
Estudio de Caso I:
**MUJERES EN LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL: UN PANORAMA DE
PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y DE ESPAÑA**

*preparado por las Sras. Debora Ivanov, Luciana Viera, Aleteia Selonk y
Marcia Candido*

DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

El presente estudio se encargó como parte del [Proyecto Piloto sobre Derechos de Autor y Distribución de Contenido en el Entorno Digital](#) del [Comité de la OMPI sobre Desarrollo y Propiedad Intelectual \(CDIP\)](#). Este documento no tiene por objeto reflejar las opiniones de los Estados Miembros ni de la Secretaría de la OMPI.

1. Introducción: género en la industria audiovisual

El objetivo del presente estudio es discutir la participación femenina en la industria audiovisual en algunos países de América Latina y en España. Con ese fin, elaboramos un panorama de la situación de la diversidad de género, destacando la proporción de mujeres en funciones de liderazgo creativo, esto es, en la titularidad de los cuadros de dirección, guion y producción de las obras. Cuando es posible, incluimos, además, informaciones de otras funciones técnico-artísticas, de la fuerza de trabajo del sector como un todo y del elenco de las narrativas fílmicas. Esos últimos datos, aunque no están disponibles para todos los países y, por lo tanto, no son comparables, contribuyen a la comprensión de las diferentes coyunturas y, por eso, fueron incluidos en las secciones correspondientes a cada país.

El trabajo reúne datos disponibles sobre Argentina, Brasil y México – tres de los mayores productores de contenido de la región latinoamericana –, y, también, sobre Uruguay y España. La inclusión de España, por su parte, se justifica en la importancia que el país desempeña en la circulación de las obras de lengua española. El texto está dividido en tres partes. La primera presenta una discusión conceptual de la cuestión de la diversidad de género en el sector audiovisual y de su importancia bajo el punto de vista social y económico. La segunda discute datos específicos de cada contexto nacional. Por último, la conclusión sistematiza los hallazgos, compara las realidades y trae reflexiones sobre las causas de los desequilibrios encontrados y los caminos posibles para su superación.

1.1. Una cuestión de responsabilidad social

¿Por qué hablar de género en la producción audiovisual? La desigualdad de género es un problema global que afecta a muchos sectores, pero es particularmente preocupante en la industria audiovisual. En todos sus formatos, desde la propaganda hasta los juegos electrónicos, desde las telenovelas hasta los largometrajes, el audiovisual transmite valores y refuerza creencias que dejan huellas en las identidades individuales y en las representaciones de los imaginarios colectivos.

Por su poder de reproducir y moldear normas y estereotipos de relaciones sociales, el audiovisual tiene un alcance y un papel decisivo en la perpetuación – o en la mudanza – de las percepciones y de las actitudes en relación a los diferentes grupos presentes en la sociedad. Lo que está en las pantallas no solo refleja la realidad, sino que también la influye

profundamente. En gran medida, lo que podemos ver, podemos ser: los modelos que vemos en las pantallas dan forma a nuestra visión del mundo y a nuestra visión de nuestro propio lugar y de nuestras posibilidades de pertenencia al mundo¹. Los contenidos difundidos – ya sea en los celulares o en las salas de cine – son, hoy, narrativas que representan a las mujeres de manera desigual. Ellas están poco presentes en los cargos de liderazgo creativo de la industria, y ese desequilibrio, ya partiendo del punto de vista de quien elabora las narrativas, restringe perspectivas y perpetúa comportamientos y prejuicios.

Además, cuando los personajes femeninos aparecen sistemáticamente en menor proporción y de modo estereotipado en las obras audiovisuales, estamos legitimando y transmitiendo a las nuevas generaciones visiones y prácticas, no siempre conscientes, según las cuales las mujeres no tienen el mismo valor que los hombres, ni tampoco pueden desear las mismas oportunidades. Vale destacar que el consumo de películas y series es cada vez mayor, especialmente entre las nuevas generaciones. La industria audiovisual acelera cada vez más su producción para atender a ese público, ávido por nuevas historias, y está entre las industrias que más crecen internacionalmente. En los últimos años, empresas productoras de contenidos, como Disney, Amazon y Netflix, han pasado a lo más alto del ranking de las empresas más lucrativas del mundo.²

Las imágenes y narrativas ofrecidas por la industria audiovisual, tienen, por lo tanto, un amplio alcance y una gran influencia en la sociedad. En un mundo marcado por profundas desigualdades, es preciso usar el poder del audiovisual para el cambio: influir positivamente las percepciones sociales a partir de la promoción de la equidad en las narrativas y en la creación de personajes plurales, ricos en su conjunto y complejos en su singularidad. Y para transformar la realidad en las pantallas es preciso comenzar mudando la realidad por detrás de ellas.

1.2. Una cuestión de inteligencia económica

Además de los aspectos sociales, es importante destacar también que la participación femenina en el mercado de trabajo, especialmente en posiciones de toma de decisión, promueve mayor desarrollo económico y desempeño empresarial. El Fondo Monetario Internacional (FMI), por ejemplo, estima que, en los países más desiguales en términos de género, la superación de esa asimetría podría generar un aumento de 35%, en promedio, en el Producto Interno Bruto (PIB) para ese conjunto de países. Según ese estudio, esa ganancia

¹ Sobre la influencia del consumo audiovisual en la percepción de los papeles de género ver, por ejemplo, los estudios del *Geena Davis Institute on Gender in Media*: [See Jane](#). Visitado el 01/12/2021.

² FORBES (2020).

no proviene apenas del aumento de la fuerza de trabajo: un quinto vendría del incremento de productividad que la mayor diversidad de género promueve. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), a su vez, señala cuánto podría crecer el PIB de cada país si la desigualdad de género fuese reducida en 25% en sus mercados de trabajo: en el caso de los países aquí abordados, el crecimiento estimado fue de 4% para Argentina; 3% para Brasil y Uruguay; 5% para México y 2% para España.³

En relación al desempeño empresarial, diferentes investigaciones demuestran que las empresas con mayor participación de mujeres en consejos y cargos de liderazgo, presentan, también, mejor performance financiera. Estudios hechos por la consultora McKinsey desde 2015 vienen mostrando que la diversidad de género en las funciones ejecutivas está correlacionada a mayores ganancias, tal como medida pelo EBIT (lucro antes de intereses e impuestos). La investigación más reciente, que incluyó a más de 1.000 empresas de 15 países – 13% de ellas en el sector de medios, telecomunicaciones y tecnología – mostró que cuando hay mayor presencia de mujeres en cargos de liderazgo, hay una probabilidad 25% mayor de obtener lucros por sobre el promedio del mercado. Los datos mostraron que cuanto mayor la representación femenina, mayor la probabilidad de alcanzar performances financieras superiores: empresas con más de 30% de mujeres en los equipos ejecutivos tienen mayor probabilidad de presentar desempeños superiores que aquellas con participación femenina entre el 10% y el 30%. Esas, por su parte, tienen más probabilidad de presentar desempeños superiores que aquellas con pocas mujeres o sin mujeres en posiciones ejecutivas. La diferencia entre las empresas con mayor y menor diversidad de género en el liderazgo en cuanto a la probabilidad de alcanzar performances superiores llegó al 48%.⁴

1.3. Promoviendo la igualdad de género en el sector audiovisual: iniciativas gubernamentales y empresariales

La importancia social y económica de la participación femenina en la industria audiovisual también puede entenderse a partir de las acciones de gobiernos y empresas del sector para promover mayor equilibrio de género. En el sector privado, un ejemplo es Netflix, que viene demostrando una atención creciente al potencial económico de la diversidad para el negocio. La empresa posee una vicepresidencia de estrategia de inclusión e introdujo acciones afirmativas en su ambiente corporativo en varios frentes, entre ellas las de reclutamiento y selección, beneficios, lenguaje inclusivo y transparencia sobre datos demográficos de su fuerza de trabajo. En su primer informe sobre el tema, Netflix declaró que la diversidad es la clave de su capacidad de innovación y mostró la evolución de la

³ FMI (2019) y OIT (2017).

⁴ MCKINSEY (2020).

composición de género y raza de sus trabajadores entre 2017 y 2020. Actualmente, 47% del staff de profesionales es del género femenino, inclusive en los cargos de liderazgo: mujeres ocupan el 47% de las posiciones de dirección, 43% de las vicepresidencias y 47% de los liderazgos senior.⁵

Las políticas públicas también tienen un papel fundamental, una vez que el financiamiento público es parte estructurante de la inversión en obras audiovisuales en casi todos los países con producción audiovisual relevante, con excepción de los Estados Unidos, con el dominio global de Hollywood. Varios países ya han implementado políticas para el equilibrio de género en el sector audiovisual a través de fomentos directos e indirectos de los gobiernos. Suecia fue pionera en asignar la inversión pública de modo equitativo según el género de los realizadores de las producciones, por medio del *Swedish Film Institute* (SFI). En el Reino Unido y en Francia, el *British Film Institute* (BFI) y el *Centre National du Cinéma* (CNC), respectivamente, establecieron inductores para la asignación de sus financiamientos, privilegiando las obras con mayor diversidad en el liderazgo de sus equipos.

En los países aquí estudiados, las iniciativas del poder público son más incipientes. En Brasil, por ejemplo, en el nivel federal, se introdujo el sistema de cuotas de género y raza en una de las convocatorias del Fondo Sectorial del Audiovisual (FSA) y en el paquete de llamados a convocatorias del entonces Ministerio de Cultura en 2018, pero aún no se puede hablar de una política pública consolidada. La referencia en el país es el municipio de São Paulo, cuya empresa estatal de cine y audiovisual, Spcine, implementó un plan de políticas afirmativas inspirada en la experiencia del BFI. Todas las convocatorias de la empresa de los años 2019 y 2020 contaron con mecanismos de inclusión.⁶

Entre los países de lengua española, España es un caso singular. Los instrumentos legales que regulan el financiamiento estatal para la producción de películas en el país poseen mecanismos para fomentar la paridad de género desde 2009. Actualmente, está previsto que en los procesos selectivos los proyectos reciban puntuación diferenciada cuando mujeres desempeñan funciones de liderazgo. Es obligatoria también la paridad en las comisiones de selección y financiamiento del *Instituto de Cinematografía y de Artes Audiovisuales* (ICAA).⁷ El país creó un sello que puede ser incluido a las obras concluidas en el momento de la clasificación etaria. Esa certificación como película “especialmente recomendada para la

⁵ Vide site da Netflix: [Netflix Inclusion Report 2021](#). Visitado el 01/12/2021.

