk/Journals/2013/07/12/q/n/a/Creative-Skillset-Census-2012-Full-Report.pdf> [fecha de consulta: 02/05/14].
- GALÁN, E. (2007). «Construcción de género y ficción televisiva en España». *Comunicar*, n.º 28, pp. 229-236.
- HARRIS, G. (2006). *Beyond Representation: Television Drama and the Politics and Aesthetics of Identity*. Manchester: Manchester University Press.
- HUNT, D. (2013). *TV Staffing Brief*. Los Ángeles: Writers Guild of America, Guest. Disponible en: [http://www.wga.org/subpage\\_whoare.aspx?id=922](http://www.wga.org/subpage_whoare.aspx?id=922) [fecha de consulta: 02/05/14].
- INSTITUTO DE LA MUJER (2007). *Tratamiento y representación de las mujeres en las teleseries emitidas por las cadenas de televisión de ámbito nacional*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- KRASLOVSKY, A. (1997). *Women behind the camera*. Westport, CT: Praeger Publishers.

- LAUZEN, M. (2013). *Boxed In: Employment of Behind-the-Scenes and On-Screen Women in 2012-13 Prime-time Television*. Disponible en: [http://womenintvfilm.sdsu.edu/files/2012-13\\_Boxed\\_In\\_Report.pdf](http://womenintvfilm.sdsu.edu/files/2012-13_Boxed_In_Report.pdf) [fecha de consulta: 02/05/14].
- (2014). *Independent Women: Behind the Scenes Employment on Festival Films in 2013-14*. Nueva York: New York Women in Film and Television.
- ; DOZIER, M.D. (1999a). «Making a difference in prime time: Women on screen and behind the scenes in the 1995-96 Television season». *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 43, n.º 1, pp. 1-19.
- ; DOZIER, M.D. (1999b). «The Role of Women on Screen and behind the Scenes in the Television and Film Industries: Review of a Program of Research». *Journal of Communication Inquiry*, vol. 23, octubre, pp. 355-373.
- MARTÍNEZ-COLLADO, A.; NAVARRETE, A. (2011). «Mujeres e industria audiovisual hoy. Involución, experimentación y nuevos modelos narrativos». *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 12, n.º 2, pp. 8-23.
- NEW YORK FILM ACADEMY (2013). *Gender Inequality in Film*. Nueva York: New York Film Academy. Disponible en: <http://www.nyfa.edu/film-school-blog/gender-inequality-in-film/> [fecha de consulta: 02/03/14].
- NÚÑEZ, T. (2010). «Mujeres directoras de cine: un reto, una esperanza». *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación*, n.º 37, pp. 121-137.
- SIMELIO, N.; ORTEGA, M.; MEDINA, P. (2013). «Análisis de la ficción iberoamericana de mayor audiencia en el mercado español». *ZER*, vol. 18, n.º 34, pp. 229-249.
- SMITH, L.S.; PIEPER, K.; CHOUËITI, M. (2013). *Exploring the Barriers and Opportunities for Independent Women Filmmakers*. Los Ángeles: Sundance Institute, WIF. Disponible en: [http://wif.org/images/repository/events/park-city/2013/exploring\\_the\\_barriers.pdf](http://wif.org/images/repository/events/park-city/2013/exploring_the_barriers.pdf) [fecha de consulta: 02/06/14].
- SMITH, S.L. (ed.) (2010). *Gender oppression in cinematic content? A look at females on screen & behind-the-camera in top-grossing 2007 films*. Los Ángeles: Annenberg School for Communication & Journalism.