


# La mujer en la industria audiovisual mexicana. Participación en las distintas categorías profesionales y reivindicaciones feministas\*


## Women in the Mexican Audiovisual Industry. Participation in the Different Professional Categories and Feminist Demands

*Cristina Ángeles Huesca*\*\*

 <https://orcid.org/0000-0002-5197-8004>


Universidad Iberoamericana-Ciudad de México, México,  
Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, España.

*Marta Saavedra Llamas*\*\*\*

 <https://orcid.org/0000-0002-7762-9996>


Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, España.

*Mercedes Herrero de la Fuente*\*\*\*\*

 <https://orcid.org/0000-0002-5361-9056>

Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, España.

*Rocío Gago Gelado*\*\*\*\*\*

 <https://orcid.org/0000-0003-4024-1143>

Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, España.

---

CÓMO CITAR: Ángeles Huesca, C., Saavedra Llamas, M., Herrero de la Fuente, M. y Gago Gelado, R. (2026). La mujer en la industria audiovisual mexicana. Participación en las distintas categorías profesionales y reivindicaciones feministas. *Secuencia* (124), e2326. <https://doi.org/10.18234/secuencia.124.2326>



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

*Resumen:* La industria audiovisual de México vive un momento de auge marcado por el incremento de la producción y su internacionalización, impulsada por las grandes plataformas. Surgen en este contexto nuevos espacios para las mujeres, pero persisten las barreras que las apartan de los puestos de responsabilidad y toma de decisiones. Esta investigación evalúa el momento que viven las profesionales femeninas en el sector audiovisual de este país. Partiendo de los escasos datos oficiales, utilizamos la técnica del *focus group* para recabar la experiencia de doce mujeres que recorren las distintas profesiones implicadas en la obra audiovisual. Estas denuncian su encasillamiento en determinados puestos y géneros y reclaman más oportunidades y recursos. Perciben que la política de cuotas y las pautas de funcionamiento de los *players*, que apuestan por la paridad, han contribuido a promover su carrera. Coinciden en los recientes avances, pero afirman que queda mucho por hacer.

*Palabras clave:* México; sector audiovisual; mujer; plataformas; Netflix.

*Abstract:* Mexico's audiovisual industry is going through a boom period, with an increase in production and internationalization, driven by major platforms. In this context, new opportunities are emerging for women, but there are still barriers that prevent them from accessing positions of responsibility and decision-making. This study assesses the current situation of female professionals in the audiovisual sector in this country. Based on the limited official data available, we employed the focus group technique to gather the experiences of twelve women from various professions involved in audiovisual work. They denounced their typecasting into certain positions and genres and called for more opportunities and resources. They consider that the quota policy and the operational guidelines of the players committed to parity have helped to promote their careers. They agree that progress has been made recently but say that much remains to be done.

*Keywords:* Mexico; audiovisual sector; women; platforms; Netflix.

Recibido: 15 de enero de 2024    Aceptado: 16 de julio de 2025

Publicado: 21 de enero de 2026

## INTRODUCCIÓN

La era actual del *streaming* está propiciando nuevas oportunidades tanto en la creación como en la distribución audiovisual, precisando la industria de más profesionales y de miradas más amplias, incluidas las femeninas, para alimentar un catálogo variado que contente a las audiencias fragmentadas (Saavedra et al., 2021). Es aquí, además, donde los países hispanohablantes tienen una ventaja añadida, ya que, si antes se potenciaba la producción local, ahora se produce para una comunidad de 595 000 000 de personas de habla hispana (Instituto Cervantes, 2022, p. 20).

El caso de México, por su asentada trayectoria audiovisual y por ser el país que concentra más número de hispanohablantes, resulta especialmente interesante; de hecho, es la “capital de la producción audiovisual de América Latina” por número de proyectos en el último año, inversión y empleo (Lambertucci, 2023). Junto a Argentina y Brasil, representa la industria audiovisual más grande de Latinoamérica, con ingresos conjuntos de 20 000 millones de dólares en 2021 (BID, 2023, p. 8). Además, el consumo en *streaming* alcanzó en Latinoamérica a 53 000 000 de suscriptores en 2020 y, según el informe Latin America SVOD Forecast, llegará a 139 000 000 en 2027 (Prensario Zone, 2023).

México, junto a España, es un mercado estratégico para Netflix, *player* internacional que domina el mercado de *streaming* audiovisual. Si la plataforma ha elegido a España como sede central de sus estudios europeos, implanta en México su centro de producción para América Latina, concretamente en la Ciudad de México en 2021. La *major* realizará 50 producciones en el país, con una inversión superior a 300 000 000 de dólares (Hernández-Armenta y Aguilar, 2021; Netflix, 2019).

Además, las producciones generadas en estos países trascienden las fronteras de la comunidad hispanohablante, según los creadores por la calidad de las historias, el atrevimiento en los enfoques y la calidez de sus personajes (Gago et al., 2022). Ello provoca que productos mexicanos y españoles se posicionen en el mercado global, reafirmando la decisión empresarial de la compañía. Sirvan como ejemplos los siguientes casos de México: el estreno de la temporada tres de *¿Quién mató a Sara?* estuvo en el *top* diez global de títulos de habla no inglesa de países como Grecia, India y Francia; *Madre solo hay dos* permaneció entre los diez más vistos durante 28 días (tras su estreno) en 32 países, entre ellos Marruecos, Corea del Sur, Tailandia y Vietnam; *Rebelde* mantuvo también esta posición pero en hasta 58 países; la temporada dos de

*Oscuro deseo* se colocó en el tercer puesto del *top* diez global de Netflix en su semana de estreno; y *Control Z* se posicionó en las listas de contenidos más visionados de 64 países, incluidos Francia y Estados Unidos (PRODU, 2022).

Como se aprecia, el contenido estrella son las series de ficción, que aglutinan 50% de la inversión audiovisual en México. La industria registró en 2022 un aumento de 16% en inversión, hasta 656 000 000 de dólares; filmó 1 289 proyectos, 23% más que el año anterior, y generó 127 000 empleos adicionales (Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México, 2022). La directora del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), María Novaro, apunta, de hecho, que México atraviesa el mejor momento de producción audiovisual de su historia, incluso superior a la llamada “época de oro”, que limita las creaciones entre las décadas de los años treinta y cincuenta (Prensa Universidad de Guadalajara, 2023).

Actualmente, el aporte del sector cultural, o industrias creativas, al producto interno bruto (PIB) de México supera el 3% y a nivel internacional se señala a este país como el quinto en cuanto a exportación de bienes culturales dentro de la economía creativa (UNCTAD, 2022).