⁶ Ver sitio de Spcine: [Spcine lança plano de políticas afirmativas para o audiovisual](#) (Visitado el 01/12/2021).

⁷ ESPAÑA (2020a).

igualdad de género” es emitida con base en una serie de criterios, tales como lenguaje no sexista y representación igualitaria de ambos géneros.⁸

En las políticas públicas o en las empresas, una de las principales lecciones sobre la promoción de la igualdad de género ha sido la importancia del relevamiento de datos y de análisis orientados a mapear la diversidad, sobretodo en cargos de liderazgo, que suelen ser todavía más desiguales en lo referente a la presencia de mujeres. La disponibilidad de informaciones sobre esas asimetrías es una medida simple, aunque de profundo impacto en el debate público, ya que es prerequisite para cualquier formulación y evaluación de políticas de diversidad e inclusión. La ausencia o escasez de estadísticas oficiales en el ámbito de los gobiernos en tantos países latinoamericanos nos dice mucho sobre la falta de atención asignada al tema en la región.

2. Datos de género en la industria audiovisual de países de América Latina y de España

En esta sección presentamos y discutimos los principales datos disponibles sobre la participación femenina en la industria audiovisual de cinco países: Argentina, Brasil, México, Uruguay y España. Como veremos, no existe entre los casos seleccionados una estandarización general en relación a los principales indicadores de diversidad de género. Las informaciones son escasas y fruto de relevamientos específicos hechos por órganos gubernamentales, entidades de la sociedad civil o, también, estudios académicos. Los datos, en su mayoría, no pertenecen a conjuntos de estadísticas oficiales. Entonces, a pesar de las variaciones, tales como la naturaleza de la fuente, el año de realización del estudio, entre otras, optamos por reunir para cada país las referencias más relevantes existentes, considerando siempre aquellas que están publicadas y accesibles al público, a fin de trazar un panorama lo más completo posible. El análisis de la participación femenina en las funciones de dirección, guion y producción fue priorizado para todos los casos, y otros aspectos fueron discutidos, de acuerdo a la información existente para cada país.

2.1. Argentina

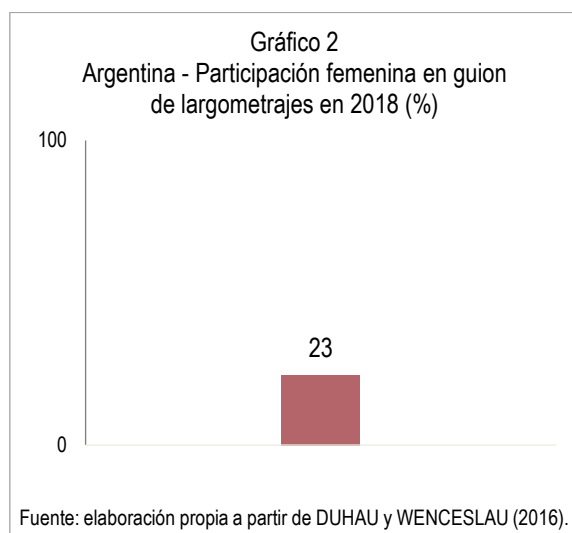
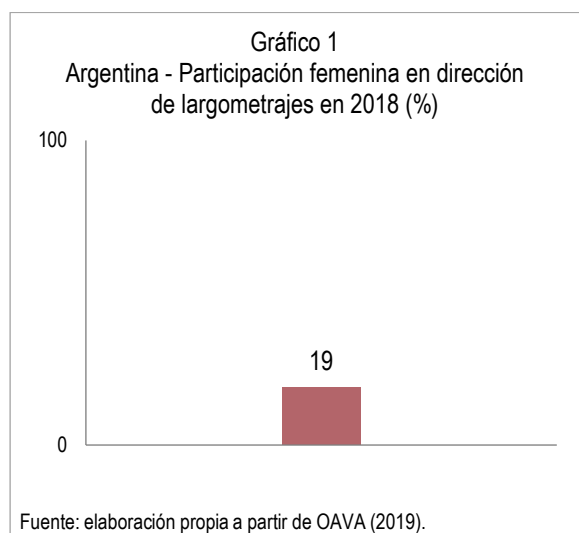
Argentina es la decimoquinta industria cinematográfica del mundo en términos de rentabilidad⁹. En el país existen diferentes fuentes de información sobre diversidad de género en la realización de películas, todas ellas recientes. El *Observatorio de la Industria Audiovisual Argentina (OAVA)*, vinculado al *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)*,

⁸ EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2019a). en el original "*Especialmente recomendada para la igualdad de género*". Traducción de las autoras.

⁹ DUHAU y WENCESLAU (2016).

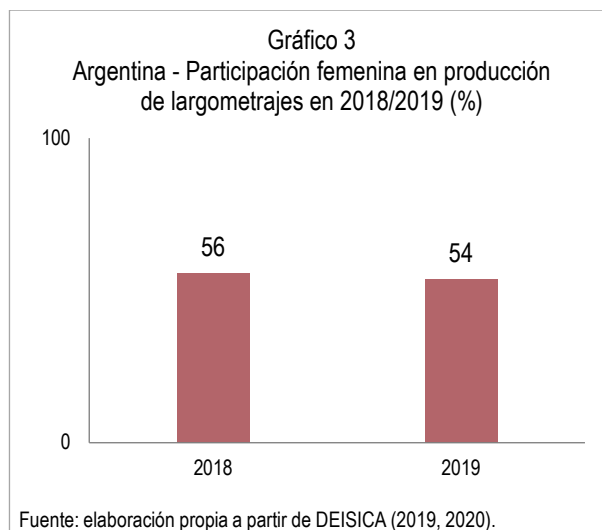
lanzó su primer informe sobre igualdad de género en 2019. Además, existen investigaciones realizadas por entidades de la sociedad civil y datos del *Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina* (SICA).

El **Gráfico 1** muestra la proporción de género de los directores de largometrajes lanzados en el circuito comercial nacional en 2018. Las mujeres son severa minoría, representando el 19% contra el 81% de hombres conduciendo las narrativas. A partir de un recorte del análisis distinto, que seleccionó las películas de mayor taquilla entre 2010 y 2013, Duhau y Wenceslau (2016) presentaron datos para la función de guionista. Para esa función el escenario es levemente mejor, con las mujeres alcanzando una inserción de 23%, de acuerdo al **Gráfico 2**. Los hombres, sin embargo, siguen dominantes en las jerarquías de poder de las tramas (77%).

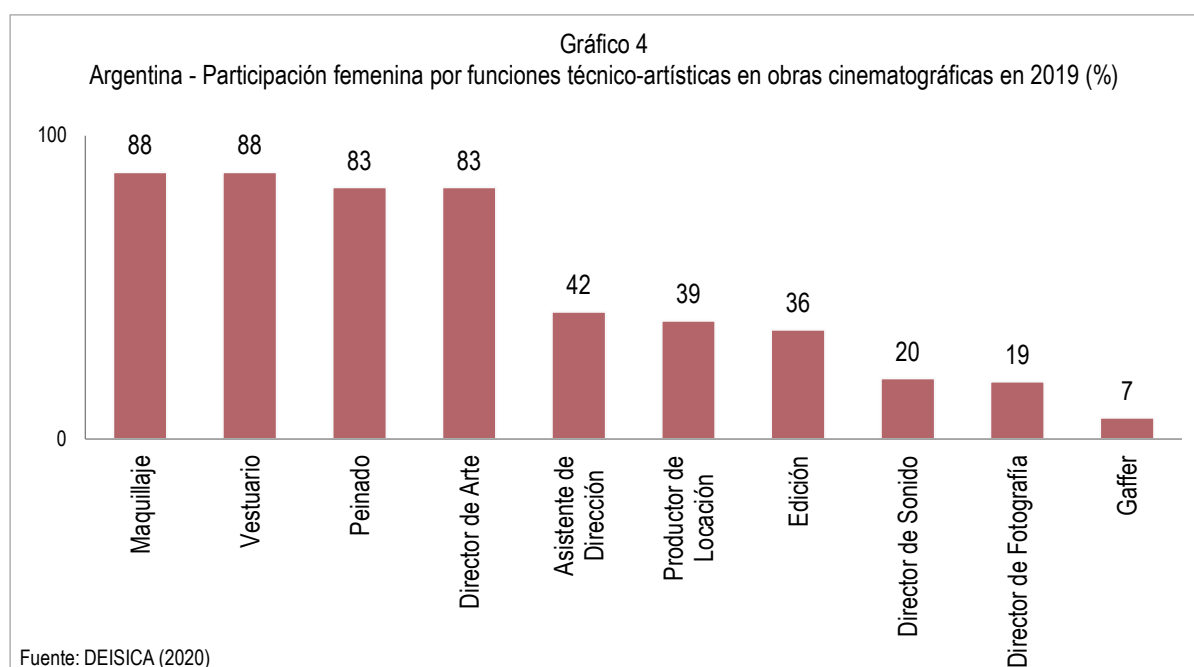


La Producción es una de las funciones de liderazgo en que las mujeres presentan mejor inserción. Indicadores del SICA, presentados en el **Gráfico 3**, certifican esa característica, y también una suave caída en la presencia femenina entre los años 2018 y 2019, de 56% para 54%.¹⁰

¹⁰ Vale resaltar que los informes del SICA distinguen en relación a la proporción de género del equipo en general y de las jefas de equipo. El dato que utilizamos se refiere a las jefas.

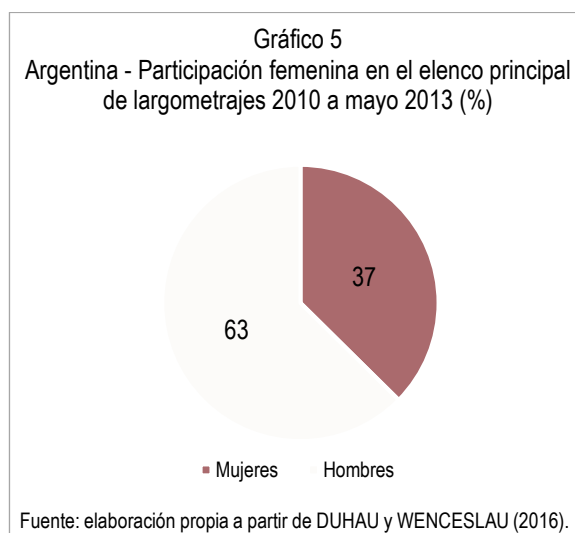


Los datos del SICA muestran también una clara división de género en el trabajo audiovisual en la Argentina¹¹. Las mujeres poseen inserción diminuta en cargos de dirección y guion, alcanzan relativo equilibrio en la esfera de la producción, pero son mayoritarias en funciones que corresponden a estereotipos de femineidad, tales como los relativos a maquillaje, en que representan el 88% de las jefas de equipo, vestuario, en los que repiten la proporción del 88%, o peinado, en que representan el 83% (**Gráfico 4**).



