



**Área Abierta.** Revista de comunicación  
audiovisual y publicitaria  
ISSN: 2530-7592 / ISSN: 1578-8393



<https://dx.doi.org/10.5209/arab.82137>

## Mujer(es) e industrias creativas<sup>1</sup>

[en] Women and Creative Industries

**Presentación:** Begoña Yáñez-Martínez<sup>2</sup> y Nadia McGowan<sup>3</sup>

**Cómo citar.** Yáñez-Martínez, Begoña y McGowan, Nadia (2022). Mujer(es) e industrias creativas. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria* 22 (2), 111-113, <https://dx.doi.org/10.5209/arab.82137>

El presente monográfico pone el foco de atención en dar visibilidad a la mujer como sujeto creador de obras artísticas audiovisuales para las industrias del entretenimiento.

Los artículos que forman parte de este número de la revista son estudios que muestran la realidad de las mujeres en las industrias creativas. Una realidad sobre la que queda trabajo por realizar para suplir el bagaje histórico que las ha relegado a un segundo plano o al anonimato en muchas de las creaciones. Hay una absoluta carencia de visibilidad hacia mujeres en puestos técnicos y de mando en animación, videojuegos y producción en general. La ausencia de reconocimiento del trabajo realizado por mujeres no es solo una pérdida para el público, también dificulta la equidad en los referentes para las nuevas generaciones creadoras.

Los premios Goya de 2021 marcan un inicio para el cambio, ya que por primera vez nos acercamos a un equilibrio en las nominaciones y premios. En esta edición se otorga por primera vez el galardón a la mejor dirección de fotografía a una mujer. Esta noticia es una pequeña luz en medio de la oscuridad de la invisibilidad histórica, ya que el estudio nos muestra una retrospectiva de los datos de todas las ediciones de premios Goya que indican un panorama de exclusión femenina. La tendencia ha mejorado, pero quedará ver cómo evoluciona en próximas ediciones.

Las asociaciones y reivindicaciones que ayudan a dar visibilidad a las mujeres como creadoras han ido en auge en los últimos años. La asociación CIMA (Aso-

<sup>1</sup> Este monográfico es parte del proyecto, *La visibilidad de las mujeres creadoras en España en el siglo XXI*, financiado por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Internacional de La Rioja, tras ser evaluado por un comité experto en la Convocatoria de Financiación de Proyectos Propios de Investigación UNIR (Proyecto VMC-DiSEA, 2020-2022).

<sup>2</sup> Universidad Complutense de Madrid.  
E-mail: [begona.yanez@ucm.es](mailto:begona.yanez@ucm.es).  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2543-7615>

<sup>3</sup> Universidad Internacional de La Rioja.  
E-mail: [nadia.mcgowan@unir.net](mailto:nadia.mcgowan@unir.net)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3584-4767>

ciación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales) es una de las grandes promotoras de la creación femenina en el audiovisual español. En sus quince años de experiencia se ha convertido en referente y son muchos los logros que debemos agradecer a su trabajo constante.

Contando con la realidad de los medios de comunicación del País Vasco como estudio de caso, se avanza en el análisis de la brecha de género en el ámbito periodístico. Esta brecha se ve principalmente en las diferencias salariales y el desequilibrio en los puestos de responsabilidad en los medios. Hay una notable preocupación por parte de las mujeres de esta profesión por la percepción de su carrera profesional.

No solo analizamos la situación de la mujer detrás de las cámaras. Algunos de los estudios que presentamos revisan el prisma a través del cual se muestra a la mujer en las producciones audiovisuales. Así, el cine español contemporáneo de la última década constituye el marco de análisis de otro de los estudios presentados, analizando si ha habido una evolución en los estereotipos de los personajes femeninos en las películas españolas. Por otro lado, se analiza la mujer migrante en la ficción serial televisiva española. El estudio nos revela que se muestra desde un prisma discriminatorio y sesgado, tanto desde el colectivo en general, como de las mujeres en particular. A través de un análisis de las principales series de producción española entre 2016 y 2018 se valora la carencia de peso narrativo de estos personajes.

Las nuevas generaciones reciben influencias de las películas y series en la construcción de su identidad. Investigar y evaluar si se perpetúan los roles opuestos en las aulas televisivas supone un acercamiento para trabajar la reflexión sobre los estereotipos de género tradicionales, siendo el objetivo de otro de los estudios que presentamos. Otra investigación nos acerca a una visión de la mujer como referente en el mundo científico a través de su representación cinematográfica. Se trata de un estudio de caso de Hipatia de Alejandría en la película *Ágora*, una película con gran difusión que contribuye a la visibilización de un referente femenino del ámbito científico de forma positiva.

Continuando con casos más particulares, este monográfico presenta un análisis de *Orange is the new black* como ejemplo de feminización del drama seriado y como cambio de paradigma en la televisión estadounidense.

Otro caso particular viene de la mano de un personaje analizado desde dos prismas distintos. Hablamos de Sabrina, un icono femenino juvenil que ha contribuido a la influencia identitaria de la que hablábamos antes. Analizando sus dos representaciones televisivas se transmiten valores comunes en el enfrentamiento del acoso escolar, el empoderamiento femenino y la igualdad.

Esta interconexión de estudios multidisciplinares sobre la situación de la mujer en las industrias creativas tiene una conexión directa con el proyecto de investigación *La visibilidad de las mujeres creadoras en España en el siglo XXI*, financiado por la Universidad Internacional de La Rioja. Un proyecto con un enfoque STEAM que trabaja para dar visibilidad a esos referentes femeninos en los ámbitos creativos del Diseño, Arquitectura y Arte.

Adicionalmente, contamos con la inestimable colaboración de dos asociaciones que han contribuido a la mejora de las posibilidades de la mujer en estas industrias creativas. Dones Visuals y Creadoras Salvajes nos cuentan de primera mano su experiencia en este ámbito, siendo un ejemplo y una inspiración para todas las mujeres creadoras, y conformando un contexto del mundo profesional para este número.

Queremos agradecer la confianza depositada en este monográfico por parte de todo el equipo editorial de *Área Abierta*. Gracias a esta oportunidad y a todos los trabajos presentados podemos afirmar con orgullo que hemos contribuido a mejorar la visibilidad de las mujeres en las industrias creativas.