Con este escenario de oportunidades, conviene reivindicar la participación de la mujer en la industria audiovisual. El derecho a la comunicación, reconocido por la Organización de Naciones Unidas (ONU), implica promover la plena participación de las mujeres en las industrias mediáticas, como los movimientos feministas han reivindicado desde que se aprobara en 1948 la Declaración Universal de los Derechos Humanos y, posteriormente, en las conferencias específicas sobre la materia: Bangkok (1994), Quito (1994), Toronto (1995), Declaración de Beijing (1995), y Nueva York (2000, 2015). De hecho, las conferencias mundiales sobre la mujer, promovidas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), cuentan con una línea específica de acción relacionada: la mujer y los medios de difusión (ONU Mujeres, 2023).

Vega (2010) explica que este derecho aplica en tres ámbitos: la producción, en el sentido de que las mujeres han de intervenir con igualdad en el proceso de creación de contenidos; la emisión, ya que el rol femenino debe estar representado en el discurso mediático; y la recepción, ya que las audiencias lógicamente están integradas por hombres y mujeres. Defiende, no obstante, que la esfera de producción debe cobrar más importancia, ya que, si se incrementa la participación de las mujeres en las industrias de la comunicación, se ampliará directamente el número de contenidos con una representación real, que refleje las problemáticas y agendas de las mujeres. Así, si hay más

contenidos relevantes para el público femenino, se alcanzará una audiencia más equilibrada.

Para Solís (2020), y en relación con las tres esferas de representación que apuntábamos, existe la necesidad de abordar, desde la teoría cinematográfica feminista, tres coyunturas que relacionan el cine con el género en México: la invisibilidad de las directoras nacionales, la proliferación de estereotipos de género en el discurso cinematográfico comercial en contraste con las propuestas independientes y la memoria colectiva y el estudio de la espectadora mexicana como consumidora.

Si en todos los sectores la reivindicación feminista es una cuestión de responsabilidad social, “por su poder de reproducir y moldear normas y estereotipos de relaciones sociales, el audiovisual tiene un alcance y un papel decisivo” (Ivanov et al., 2021, p. 3). Como apuntan las investigadoras, “lo que está en las pantallas no sólo refleja la realidad, sino que también la influye profundamente... lo que podemos ver, podemos ser”. La representación femenina en las creaciones audiovisuales ha centrado gran parte de los estudios con un enfoque feminista publicados a lo largo del siglo xx. Numerosas autoras se han referido a la visión patriarcal que concibe a la mujer para ser mirada (Mulvey, 1975) y han reivindicado la necesidad de construir un discurso desde la perspectiva femenina (Johnston, 1976), mostrando a la mujer más allá de sus relaciones con los hombres (Haskell, 1974) y luchando contra la perpetuación de estereotipos tan comunes en el cine y la televisión (Gerbner y Signorielli, 1979; Greenberg, 1980; Gunter, 1986).

Es por eso por lo que este trabajo se focaliza en la participación femenina en todos los ámbitos creativos y técnicos, también en los puestos de liderazgo, para potenciar el cambio.

En el caso de México, el informe de Ivanov et al. (2021) apunta que se perciben niveles de introducción femenina en la industria similares a mercados como España, Argentina o Brasil. Existe una subrepresentación en las funciones de liderazgo creativo y no por falta de profesionales cualificadas, ya que la presencia de mujeres en las escuelas de cine sí está equilibrada. En dirección y guion no se supera el 30% de representación (Ivanov et al., 2021, p. 16) y se vincula a la mujer con proyectos de menor presupuesto; se roza el equilibrio en producción y dirección de arte y existe sobrerrepresentación femenina en las funciones de vestuario y peluquería/maquillaje, reproduciendo el sector los estereotipos existentes en la sociedad sobre el papel de las mujeres. En las áreas técnicas, como sonido, dirección de fotografía, compo-

sición musical y efectos especiales (vfx), el crecimiento de la participación femenina parte de bases muy reducidas y avanza muy lentamente.

Así, aunque el Instituto Mexicano de Cinematografía presente que la industria fílmica emplea a 47% de mujeres (IMCINE, 2022, p. 55), los estadios de la profesión no están equilibrados. Además, las profesionales del audiovisual mexicano denuncian problemas de discriminación, humillaciones, bajos sueldos, retención de salarios, carencia de contratos y prestaciones sociales, situaciones de acoso y abuso sexual y aún menores oportunidades de empleo si pertenecen a la comunidad LGTBIQ+ (Congreso de la Ciudad de México, 2022).

En este sentido, Belmont y Calónico (2024) sostienen:

Son las mujeres quienes han emprendido una batalla en la búsqueda de crear espacios seguros, pero también en el interés de dar contenido a una emancipación que permita el despliegue de la creatividad. No se trata entonces únicamente de sentirse segura en el lugar de trabajo o definir protocolos que prevengan o contemplen una justicia restaurativa, sino de transformar las estructuras que sostiene a la industria fílmica, lo que es una tarea de todas y todos los que integran la industria fílmica (p. 104).

Para favorecer el cambio, se localizan distintas iniciativas. En 2022 se formó la Red Interinstitucional por la Igualdad de Género en la Comunidad Audiovisual de la Ciudad de México, firmando el proyecto, entre otros organismos: la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas (AMACC), la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE), el IMCINE, el Instituto Nacional de las Mujeres, la Comisión de Igualdad de Género del Congreso de Ciudad de México, el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) y las cadenas de televisión Canal 22 y Canal 14. De momento es un convenio simbólico, pero puede suponer el punto de partida para movimientos públicos de calado (Quiroga, 2022).

Por otro lado, con el apoyo del Fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en la Ciudad de México (PROCINECDMX), se produjo la serie documental *Resistencias fílmicas*, que reúne el testimonio de 55 mujeres con diversos roles dentro de la industria cinematográfica y pretende concienciar sobre los ejercicios de poder y la desigualdad de género en el sector audiovisual (Ibarra, 2022).

Otras acciones destacables son: La Gremia –Red de mujeres en el cine y la tv–, comunidad de mujeres en la industria cinematográfica que genera proyectos con perspectiva de género, liderada por las cineastas mexicanas Aiko Alonso y Claudia Garibaldi (Ibarra, 2022); Amazonas Eléctricas, primer *staff* de iluminación y tramoya de México formado 100% por mujeres (Carmona, 2023); Mujeres en el cine y la tv, asociación que lucha por el reconocimiento de la mujer en la industria audiovisual mexicana; Mujeres en el Mundo de la Animación (MUMA), que pretende la visibilización de la mujer en vfx, arte y animación; por último, Ya es hora, para concienciar sobre la violencia en el espacio de trabajo, la igualdad y la representación de la mirada femenina (Acción Mujeres, 2023).