¹¹ Hay informaciones sobre división de género del trabajo en tres informes: OAVA (2019), SICA (2019) y SICA (2020). Hay una leve variación en los datos de cada publicación.

Otro espacio que reproduce estereotipos en relación a las mujeres es el de construcción narrativa de los largometrajes. Utilizando como criterio si el personaje es nombrado o participa de algún diálogo en películas de gran público lanzados en el país, Duhau y Wenceslau (2016) analizaron los elencos de las tramas argentinas y concluyeron que por cada personaje femenino existen al menos 1,7 personajes masculinos. Las mujeres son apenas el 37% de las representaciones, como retrata el **Gráfico 5**. Esa proporción se reduce aún más cuando se consideran los personajes principales (30%). Además, sólo el 20% de las tramas tienen equilibrio de género entre los actores y actrices. Las mujeres también tienden a recibir más comentarios sobre la apariencia y son objeto de sexualización, al mismo tiempo que son poco asociadas a carreras profesionales.¹²



La desventaja de las mujeres en ciertos ramos de la industria cinematográfica argentina no puede explicarse por la falta de profesionales calificadas. El género femenino predomina en el cuadro de graduados (61%) y posgraduados (62%) en artes audiovisuales¹³. Y, sumado a eso, tiende a obtener un promedio mayor de días trabajados – 23 en comparación con 19 del género masculino¹⁴. Así mismo, el grupo es minoría en los puestos de trabajo (38% en 2019; 42% en 2020)¹⁵.

¹² DUHAU y WENCESLAU (2016). Ese parámetro de selección de personajes es el mismo de las investigaciones hechas en Brasil por el Grupo de Estudios Multidisciplinares de Acción Afirmativa (GEMAA) de la Universidad del Estado de Río de Janeiro (UERJ) y en Estados Unidos por el *Geena Davis Institute on Gender in Media*.

¹³ OAVA (2019).

¹⁴ SICA (2020).

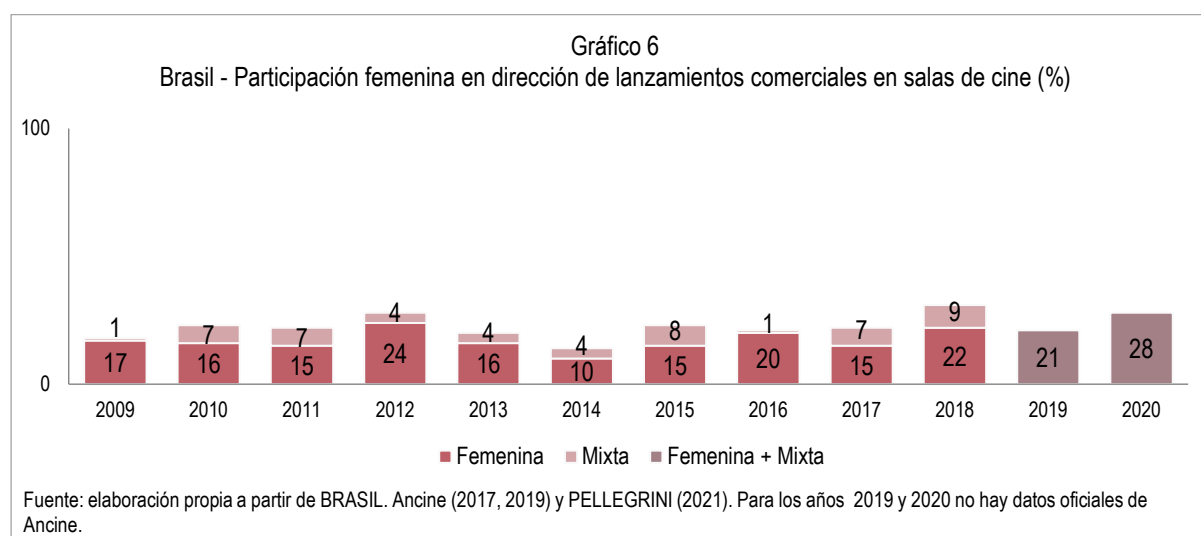
¹⁵ SICA (2019, 2020).

2.2. Brasil

En Brasil la principal fuente de informaciones públicas oficiales sobre diversidad de género en la producción audiovisual es la Agencia Nacional del Cine (Ancine), al paso que la diversidad en el elenco de las obras audiovisuales ha recibido más atención de los estudios académicos.

La participación femenina en el empleo total en el sector audiovisual del país entre 2011 y 2016 (último año para el cual hay datos disponibles) osciló entre el 40 y el 41% a lo largo de todo el período. No obstante, la inserción de esa fuerza de trabajo en las diferentes actividades de la industria es bastante desigual.¹⁶

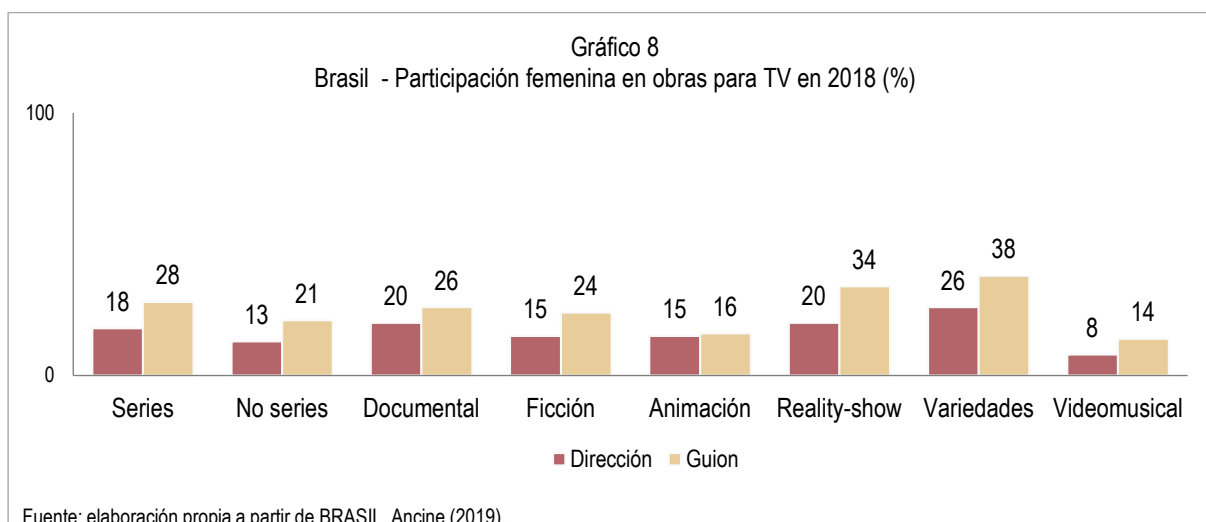
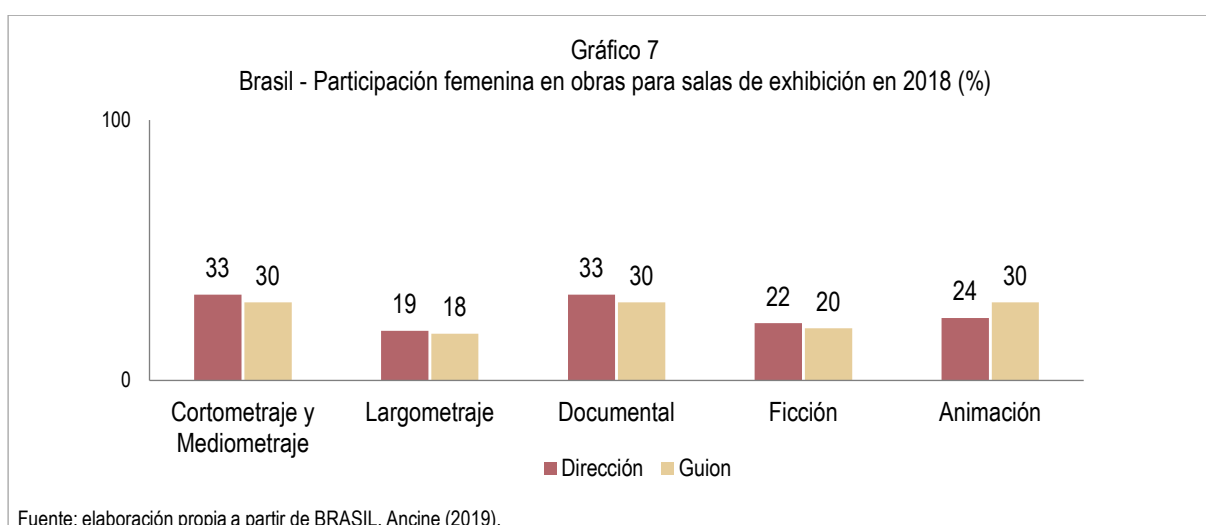
En 2015, en la primera publicación en que se presentaron datos sobre género en la producción audiovisual brasileña, Ancine resumió la participación de las mujeres en la producción cinematográfica del país de la siguiente forma: “las obras dirigidas por mujeres son minoría entre las películas lanzadas. Entre los títulos dirigidos exclusivamente por mujeres, la mayor parte fue de documentales”.¹⁷ El resumen continúa válido. En 2018, último año para el que hay datos de la Agencia, las mujeres dirigieron el 22% de las películas brasileñas que ingresaron al circuito comercial. Desde 2009, la mayor participación lograda por mujeres en la dirección de películas lanzadas comercialmente fue del 24%, en 2012. En la serie histórica disponible, la presencia de películas de directoras en las salas de cine de Brasil suele oscilar entre el 15% y el 17% o, si consideramos también la presencia femenina en codirecciones, entre el 20% y el 28%, conforme podemos ver en el **Gráfico 6**.