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Nuestro objetivo principal es explorar la presencia de la mujer en las diferentes categorías profesionales del sector audiovisual mexicano. Se detecta, como se expresa en la introducción, la problemática y permanencia de la mujer en la empresa audiovisual, así como su ascenso a puestos de responsabilidad y toma de decisiones. Este problema es de índole social y económico y supone el centro de la investigación, que recorrerá dos líneas principales:

- La primera parte analiza los datos oficiales disponibles y evalúa en el mencionado ámbito el recorrido hacia la paridad, entendida como un factor clave para el desarrollo de una sociedad democrática en consonancia con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En concreto, el ODS 5 se refiere a la necesidad de “asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública” (ONU, 2015).
- La segunda analiza el impacto que la aportación femenina puede tener en el producto final, especialmente en la visión del mundo que ofrecen las obras audiovisuales y que constituye un referente para entender la realidad. El cine y las series son agentes socializadores, exponen modelos que son imitados y fomentan determinados estereotipos y comportamientos (Belmonte y Guillamón, 2007; Fernández-Viguera et al., 2012; Galán, 2007; Harris, 2006; Simelio y Forga, 2014). Incluir a más mujeres en los puestos de mayor responsabilidad servirá para visibili-

zar “el proceso de cambio histórico de su sexo y sus valores propios no adscritos al universo androcéntrico” (Pardo, 2010, p. 431).

El presente trabajo se inicia con un estudio descriptivo basado en fuentes primarias y secundarias, que tiene como fin trazar el marco conceptual que contextualice nuestra comprensión del objeto de estudio. En una segunda fase, fundamentada en la metodología cualitativa, recurrimos a la técnica del *focus group* para recabar el testimonio de un grupo de mujeres, profesionales en activo de la industria audiovisual mexicana. Esta herramienta de recolección de datos es especialmente valiosa por las interacciones generadas entre los participantes que “construyen significados grupalmente” (Hernández-Sampieri et al., 2010, p. 426) y por su potencial descriptivo y, sobre todo, comparativo (Barbour, 2007).

Las creaciones audiovisuales precisan de equipos amplios que reúnen a numerosas categorías profesionales. Nos inspiramos en diversos estudios sectoriales, publicados fundamentalmente en España, para establecer doce puestos representativos que engloban las principales funciones llevadas a cabo en cualquier producción. Así, invitamos a doce mujeres a nuestro grupo focal con las siguientes profesiones: directora, guionista, productora, compositora musical, actriz, directora de fotografía, montadora, efectos especiales (vfx), sonidista, directora de arte, maquillaje y peluquería y diseñadora de vestuario.

Para seleccionar a las integrantes del grupo de foco se establecieron dos criterios (además de ser mujer, requisito ya señalado en el que no incidimos por su obviedad):

- Pertenecer a alguna de las categorías predeterminadas, de forma que puedan aportar su testimonio en primera persona y basado en su vivencia personal.
- Contar con una experiencia superior a cinco años, de manera que hayan presenciado la reciente transformación del mercado audiovisual en México.

Cabe añadir que el estudio cualitativo “se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada” (Bernal, 2010, p. 60).

El grupo de discusión se celebró de forma presencial en la Ciudad de México el 8 de junio de 2023, con una duración aproximada de tres horas. Se



guio por una serie de cuestiones definidas por las investigadoras en función de la revisión bibliográfica anterior. Las preguntas se articularon en torno a cinco ejes temáticos:

- Participación femenina en la industria audiovisual: concienciación, evolución y trayectoria profesional de las informantes.
- Dificultades para la incorporación de la mujer en el sector audiovisual y claves del talento femenino.
- Diferencias en la presencia de las profesionales mujeres según categorías profesionales, formatos, géneros y presupuestos.
- Legislación audiovisual y opinión en relación con las políticas de cuotas profesionales.
- Planes públicos de impulso nacional e inversiones privadas. Valoración del momento actual del mercado audiovisual en México.

El cuadro 1 recoge a las integrantes que tomaron parte en el *focus group*. Aparecen por orden alfabético, tomando como referencia su categoría profesional. Señalamos en cada caso un código de identificación para facilitar la transcripción de los resultados.

## DISCUSIÓN Y RESULTADOS

### *Mujeres en la industria audiovisual mexicana*

La información estadística sobre la industria audiovisual mexicana es generada (con el apoyo de otros organismos), recopilada y difundida por el ya mencionado IMCINE a través de los Anuarios Estadísticos de Cine Mexicano, publicados de manera sistemática desde 2010. Los datos más detallados corresponden a los largometrajes, aunque en sus últimas ediciones han comenzado a abordar series y películas producidas por empresas de *streaming*, productoras independientes y cadenas de televisión. Estos anuarios, que reflejan la participación de las mujeres en el sector audiovisual, no incluyen ficciones seriadas de más de 25 capítulos, *reality shows*, telenovelas o producción televisiva en general.

La edición de 2020 incluye una sección especial dedicada al papel de las mujeres en la cinematografía nacional y ofrece un apartado para visibilizarlo, pero la información continúa siendo limitada. Las estadísticas se refieren a las actividades de dirección, producción, guion y, recientemente, cinefoto-