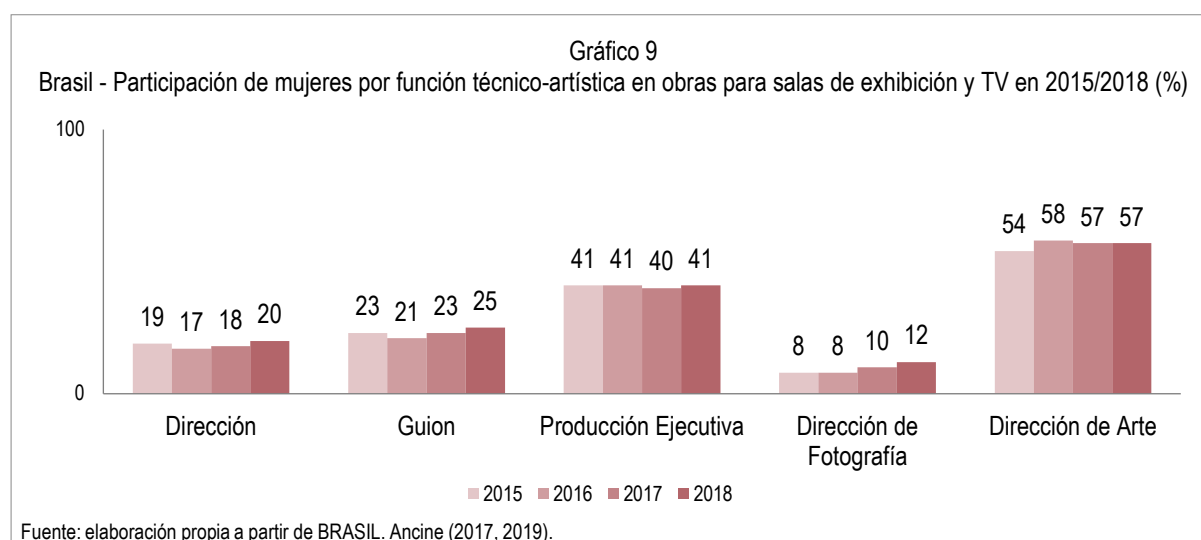
¹⁶ BRASIL (2018).

¹⁷ BRASIL (2015). Ancine es el órgano federal responsable por la implementación de la política audiovisual en Brasil.

En relación al tipo de obra, la presencia de mujeres sigue siendo mayor en los documentales (en comparación con ficción y animación), y en los cortometrajes y mediometrajes (en comparación con largometrajes). Así mismo, aún en esos segmentos de menor costo, la participación no es equitativa. Los **Gráficos 7 y 8** ilustran la situación, considerando tanto la producción para salas de exhibición como la producción para TV en 2018. La participación de mujeres en las funciones de dirección y guion no superó el 35% en ninguno de los segmentos analizados, con excepción, en la producción para TV, del guion de programas de variedades, que contó con el 38% de mujeres.



Considerando las demás funciones artísticas, apenas en la dirección de arte y en la producción ejecutiva hay equilibrio de género¹⁸. En ellas, en el año 2018, las mujeres representaron, respectivamente, el 57% y el 41% de los profesionales. En cambio, la dirección de fotografía es la función artística más masculinizada, con apenas el 12% de mujeres. El **Gráfico 9** muestra la evolución de la participación femenina por función técnico/artística, considerando la producción para salas de exhibición y TV entre 2015 y 2018.



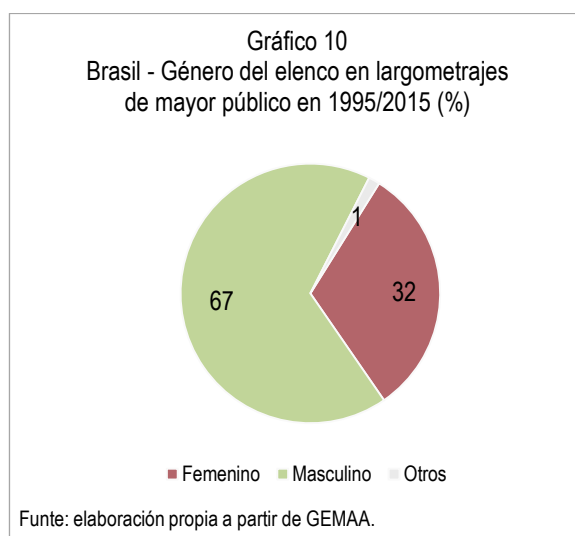
Es interesante notar que, así como en Argentina, esa poca presencia femenina en las funciones de liderazgo creativo en la industria audiovisual brasileña no puede atribuirse a la falta de calificación profesional de las mujeres. Según datos de Ancine, en 2016 el grupo representó el 53% de los egresados de cursos de graduación en el área.¹⁹

En cuanto a la diversidad en las pantallas, esto es, en las representaciones de género encontradas en las obras audiovisuales brasileñas, destacamos los estudios pioneros del Grupo de Estudios Multidisciplinares de la Acción Afirmativa (GEMAA), del Instituto de Estudios Sociales y Políticos de la Universidad del Estado de Río de Janeiro (IESP-UERJ), que produjo diversos relevamientos sobre la inserción de minorías al frente y detrás de cámaras, considerando los largometrajes de mayor público en el cine nacional. El conjunto de esos trabajos constató que las mujeres, sobre todo las mujeres negras, están sub

¹⁸ Consideramos que hay equilibrio de género cuando la proporción de hombres y mujeres en un segmento dado se sitúa entre el 40% y el 60% y feminizada o masculinizada cuando se sitúa fuera de esa proporción.

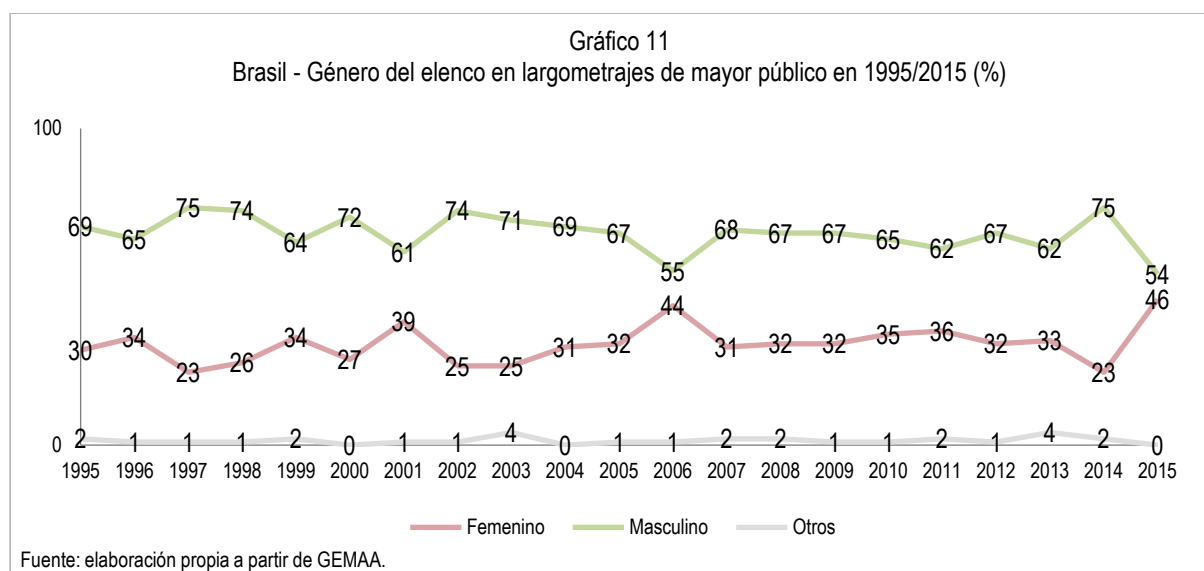
¹⁹ BRASIL (2018b).

representadas no sólo en las funciones de liderazgo de la producción cinematográfica sino, también, en los elencos principales. El **Gráfico 10** indica la distribución de género de 6450 personajes entre 1995 y 2015, señalizando que las mujeres son minoría²⁰. El grupo “otros”, a su vez, informa sobre los pocos casos en que no fue posible identificar el género de los personajes o a las personas trans.



Las condiciones de producción en el audiovisual y el contexto nacional sufrieron innumerables alteraciones a lo largo de las décadas examinadas en los estudios del GEMAA. Para verificar si esas transformaciones impactaron de alguna forma en el escenario de las desigualdades en el ámbito de la representatividad, el grupo también trabajó con los datos desagregados por año de los personajes. El **Gráfico 11** muestra que la participación femenina en el elenco nunca fue igual a la masculina en las películas de gran público. En los años con mayor desigualdad, 1997 y 2014, los personajes femeninos correspondieron al 23% del total y, en los años de menor desigualdad, 2006 y 2015, al 44 y 46%, respectivamente.

²⁰ Ver sitio del GEMAA: [GEMAA](http://www.gemaa.org.br) (visitado el 01/12/2021), así como las referencias a los estudios de CANDIDO et al. citados al final del texto.



Los atributos asociados a los personajes resaltan inclusive otra faceta de la discriminación de género: las mujeres no están solamente sub representadas en el cine brasileño sino, también, reciben con más frecuencia papeles estereotipados o sexualizados. Cuando, por ejemplo, se trata de representación profesional, es el grupo que menos aparece asociado a algún trabajo formal o en funciones de alto status social. En los rangos de edad estimados en los elencos, las mujeres alcanzan mayor proporción en la juventud. Podemos sugerir que eso se debe al hecho de que es la etapa en que el cuerpo femenino más se adecúa a los estándares de belleza dominantes. Es más común que los personajes del género femenino figuren, además, en escenas con poca o ninguna ropa que los personajes representados por hombres blancos. Este breve resumen de datos corrobora una doble crítica al estado de la industria audiovisual en el país: por un lado ella manifiesta baja apertura a la diversidad de actores; por otro, ella los representa de modo limitado y desigual.²¹

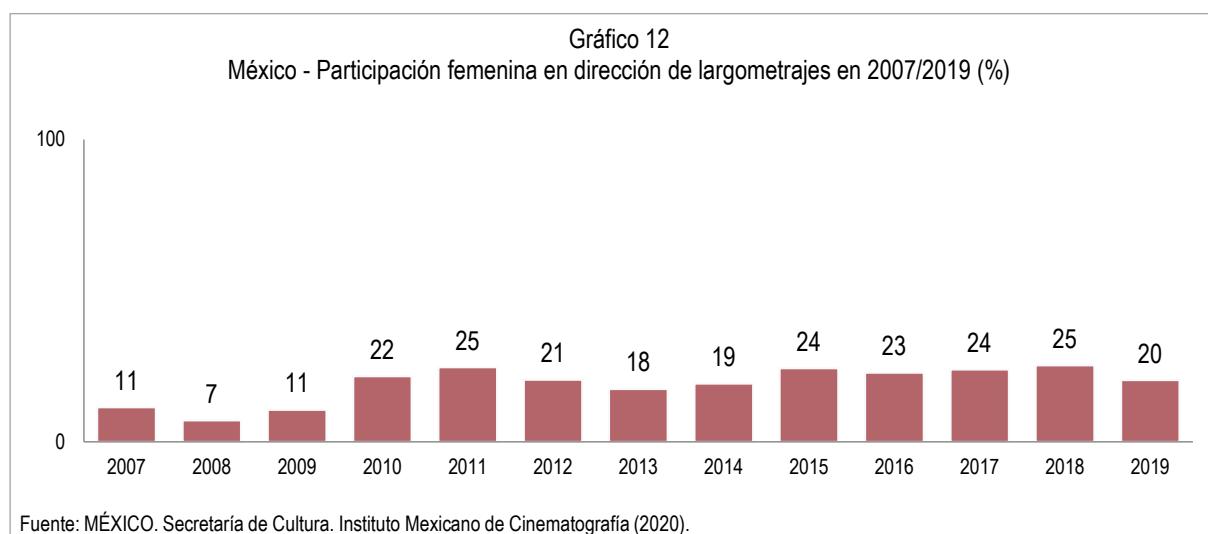
Por último, al observar los datos disponibles, llama la atención el hecho de que, en todas las funciones técnico-artísticas consideradas e inclusive en el elenco, la evolución de la participación femenina no tuvo una tendencia a aumentar ni a cambiar de nivel. El paso del tiempo, por sí solo, no aseguró mayor equidad de género en la producción audiovisual de Brasil.

2.3. México

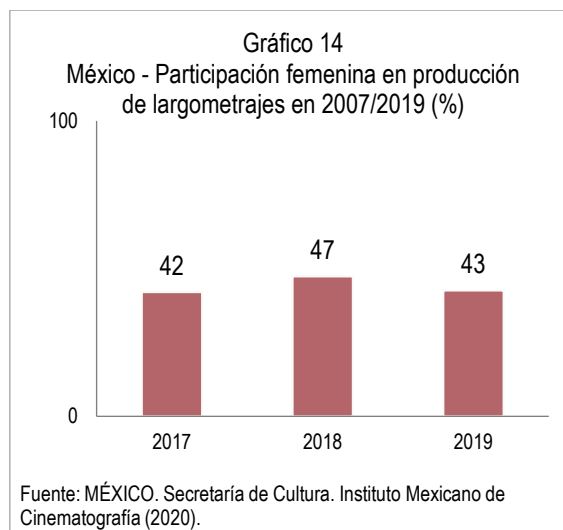
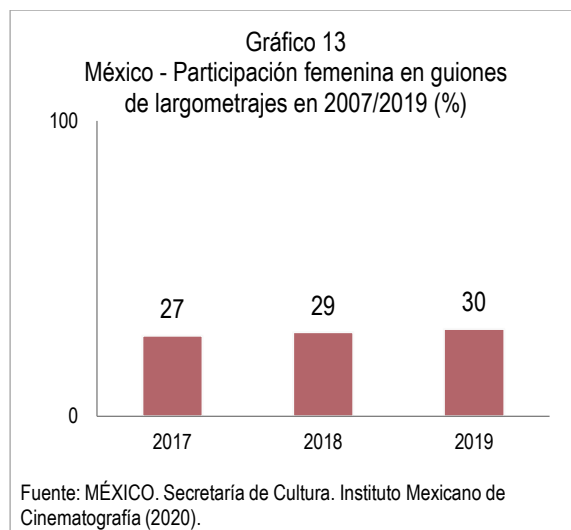
En México, los datos sobre género son parte del Anuario Estadístico del Cine Mexicano, publicado por la Secretaría de Cultura y el Instituto Mexicano de Cinematografía.

²¹ Ver, especialmente, CANDIDO et. al. (2021).

La última edición (2020) presenta los datos de 2019 y las series históricas hasta entonces. En 2019, las mujeres dirigieron el 20% de los largometrajes mexicanos. Al considerar apenas los documentales, la participación femenina crece, alcanzando la marca del 25%. Lo mismo sucede cuando observamos el conjunto de los directores que debutaron ese año, en el cual las mujeres corresponden al 27%. La serie histórica (**Gráfico 12**), muestra que, a partir de 2010, la participación femenina en la dirección, antes alrededor del 11%, pasa a situarse entre el 18% y 25% con la mayor marca en 2018, de 25%.



En cuanto a la participación de mujeres en las funciones de guion y producción (**Gráficos 13 y 14**), el relevamiento de datos considera el trienio 2017/2019. La proporción de mujeres guionistas creció levemente, pasando del 27% al 29% en ese período. En la Producción, la inserción femenina está en el nivel del 40%, habiendo alcanzado la mayor proporción en el año 2018 (47%).



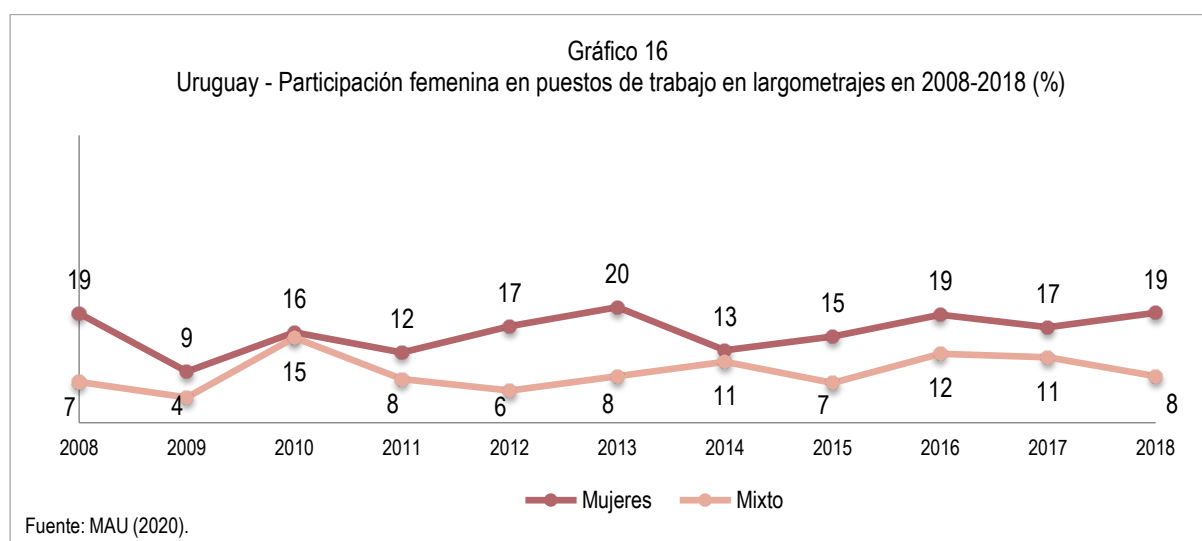
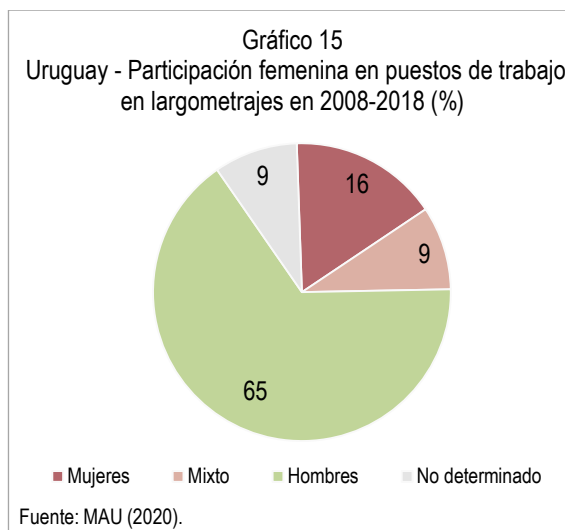
2.4. Uruguay

En Uruguay, la fuente más importante de datos es el estudio de la organización *Mujeres Audiovisuales Uruguay* (MAU)²², entidad de la sociedad civil que colectó y sistematizó datos con perspectiva de género sobre el acceso a los fondos públicos de fomento y a las funciones técnico-artísticas en la producción de películas nacionales lanzadas entre 2008 y 2018.²³ La publicación fue divulgada en 2020 y demuestra que, en esos diez años, la participación de las mujeres no alcanzó el 20% del sector en el país.

Considerando la ocupación de puestos de trabajo en los largometrajes lanzados en el período, tanto documentales como ficciones (209 títulos), la inserción femenina en los equipos fue del 16% (**Gráfico 15**). El **Gráfico 16**, con las informaciones desagregadas por año, muestra la falta de mudanzas significativas en los niveles de diversidad a lo largo del tiempo.

²² Ver sitio de MAU: [Mujeres Audiovisuales Uruguay](#)

²³ Este período parte de la aprobación de la Ley 18.284/2008, conocida como Ley del Cine, que creó el Instituto Uruguayo de Cine y Audiovisual (ICAU) y el Fondo de Desarrollo del Cine y Audiovisual.

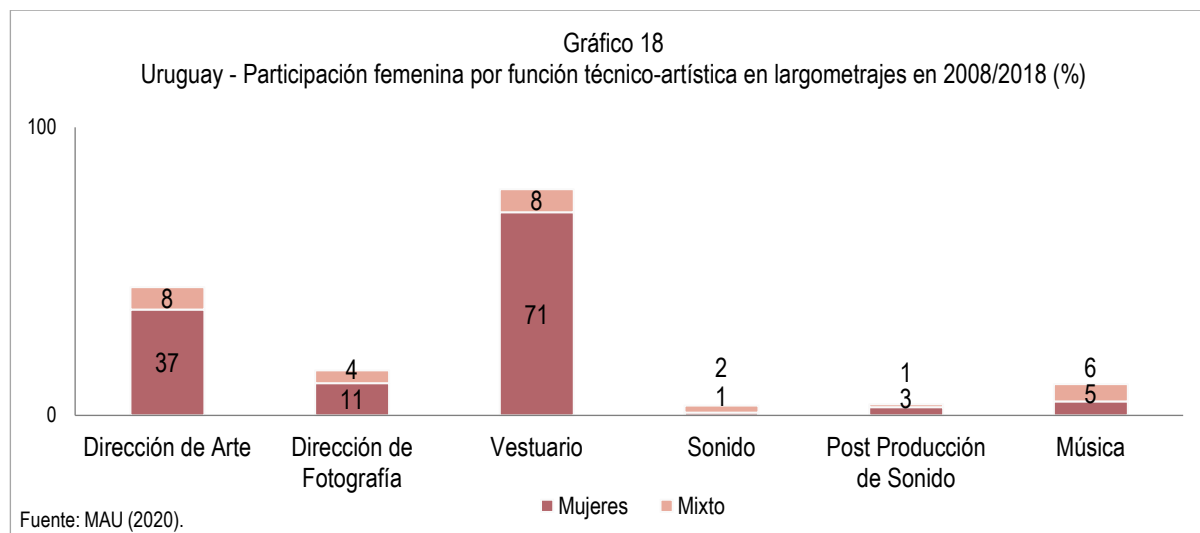
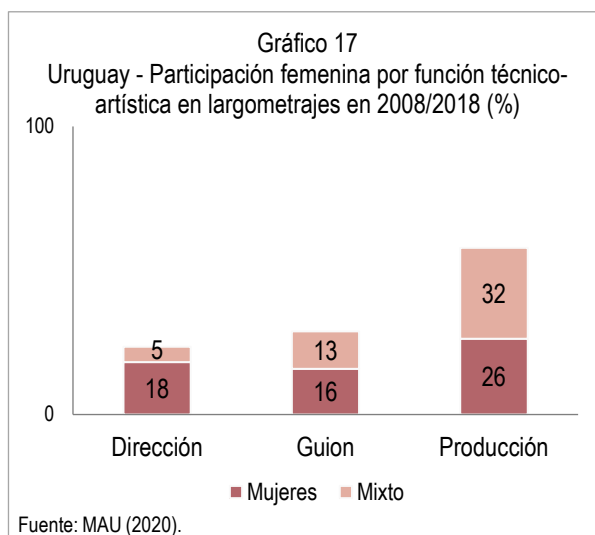