Cuadro 1. Expertas participantes en el grupo focal

Categoría profesional	Participante	Descripción del perfil profesional	Código
Actuación	 Paloma Arredondo	Actriz de cine, teatro, televisión y radio, reconocida por participar en las películas <i>Besos de azúcar</i> (2013) y <i>Las Aparicio</i> (2015); y en series: <i>Capadocia</i> (2008), <i>El hotel de los secretos</i> (2016), <i>La casa de las flores</i> (2020) y <i>Karem, la posesión</i> (2021). Como <i>coach</i> actuaral, estuvo a cargo por trece años del taller de actuación infantil en CasAzul de Argos. Ha trabajado con directores como Benjamin Cann, Carlos Cuarón, Diego Luna, Carlos Bolado e Iona Weissberg, entre otros.	E1
Composición musical	 Camila Uboldi	Compositora musical, instrumentista y animadora. En los últimos doce años ha escrito música para teatro, películas y animaciones, experimentando con una amplia variedad de instrumentos y géneros. Entre otras obras creó los visuales de la animación <i>stop-motion</i> para la conferencia TEDx LakeComo 2011, video en el cual es también la compositora y mandolinista principal. Nominada al Ariel 2023 en la categoría de Mejor Música Original por la película <i>Zapatos rojos</i> (2022).	E2
Dirección	 Ana Laura Calderón	Directora egresada de la Escuela Internacional de Cine y TV (EICTV) de Cuba, ha sido reconocida con 23 premios. Su primera creación fue el documental <i>La isla de la juventud</i> . En ficción su ópera prima es <i>Dibujando el cielo</i> (2018) estrenada en México y Estados Unidos. <i>Corazón de mezquite</i> (2019), su segundo largometraje de ficción, que también produce, ha ganado más de diez premios internacionales y se ha estrenado en HBO Max.	E3
Dirección de arte	 Adelle Achar	Comunicóloga especializada en Cine por la Universidad Iberoamericana (México). Estudió <i>Production Design for Stage and Film</i> en la New York University y Altos Estudios en Dirección de Arte en la EICTV. Ha colaborado en películas como <i>Clases de historia</i> (2016), de Marcelino Islas, <i>El incidente</i> (2014), de Isaac Ezban, <i>Leona</i> (2018), de Isaac Cherem, y <i>El club de los idealistas</i> (2020), de Marcelo Tobar; así como en comerciales y videos musicales.	E4
Dirección de fotografía	 Diana Garay	Cinefotógrafa egresada del Centro de Capacitación Cinematográfica. Desde 2021 es parte de la Sociedad Mexicana de Autores de Fotografía Cinematográfica y cofundadora de Apertura, asociación de cinefotógrafas. Destacan entre sus documentales: <i>Están en algún sitio</i> (2019), Mejor cortometraje documental en la entrega 63 del Ariel; y <i>Mi amiga Bety</i> (2012), ganador en Festival Docs DF 2012, Tercer Coral en el Festival de La Habana 2013 y Gran Premio Zante 2013. Ha participado en películas como <i>Leona</i> (2018) y <i>Distancias cortas</i> (2015), y en series como <i>Marea alta</i> (2022).	E5
Diseño de vestuario	 Andrea de Luna	Diseñadora de moda egresada de la carrera de Diseño Textil y Moda en Centro. En 2012 fundó, junto con Itzel Soriano y Daniela García, <i>Vēsture Atelier</i> , colectivo de mujeres diseñadoras de vestuario que ha colaborado en proyectos de publicidad, videoclips, largometrajes y artes escénicas. Su trabajo ha sido nominado por la Academia de Artes Cinematográficas, así como en festivales en diversas ocasiones.	E6
Efectos especiales	 Harumy Delmira Villareal	Efectos especiales, efectos visuales y producción. Cuenta con quince años de experiencia. Ha participado en películas, series, programas especiales de Netflix, Amazon Prime Video y Facebook for Creators Adobe. En 2022 ganó el Ariel a Mejores Efectos Visuales y estuvo nominada a Mejores Efectos Especiales, en ambos casos por la película <i>Aztech</i> .	E7
Guion	 Helena Aguilera	Guionista mexicana cuyo trabajo ha sido galardonado tanto nacional como internacionalmente. Beneficiaria de diversas becas en guionismo por parte de Televisa y la Universidad Iberoamericana de México. Su primer cortometraje, <i>Devórame</i> , recibió numerosos reconocimientos a nivel mundial y su siguiente cortometraje, <i>Dog eyes</i> , ya ha conquistado varios premios internacionales. Es miembro fundador del colectivo de directores de cine de género, The Horror Corporation.	E8
Maquillaje y peluquería	 Gerrie Lee	Diseñadora de maquillaje y peinado en películas, series y comerciales desde hace 19 años. Ha colaborado en proyectos como: <i>Bioserie Pedro Infante</i> (2023), <i>Senda prohibida</i> (2023), <i>El caso Cassez-Vallarta: una novela criminal</i> (2022), <i>Narcos México 3</i> (2021), <i>Lol México</i> (2021-2022), <i>Chumel con Chumel Torres</i> (2016) o <i>Carmín tropical I</i> (2014).	E9
Montaje	 Andrea Pérez Su	Editora y posproductora, egresada de la Escuela Nacional de Artes Cinematográficas-Universidad Nacional de México, con especialidad en edición, producción y documental. Su trabajo ha sido proyectado en numerosos festivales internacionales. Participa en equipos de edición y posproducción de series para plataformas como Disney+ y Netflix. Desde 2023 forma parte de la Asociación Mexicana de Editores y Editoras.	E10
Producción	 Karla Bukantz	Productora, egresada en Comunicación por la Universidad Iberoamericana de México. Ha colaborado en producciones internacionales como <i>Man on fire</i> (2004), de Tony Scott, y <i>Munich</i> (2005), de Steven Spielberg; y en producciones mexicanas como <i>La revolución de los alcatraces</i> (2013), de Luciana Kaplan, y <i>Tiempo suspendido</i> (2015), de Natalia Bruschtein. Fue subdirectora de Producción del CCC y subdirectora de Apoyo a la Producción Cinematográfica de IMCINE.	E11
Sonido	 Aldonza Contreras	Egresada del Departamento de Imagen y Sonido de la Universidad de Guadalajara. Estudió una maestría en la Frei Universität de Berlín en Visual and Media Anthropology. Ha trabajado como responsable de sonido directo, diseño de sonido y mezcla, y también como productora en cortometrajes de animación, entre ellos <i>Amanecer</i> (en 3D), apoyado por la beca Proyecta.	E12

Fuente: elaboración propia.

grafía, vinculadas a la producción de largometrajes. Sin embargo, a diferencia de los estudios europeos (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales [CIMA], 2022, 2023; Observatorio Audiovisual Europeo, 2022), no recopilan datos sobre el resto de las categorías profesionales.

Es importante tener en cuenta que las cifras sobre participación femenina en el ámbito audiovisual únicamente abordan la producción de largometrajes (ficción, documental y animación). No contemplan el resto de las creaciones (series de ficción, videojuegos, espacios radiofónicos y televisivos, etc.), por lo que los porcentajes no pueden asumirse como concluyentes. Sin embargo, son útiles y, en contraste con otras informaciones cualitativas, permiten dibujar una radiografía femenina dentro de la industria audiovisual.

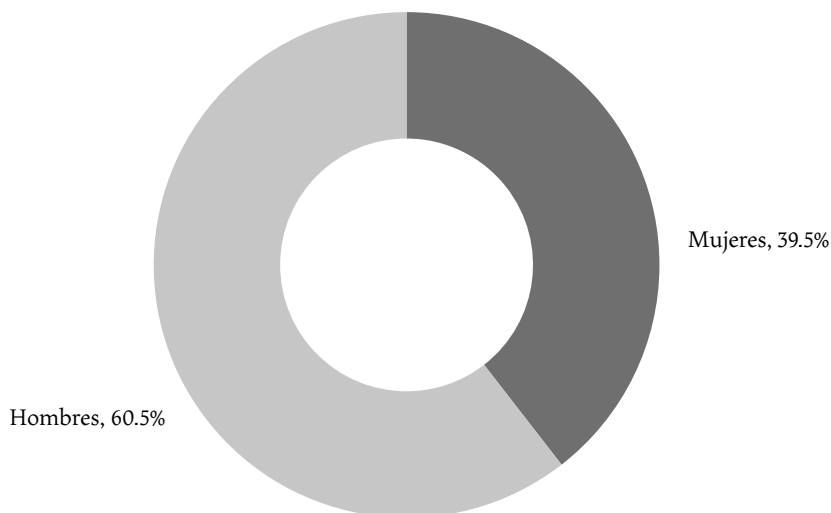
En la edición 2020 el anuario del IMCINE presentó series históricas a partir de 2010, que incrementaron 37% la contribución femenina a lo largo de esa década. En 2022 las mujeres constituyeron 39.5% de las personas involucradas en actividades de producción cinematográfica y audiovisual en México (IMCINE, 2023. p 12). La gráfica 1 refleja esta evolución y evidencia la masculinización de dicho ámbito.