El análisis de los datos por género en las funciones de liderazgo creativo muestra que las mujeres fueron minoría en las posiciones de dirección (18% en dirección exclusivamente femenina y 23% en el total, al sumar también las direcciones mixtas) y de guion (16% en guion exclusivamente femenino; 29% con la suma de los guiones mixtos). La función de producción es una de las que presenta los mayores niveles de participación mixta a lo largo de los diez años estudiados (32%). Considerando las producciones mixtas, la proporción de mujeres alcanzó el 58%. Sin embargo, la producción exclusivamente femenina fue del 26%.

En las demás funciones técnico-artísticas, se observa que vestuario es la función más ocupada por mujeres (71% de participación exclusivamente femenina) al tiempo que sonido, post producción de sonido y música, son las funciones más excluyentes, con apenas el 1%, el 3% y el 5% de mujeres respectivamente. Dirección de fotografía también es una función

mayoritariamente masculina: las mujeres desempeñaron esa función con exclusividad en apenas 11% de los casos. Dirección de fotografía mixta fue apenas 4%.

La distribución de género en las funciones profesionales analizadas revela una clara relación con los papeles de género tradicionalmente atribuidos a mujeres y hombres. Los **Gráficos 17 y 18** a continuación sintetizan esa división del trabajo.



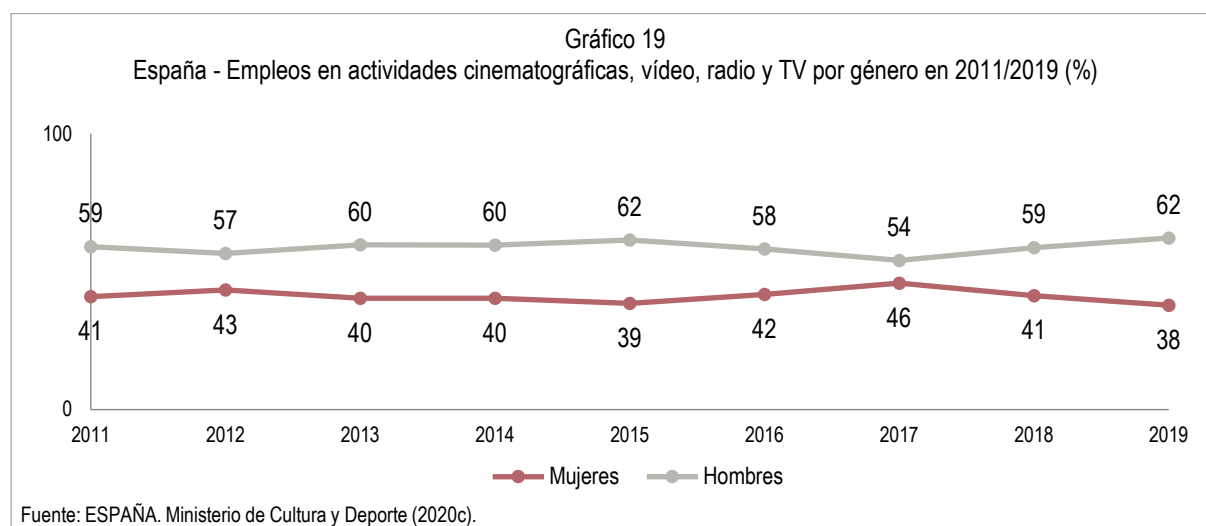
Una iniciativa interesante en curso en Uruguay es la reunión de datos por género sobre los proyectos presentados al Fondo de Desarrollo del Cine y Audiovisual. En la comparación entre los proyectos presentados y contemplados, se verificó que el 17% de los proyectos presentados tiene mujeres en la dirección y entre los proyectos seleccionados el 21% tiene

dirección femenina. Los proyectos de hombres son el 69% presentados y el 73% contemplados.²⁴

2.5. España

En España, el Ministerio de Cultura reúne indicadores estadísticos vinculados al cine, con recorte de género. Esos datos pertenecen al plan estadístico nacional, siendo estudiados en bases continuas.²⁵ Además de los datos oficiales, la *Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales* (Cima), publica estudios considerando un conjunto mayor de funciones técnico-artísticas.

La participación femenina en el empleo audiovisual en España entre 2011 y 2019 se observa en el **gráfico 19**. En 2019, las mujeres ocuparon el 38% de los empleos del sector, la menor participación desde 2011. La mayor participación, en 2017, fue del 46%.²⁶



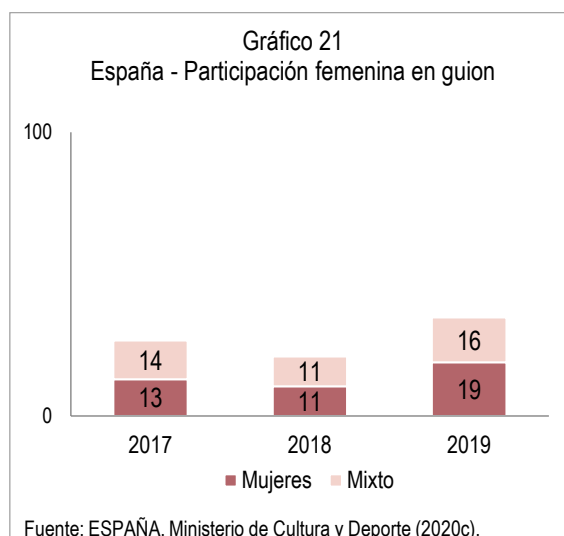
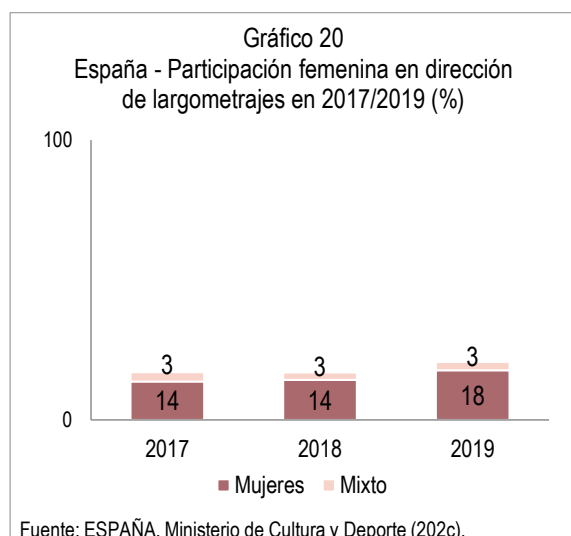
En cuanto a la participación de mujeres en las funciones de liderazgo creativo, las estadísticas oficiales españolas presentan datos para dirección y guion de los largometrajes producidos en 2017, 2018 y 2019 (**Gráficos 20 y 21**). En ese período, las mujeres respondieron por la dirección exclusiva del 14% al 18% de las películas. En Guion, la contribución de la titularidad mixta fue significativa para la participación de mujeres: apenas

²⁴ MAU (2020)

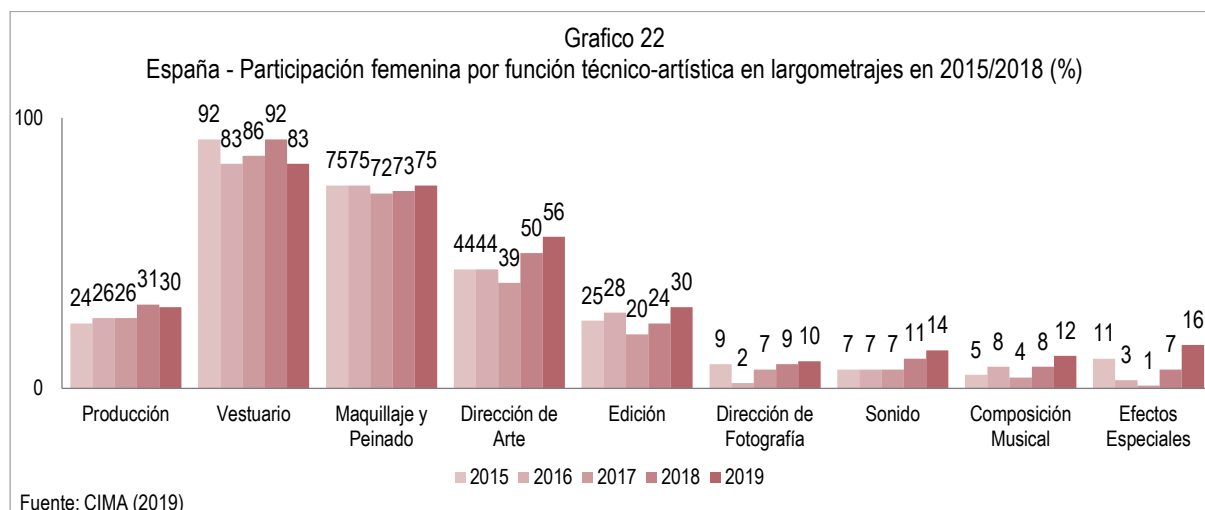
²⁵ ESPAÑA (2020b).

²⁶ ESPAÑA (2020c). Esos datos consideran los CNAES (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) de 59 actividades relacionadas al cine, vídeo, programas de televisión, grabación de sonido y edición musical.

en 2019 la titularidad femenina exclusiva (19%) fue mayor que la mixta (16%). Ese fue el año de mayor participación femenina en Guion.



La evolución de la participación femenina en las demás funciones técnico-artísticas entre 2015 y 2019 es presentada en el estudio más reciente de CIMA (**Gráfico 22**).²⁷



En Producción, la participación femenina varió entre el 24 y el 31%. La dirección de arte es el segmento más equilibrado, con la participación femenina variando entre el 44 y el

²⁷ CIMA (2019). Estudio basado en las categorías de nominación de los Premios Goya, que refleja una compilación de largometrajes lanzados por año.

56%. Por su parte, en dirección de fotografía, la participación femenina nunca superó el 10% en ese período. Las áreas técnicas de sonido, composición musical y efectos especiales también son áreas bastante masculinizadas, aunque la participación femenina haya crecido a lo largo del período. Al mismo tiempo, las funciones de vestuario, peinado y maquillaje son ejercidas mayoritariamente por mujeres. Esos datos, en conjunto, demuestran que la desigualdad de género en el audiovisual español es tanto numérica como cualitativa.

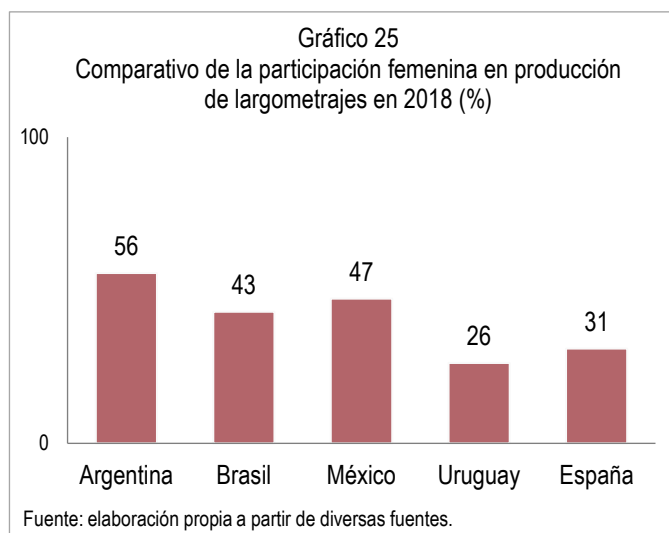
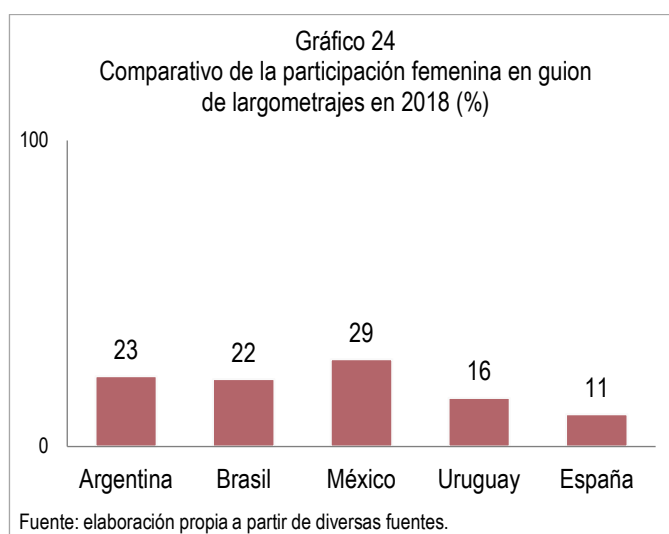
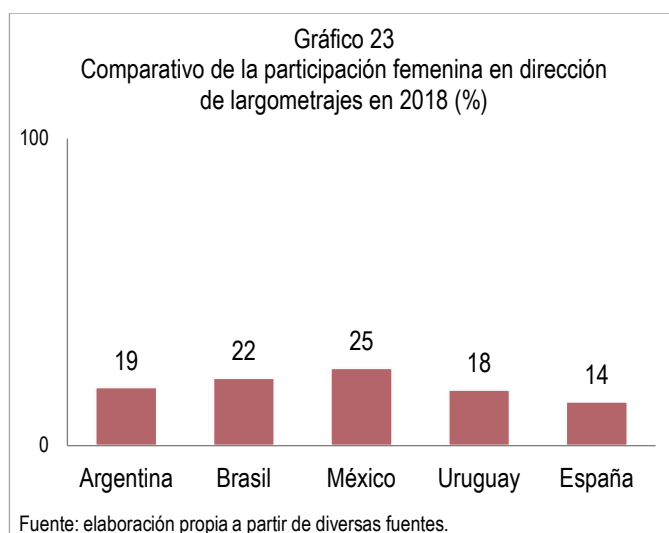
Por último, un dato interesante que está disponible apenas en el caso de España se refiere a la detención de derechos patrimoniales en el sector audiovisual. En 2019, de los 747 registros de inscripciones de derechos de propiedad intelectual relativos al audiovisual, mujeres detentan la titularidad de 245, o sea, del 32%.²⁸

3. Consideraciones finales: la (des)igualdad de género en la industria audiovisual en América Latina

La comparación de la participación femenina en el audiovisual entre Argentina, Brasil, México, Uruguay y España revela semejanzas considerables tanto en la proporción de la presencia femenina como en la forma de inserción de las mujeres en la industria. En todos ellos, las mujeres son minoría en el ejercicio de las funciones de liderazgo creativo de dirección y guion, representadas en proporción aún menor en las funciones técnicas (tales como fotografía, sonido y efectos especiales) y significativamente sobre representadas en las funciones de vestuario, peinado y maquillaje. En la mayoría de esos países, las dos únicas funciones en que se encuentra un relativo equilibrio de género – o al menos un desequilibrio menor – son las de producción y dirección de arte.

El tamaño de la representación tampoco difiere mucho entre los países. Considerándose la participación femenina en la producción de largometrajes en el año 2018 – único dato directamente comparable disponible para todos los países – vemos que en ninguno de ellos las mujeres lograron dirigir más del 25% o hacer el guion más del 30% de las películas y, en la mayoría de ellas, la participación de mujeres y hombres en la producción es un poco más equitativa. Los **Gráficos 23 a 25** muestran los porcentajes de participación femenina en esas funciones en cada país.

²⁸ ESPAÑA (2020c).

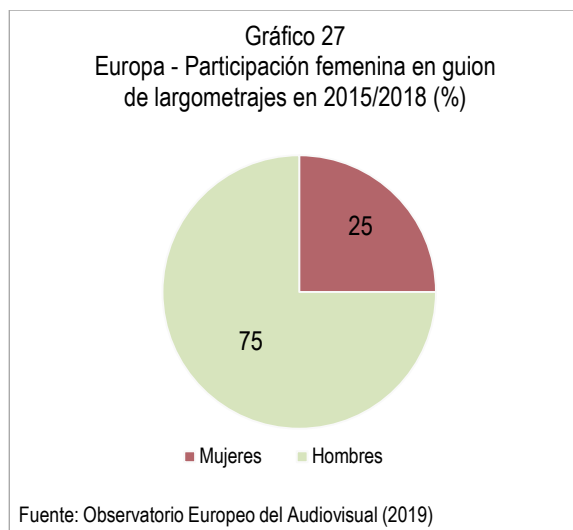
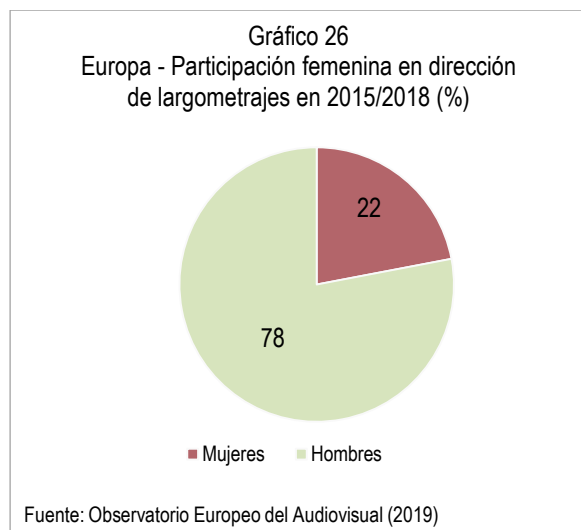


Sabemos que la sub representación de las mujeres en las funciones de liderazgo creativo de la industria no se debe a la falta de profesionales calificadas. En general, en las escuelas de cine, la presencia femenina está más equilibrada con la masculina, como vimos en los datos existentes de Argentina y Brasil.

Para las mujeres, estar en ese mercado de trabajo no es fácil y desarrollarse en él es incluso más difícil. En lo que se refiere a la ocupación de posiciones de liderazgo, percibimos que la participación femenina en las funciones de dirección y guion, además de ser actualmente minoritaria y concentrada en los proyectos de menor presupuesto, no está caminando hacia la igualdad en el futuro. En los casos en que los datos permitieron evaluar el comportamiento de series históricas, notamos que la evolución – cuando existe – aún es pequeña. En funciones como producción y dirección de arte, los espacios están más equilibrados. La sobre representación femenina en las funciones de vestuario, peinado y maquillaje muestra como el sector reproduce los estereotipos existentes en la sociedad sobre el papel de las mujeres. Y cuando hablamos de funciones como sonido, edición, fotografía y producción musical, el crecimiento de la participación femenina parte de bases muy reducidas y avanza apenas muy lentamente.

El contexto aquí expuesto, desafortunadamente, no se limita a países de América Latina. Un estudio reciente del Observatorio Europeo del Audiovisual²⁹, mostró que la situación en Europa es semejante. En los largometrajes producidos entre 2015 y 2018, con lanzamiento en salas de cine en al menos un país europeo entre 2015 y 2019, las mujeres representaron el 22% de todos los directores y el 25% de los guionistas (**Gráficos 26 y 27**). La desigualdad de género en el sector audiovisual es, por lo tanto, amplia en términos numéricos, cualitativos y geográficos.

²⁹ European Audiovisual Observatory (2020). Female directors and screenwriters in European film and audiovisual fiction production. Disponible en [CoE_Female directors and screenwriters_July 2020](#)



En todo el mundo, aunque la temática venga ganando cada vez más espacio en la agenda, las modificaciones efectivas ocurren muy lentamente. Según estimativas del Foro Económico Mundial³⁰, al ritmo actual sería necesario todavía un siglo para eliminar la desigualdad de género a nivel global. Este movimiento lento actúa a favor de la manutención de las estructuras de segregación entre hombres y mujeres. Es preciso acelerar los cambios hacia la igualdad de género, y la industria audiovisual puede tener un papel importante en eso, en beneficio de la propia industria y del desarrollo que la diversidad puede traerles a las economías y a las sociedades globalmente.