El porcentaje de mujeres entre las personas ocupadas en la industria audiovisual comenzó a reportarse en 2017. Desde entonces, se acelera su inclusión hasta 2022, pero en ese año la participación se reduce a niveles de 2017, como indica la gráfica 2.

En la década de 2010 a 2020 los datos demuestran que algunas profesionales realizaron al menos tres o más obras cinematográficas, además de tomar parte en otros proyectos de forma colaborativa (IMCINE, 2020, p. 76). Esta primera aproximación evidencia la inclusión global de las mujeres en el ámbito audiovisual, pero es significativo analizar los puestos donde se ubican, atendiendo a las funciones, el grado de responsabilidad, la implicación en la toma de decisiones y la correspondiente remuneración. En México, mucha de esta información no se recopila ni sistematiza, sólo se registran las posiciones ocupadas por mujeres en producción, guion, dirección y cinematografía de largometrajes, en distribución y exhibición de películas y, por último, en formación y enseñanza de cine y audiovisual.

Atendiendo a las cifras disponibles, si hacemos un corte de diez años a partir de 2012, constatamos que en 2022 existe un incremento exponencial de la participación de las mujeres en puestos de liderazgo. Como se visualiza en la gráfica 3, en 2008 sólo cinco largometrajes fueron dirigidos por mujeres, frente a 83 en 2022.

Gráfica 1. Profesionales involucradas en la producción audiovisual por género, 2022



Fuente: IMCINE (2023, p. 12).

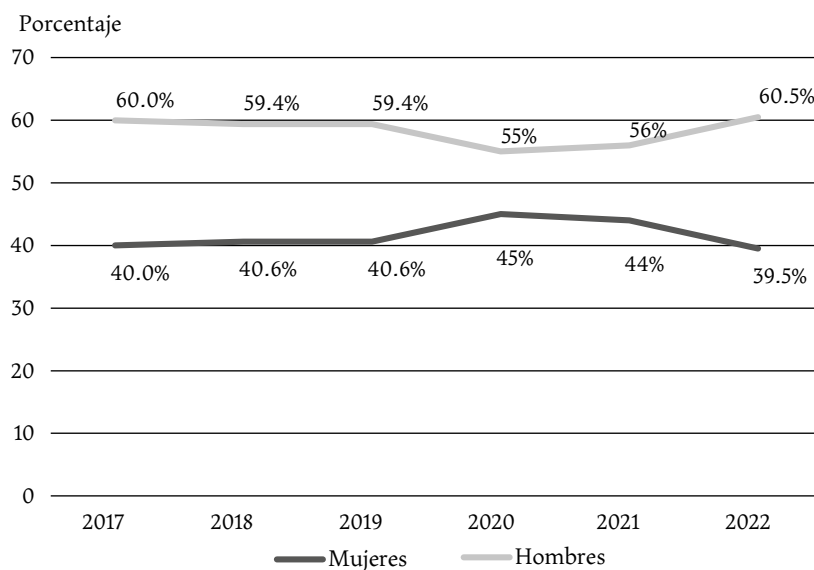
La categoría con mayor presencia femenina es producción, seguida de guionismo, dirección y cinefotografía. Esta última ofrece en 2022 números similares a hace diez años, revelando que la innegable evolución de la inclusión de la mujer es dispar entre los distintos puestos.

Si relacionamos los datos de crecimiento en los puestos con estadísticas registradas, podemos apreciar que la principal aportación femenina tiene que ver con la organización, seguida de la creatividad. Visto en una pirámide, la mayoría de las responsabilidades que asumen las mujeres se centran en organizar, gestionar y administrar, como se representa en la gráfica 4.

De manera histórica, las mujeres han participado más en proyectos documentales que en otros géneros cinematográficos, como vemos en la gráfica 5. En el extremo contrario se sitúan los largos de animación.

Avanzando hasta 2022, se detecta un cambio en esta tendencia: en producción, las mujeres están más presentes en la ficción que en los documentales y, en el caso de las guionistas, la proporción se iguala, como indica la gráfica 6.

Gráfica 2. Comparativa de profesionales en el sector audiovisual, por género, 2017-2022

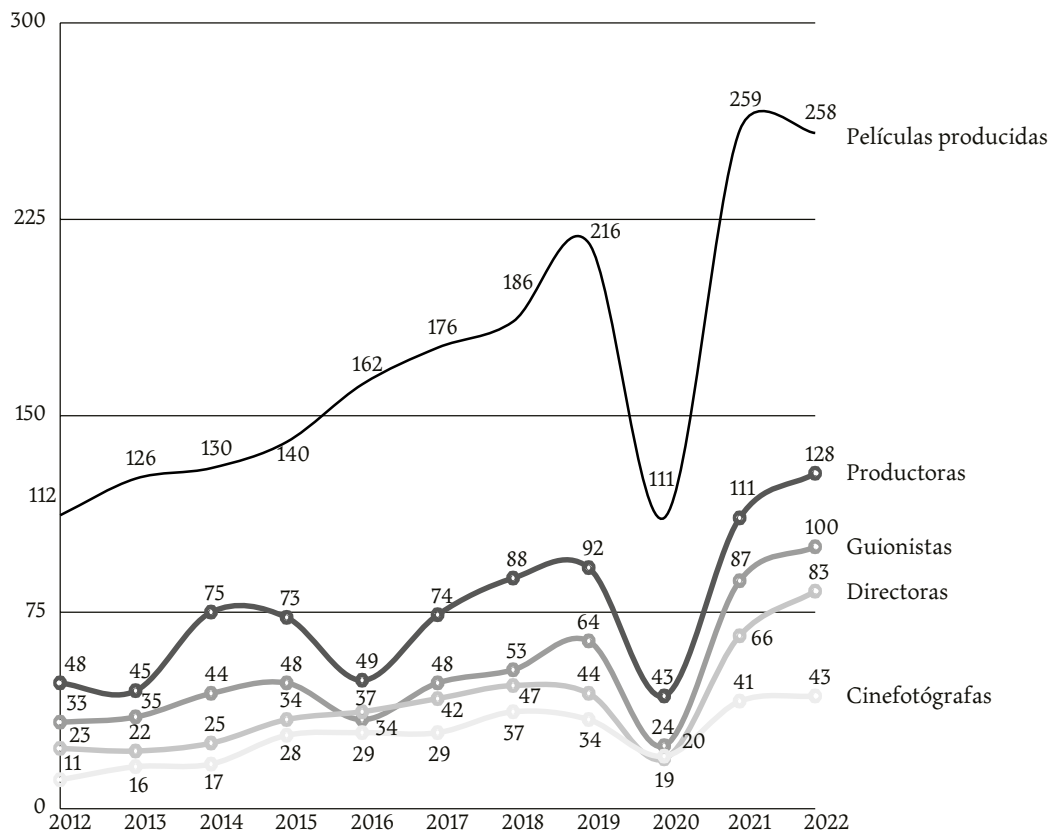


Fuente: IMCINE (2017-2023).