Para promover ese cambio, algunas acciones por parte de los gobiernos, del sector privado y de la sociedad civil pueden hacer la diferencia. En primer lugar, cabe destacar la centralidad de las políticas públicas, tanto por la dimensión de la información como por la dimensión del financiamiento público. La recolección y análisis de datos son importantes para la comprensión, por parte de la sociedad, de los agentes que componen el espacio audiovisual y de los propios formuladores de políticas públicas, de la urgente necesidad de promover mayor participación de mujeres en el sector.

El primer paso para avanzar en la igualdad de género en las industrias audiovisuales es asegurar que datos estadísticos con recorte de género sobre la actividad se produzcan con regularidad y figuren en la base de las acciones de desarrollo de todas las cinematografías nacionales. Levantar y sistematizar la identificación de género desde la presentación y selección de proyectos audiovisuales en llamados, fondos y convocatorias públicas, hasta los registros nacionales de las obras concluidas y de los derechos patrimoniales sobre las

³⁰ Foro Económico Mundial (2020).

mismas, es fundamental para entender las dinámicas que fundamentan la participación femenina en el sector y hacer un seguimiento de su evolución.

Asegurar que la distribución de recursos públicos de fomento directo e indirecto a la actividad audiovisual sea equitativa y ofrezca incentivos a la participación calificada de mujeres en la producción audiovisual es otra faceta de la actuación del poder público que puede contribuir directa e inmediatamente con la mayor igualdad de género en el sector. Cuando se trata de recursos públicos, la adopción de mecanismos a favor de la paridad es fundamental para que el Estado cumpla sus objetivos sociales y no se torne mero reproductor de las dinámicas discriminatorias existentes en el mercado.

Sin embargo, la valorización de la equidad de género, de la diversidad y de la inclusión, en una sociedad tan profundamente desigual como la contemporánea, no se construirá apenas con la actuación del Poder Público. Por un lado, la política pública no ocurre sola: es la movilización del mercado y de la sociedad civil que construye las agendas de los gobiernos. Por otro lado, hay muchas más acciones que pueden implementarse, con resultados más inmediatos, en el ámbito de las empresas. Las grandes empresas del sector pueden hacer mucho a partir de sus políticas corporativas de reclutamiento, contratación, capacitación y promoción. Los responsables de la toma de decisión en todos los niveles – inversores, curadores, profesores que deciden los currículos en los cursos de TV y cine – pueden incorporar una mirada a las cuestiones de género y raza en sus criterios de decisión. Los profesionales creativos de todas las áreas pueden cuestionarse sobre si sus narrativas y abordajes están libres de estereotipos.

Es en el día a día de las empresas que la igualdad de género es construida o ignorada. Son las empresas – grandes o pequeñas – las que ante cada nueva iniciativa, proyecto o emprendimiento creativo para el audiovisual, pueden garantizar que haya diversidad en la ocupación de las funciones productivas previstas en un equipo de trabajo y actuar para que las narrativas audiovisuales no contribuyan a la manutención de la desigualdad sistémica, aspectos no siempre tan evidentes, a menudo depositados en sutilezas de sesgos inconscientes, pero fundamentales para construir un imaginario social más diverso. Es también en las empresas que se puede construir prácticas concretas que fortalezcan la cooperación entre los equipos, que desalienten e impidan la violencia o cualquier comportamiento irrespetuoso en las relaciones de trabajo, para que la igualdad en derechos y dignidad entre todas las personas se materialice en los procesos de producción audiovisual. Es en las decisiones de negocio de diferentes actores de la industria audiovisual que se puede fortalecer de forma estratégica el desarrollo de proyectos escritos, dirigidos y producidos por

mujeres, estipular la paridad de género en las comisiones de evaluación de proyectos, así como incentivar la participación de mujeres en las posiciones de liderazgo.

Por último, pero no menos importante, la atención de la sociedad civil – desde los formadores de opinión hasta los movimientos sociales – es fundamental para movilizar empresas y gobiernos hacia la promoción de la igualdad de género. Ampliar el foco sobre la industria audiovisual, dado su efecto multiplicador, seguramente va a generar dividendos de promoción de la igualdad en los más diferentes sectores.

REFERENCIAS

BRASIL (2015). Agência Nacional do Cinema – ANCINE. *Anuário estatístico do cinema nacional 2014*. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. Disponível em: [OCA Ancine Repositorio Anuario 2014.pdf](#) (Visitado: 08/01/2021).

BRASIL (2017). Agência Nacional do Cinema – ANCINE. *Participação feminina na produção audiovisual brasileira (2016)*. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. Disponível em: [OCA Ancine Repositorio/pdf/participacao feminina na producao audiovisual brasileira 2016.pdf](#) (Visitado: 08/01/2021).

BRASIL (2018). Agência Nacional do Cinema – ANCINE. *Emprego no Setor Audiovisual. Estudo anual 2018 (ano-base 2016)*. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. Disponível em: [OCA Ancine Repositorio Emprego no setor audiovisual.pdf](#) (Visitado: 23/01/2021).

BRASIL (2018b). Agência Nacional do Cinema – ANCINE. *Gênero na Direção das Obras brasileiras veiculadas na TV paga - 2017*. Disponível em: [OCA Ancine Repositorio genero na direcao das obras brasileiras veiculadas na tv paga 2017.pdf](#) (Visitado: 24/01/2021).

BRASIL (2019). Agência Nacional do Cinema – ANCINE. *Participação feminina na produção audiovisual brasileira (2018)*. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. Disponível em: [OCA Ancine Repositorio participacao feminina na producao audiovisual brasileira 2018_0.pdf](#) (Visitado: 08/01/2021).

CANDIDO, Marcia; MORATELLI, Gabriela; DAFLON, Verônica; FERES JÚNIOR, João. (2014), “A Cara Do Cinema Nacional: gênero e cor dos atores, diretores e roteiristas dos filmes brasileiros (2002-2012)”. *Textos para discussão GEMAA*, 6: 1-25.

CANDIDO, Marcia; CAMPOS; Luiz Augusto; FERES JÚNIOR, João. (2016), “A Cara do Cinema Nacional: gênero e raça nos filmes nacionais de maior público (1995-2014)”. *Textos para discussão GEMAA*, 13: 1-20.

CANDIDO, Marcia; DAFLON, Verônica; FERES JÚNIOR, João. (2016), “Cor e gênero no cinema comercial brasileiro: uma análise dos filmes de maior bilheteria”. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, 3: 116-135.

CANDIDO, Marcia; FERES, João. (2019), “Representação e estereótipos de mulheres negras no cinema brasileiro”. *Revista Estudos Feministas*, 27, 2: 1-13. Disponível em: [Representação e estereótipos de mulheres negras no cinema brasileiro](#) (Visitado: 02/02/2021).

CANDIDO, Marcia; FLOR, Juliana; BELARMINO DE FREITAS, Jefferson. (2020), “Raça e Gênero no Cinema Brasileiro”. *Boletim GEMAA*, edição especial, n.7.

CANDIDO, Marcia; CAMPOS, Luiz Augusto; FERES JUNIOR, João; PORTELA, Poema. (2021, *no prelo*), “Gênero e Raça no Cinema Brasileiro”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*.

CIMA (2019). Informe Anual 2019. *La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español: 2019* Disponible en: [INFORME ANUAL CIMA 2019.pdf](#)

DUHAU, Bárbara; WENCESLAU, Taluana (2016). “Representaciones de género en el cine argentino”. *Un Pastiche - Género y Comunicación*. Disponible en: [cine-argentino-y-genero](#)

ESPAÑA (2020a). Ministerio de Cultura y Deporte. *Orden CUD/582/2020, de 26 de junio de 2020*. Disponible en: [BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO](#)

ESPAÑA (2020b). Ministerio de Cultura y Deporte. *Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento. Resultados*. Disponible en: [cultura y deporte servicios-al-ciudadano estadísticas cine contenidos audiovisuales](#)

ESPAÑA (2020c). Ministerio de Cultura y Deporte. *Indicadores estadísticos culturales vinculados al cine y desgloses por sexo*. Disponible en: [División de Estadística y Estudios](#) (Visitado: 24/01/2021)

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2019a). *Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU*. Disponible en: [Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU](#) (Visitado: 02/02/2021).

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2019b). *Female directors in European Cinema*. Disponible en: [Female directors in European cinema Key figures](#)

FORBES (2020). *Marcas mais valiosas do mundo em 2020*. Disponible en: [Forbes: Marcas mais valiosas do mundo em 2020](#)

FORO ECONÓMICO MUNDIAL (2020). Disponible en: [WEF Global Gender Gap Report 2020 Press Release Portuguese.pdf](#) (Visitado: 02/02/2021).

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL – FMI (2019). *Closing the Gender Gap*. Disponible en: [Closing the Gender Gap](#) (Visitado: 02/02/2021).

MAU (2020). *¿Quiénes cuentan las historias?* Disponible en: [MAU-Publicacion-Digital-1.pdf](#)

MCKINSEY&COMPANY (2015). *The Power of Parity: how advancing women’s equality can add 12 trillion to global growth*. Disponible en: [Mckinsey.com employment-and-growth](#) (Visitado: 20/01/2021).

MCKINSEY&COMPANY (2020). *Diversity wins: How inclusion matters*. Disponible en: [Mckinsey.com diversity-and-inclusion](#)

MÉXICO (2020). Secretaría de Cultura. Instituto Mexicano de Cinematografía. *Anuario Estadístico de Cine Mexicano (2019)*. Disponible en: [Anuario Estadístico de Cine Mexicano](#) (Visitado: 23/01/2021).

OAVA. (2019). “Informe Igualdad de Género en la Industria Audiovisual Argentina”. Disponible en: [Informe Igualdad de Género en la Industria Audiovisual Argentina](#) (Visitado 15/01/2021).

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO – OIT (2017). *World Employment and Social Outlook: Trends for Women 2017*. Disponible en: [World Employment and Social Outlook: Trends for Women 2017](#) e [The ILO Multimedia maps-and-charts](#) (Visitado: 21/01/2021).

PELLEGRINI, Aline (2021). *O aumento do número de filmes dirigidos por mulheres*. Nexo Jornal, 08 de janeiro de 2021. Disponible en: [O aumento do número de filmes dirigidos por mulheres](#) (Visitado: 10/01/2021)

SICA (2019). *DEISICA*, n.28. Disponible en Disponible en: [DEISICA FINAL](#)

SICA (2020). *DEISICA*, n.29. Disponible en: [DEISICA](#)

[Fin del documento]