Un dato importante para esta investigación es el aumento de producciones audiovisuales a cargo de plataformas o empresas de *streaming*, no sólo por la tendencia al alza que presentan, sino porque virtualmente constituyen una oportunidad de inclusión femenina. En las gráficas 7 y 8 apreciamos qué *majors* promueven las 92 series y 29 largometrajes producidos en México en 2022.

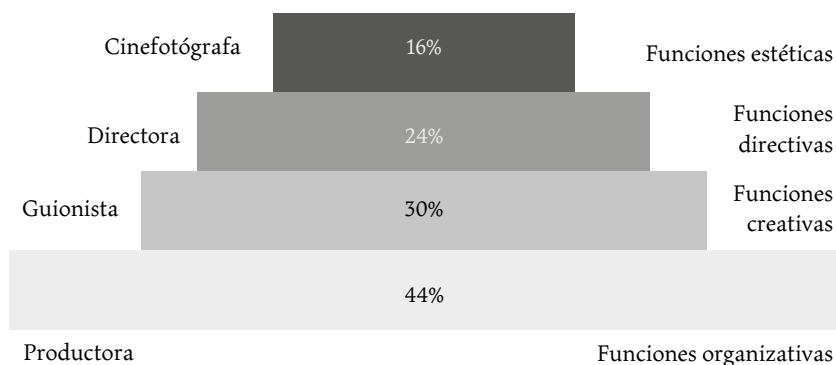
En respuesta a la desigualdad y buscando impulsar la inserción y visibilidad femenina en la creación audiovisual, la convocatoria de ingreso al CCC emitida en 2020 contempló por primera vez una política de paridad de género tanto en la integración de sus consejos de admisión como de los aspirantes admitidos para el ciclo escolar 2021. En concreto, la mitad de los puestos en las licenciaturas en Cinematografía, Curso de Guion y Curso de Producción Cinematográfica y Audiovisual están destinados a mujeres (Gobierno de México, 2020).

Gráfica 3. Participación de las mujeres como productoras, guionistas, directoras y cinefotógrafas, 2012-2022



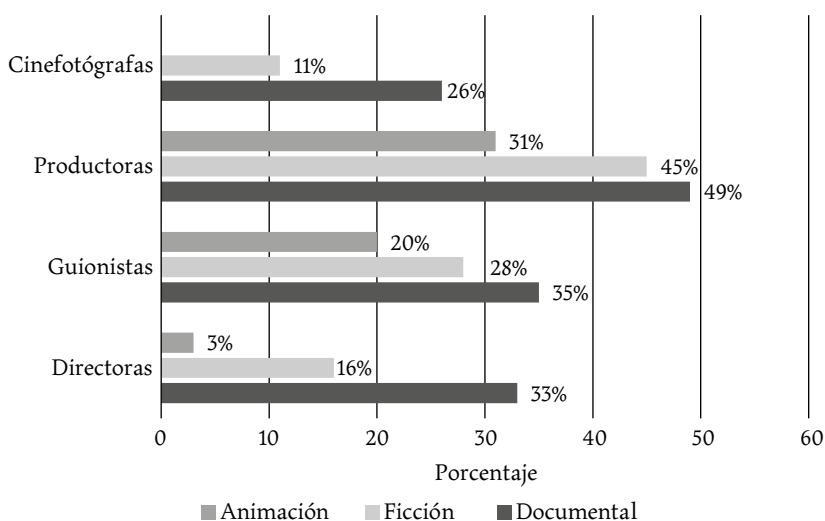
Fuente: IMCINE (2023, p. 55).

Gráfica 4. Presencia femenina por categorías profesionales y tipo de función asociada, 2012-2022



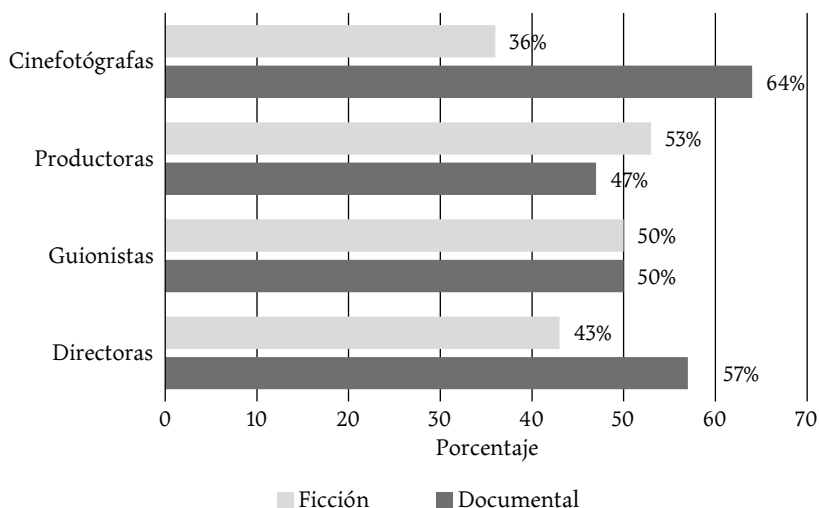
Fuente: IMCINE (2023, p. 55).

Gráfica 5. Porcentaje de profesionales mujeres en largometrajes, por género cinematográfico, 2010-2020



Fuente: IMCINE (2021, pp. 80-81).

Gráfica 6. Profesionales mujeres implicadas en largometrajes, géneros documental y ficción, 2022



Fuente: IMCINE (2023, p. 56).

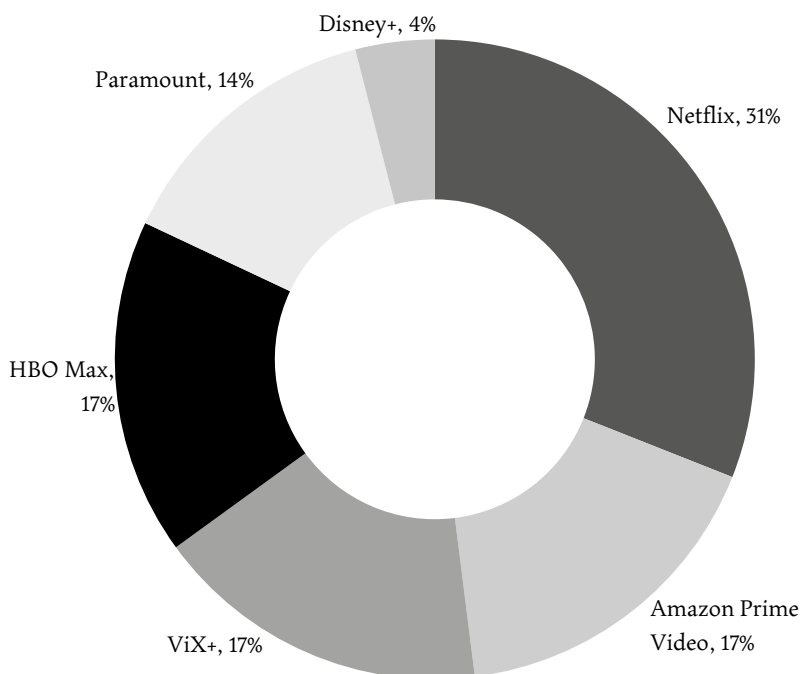
Por su parte, la Escuela Nacional de Artes Cinematográficas (ENAC) también adoptó esta política a partir de la promoción 2021. Con ello, dos escuelas públicas y reconocidas en la formación de capital humano para insertarse en la industria audiovisual sentaron precedente de inclusión.

Con esto se logró un avance en la igualdad de oportunidades para las mujeres que buscan cualificarse para insertarse en la industria, pero no existe ninguna medida similar referida a los formadores. IMCINE, para 2022, reportó actividades formativas (cursos de grado, posgrado, talleres, clases magistrales, etc.) que en 37.9% de los casos fueron impartidas por mujeres, como refleja la gráfica 9.

La presencia de docentes mujeres disminuye a medida que se eleva la cualificación académica ofrecida por las titulaciones. Así lo muestra la gráfica 10.



Gráfica 7. Producción de largometrajes en México a cargo de plataformas, 2022

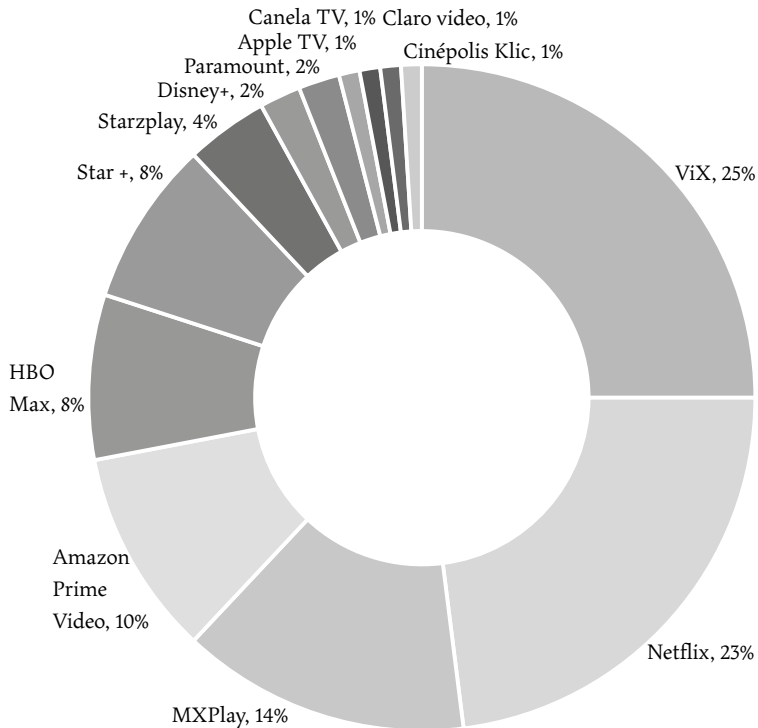


Fuente: IMCINE (2023, p. 46).

*Situación actual de la mujer en la industria audiovisual mexicana: evolución, categoría profesional, dificultades, legislación, vías de mejora y evaluación del momento actual*

Dada la escasez de estadísticas y su carácter parcial, se hace necesario completar esta información cuantitativa con datos cualitativos. Recogemos a continuación, de forma sintética, los resultados del *focus group* en el que, como se ha adelantado, participaron doce profesionales reconocidas en el ámbito audiovisual mexicano.

Gráfica 8. Producción de series en México  
a cargo de plataformas, 2022



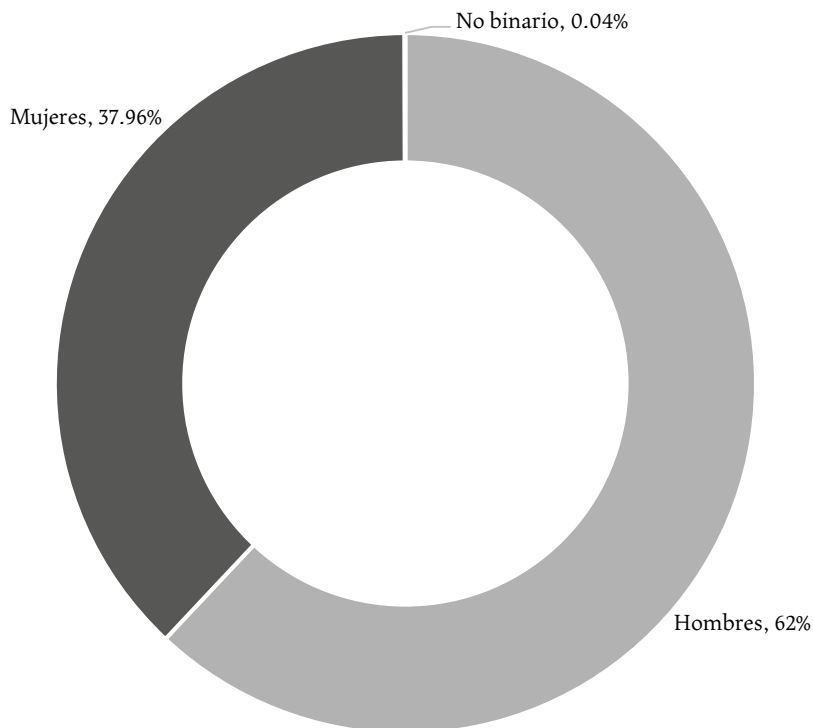
Fuente: IMCINE (2023, p. 76).

#### PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES: PRESENCIA, EVOLUCIÓN, RECONOCIMIENTO

Las mujeres han estado siempre presentes en la industria y se evidencia sobre todo en los últimos diez años, donde podemos hablar de nombres relevantes en las distintas profesiones vinculadas a la creación audiovisual y en concreto en dirección, guion, producción y cinefotografía.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Directoras: Cal y Mayor, Catalina Aguilar Mastretta, Claudia Sainte-Luce, Jimena Montemayor, Lucía Carreras, Luciana Kaplan, Paula Markovitch, Tatiana Huezo, Trisha Ziff, Yulene

Gráfica 9. Formadores en cinematografía y audiovisual por género, 2022



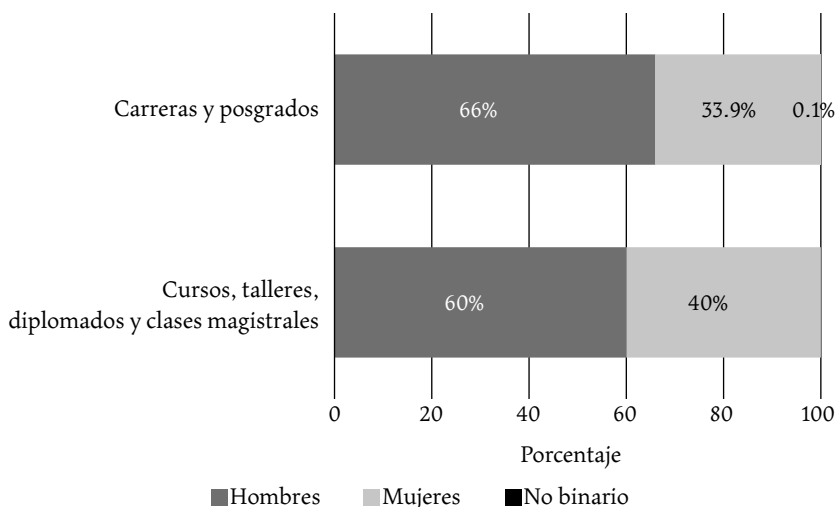
Fuente: IMCINE (2023, p. 111).

La directora y editora Ana Laura Calderón (E3) empezó como editora en México en 2002 y “cuando llegué aquí, no había editoras mujeres, o había una... Cuando estaba editando comerciales, ocurría que el cliente

---

Olaizola, Ana Laura Calderón. Guionistas: Adriana Pelusi, Carolina Rivas, Claudia SainteLuce, Issa López, Lucía Carreras, Luciana Kaplan, Mónica Revilla, Paula Markovitch, Paz Alicia Garcíadiego, Sabina Berman, Tatiana Huezo, Trisha Ziff. Productoras: Alejandra Cárdenas, Andrea Quiroz, Laura Imperiale, Cecilia Iturriaga, Mónica Lozano, Elsa Reyes, Karla Bukantz, Inna Payán, Ixchel Coutiño, Mónica Vargas Celis, Lourdes García, Mariana Aceves, Sharon Alpuche, Tatiana Graullera. Cinematógrafas: Anna Soler Cepriá, Carolina Costa, Claudia Becerril Bulos, Dariela Ludlow, Diana Garay, Gris Jordana, María Secco, Rosalía Sánchez, Ximena Amann.

Gráfica 10. Formaciones con distinto grado de cualificación académica impartidos por hombres/mujeres, 2022



Fuente: IMCINE (2023, p. 111).

esperaba que yo terminara de limpiar el teclado o la computadora, como para que viniera el señor editor”. Afirma E3 que ahora ya son muchas las editoras que forman parte de la Asociación [Mexicana de Editores y Editoras] “me da mucho gusto, porque sí creo que tenemos una sensibilidad distinta”.

Andrea Pérez Su (E10) también es editora, quien ratifica que, aunque ha sido muy complicado, en edición sí hay más mujeres, pero el trato no es igualitario: “Si tú sabes o llegas con conocimientos que un hombre no tiene, te *mansplanean* muy fuerte y te tratan de manera muy condescendiente”.

Gerrie Lee, encargada del diseño de maquillaje y peinados (E9), es consciente de la evolución de la mujer en todas las profesiones del audiovisual mexicano, pero denuncia la discriminación y abusos que han existido, “eran muy poquitas las productoras mujeres que podían estar muy arriba, con proyectos muy grandes”. E9 reivindica la presencia de la mujer en puestos directivos, puesto que los hombres han dominado la industria y “desgraciadamente sigue habiendo lugares donde se trabaja así”.

Todas las entrevistadas coinciden en que la evolución es real, pero sigue sin haber igualdad. Comenta la compositora musical Camilla Uboldi (E2): “claramente no hay equidad total, a veces siento que es un poquito de fachada, realmente falta interiorizar el asunto, nos merecemos las mismas condiciones y posibilidades, pero sí se ha abierto un diálogo”. Hay avances porque al menos en los últimos diez años se habla de los problemas, “se presta más atención a no cometer ciertos errores, a respetar más el trabajo de las mujeres y por eso hemos tenido más oportunidades”, reconoce de nuevo E2.

Se muestra, de acuerdo con la encargada de diseño de sonido Aldonza Contreras (E12): “no sólo en la cuestión de inclusión o de paridad, en las escuelas o en lo laboral, también en cuanto a los contenidos”. Sin embargo, Harumy Delmira Villareal, responsable de efectos especiales (E7), recuerda que no hace tanto en este departamento no existía apenas presencia femenina, “hace catorce años, siempre yo era la única, era muy raro que hubiera otras editoras, el 90% eran hombres”.

E10 corrobora las dificultades, puesto que “en la ENAC conseguimos la paridad de género en 2021. Antes de eso, en mi generación, por ejemplo, de veinte, éramos tres chicas y recuerdo que en la clase de fotografía había que cargar fierros y el maestro nos dijo a las mujeres: “Ustedes no, se les va a colgar la vagina.”

En el ámbito de la televisión, la guionista Helena Aguilera (E8) afirma que actualmente el número de guionistas ha aumentado. Echando la vista atrás, E8 recuerda que “las grandes telenovelas eran escritas por una mujer, era la cabeza, la escritora; y las que han sido más memorables eran creaciones de mujeres”. Posteriormente, el hombre quiso hacerse un hueco y logró apartar a muchas mujeres quedando hombres como cabeza de escritores en Televisa, pese a que las historias originales que estaban adaptando eran de mujeres. E9 explica: “ha habido un incremento en el que cada uno de los equipos que tienen los productores están solicitando que haya al menos una mujer, o bien tener un equilibrio, porque también se evidencia que al escribir hay una gran diferencia. En la telenovela se tocan muchos temas femeninos y te das cuenta cuando un hombre está escribiéndola.”

La presencia femenina sigue en clara situación de desigualdad, y en este sentido, E3 valora la actitud de los hombres de victimista:

Están cambiando las cosas y estamos llegando a otro extremo, porque lo hombres dicen: “Ay, nos odian, y entonces no servimos para nada”. Y es una

exageración y se pasan, porque ustedes aguantaron a que la balanza estuviera hacia su lado. Yo espero que cuando crezcan mis hijos les toque una balanza equilibrada, donde no se tenga que exigir nada y tampoco lloren ellos, porque también ellos merecen vivir dignamente, pero sí creo que las que estamos discutiendo esto y estamos en una posición de poder debemos ser más justas.

Diana Garay, directora de fotografía (E5), se muestra de acuerdo en cómo está cambiando la industria y se declara una afortunada:

Yo tuve la inmensa fortuna de colaborar con mujeres sumamente talentosas, quienes cuando entré al CCC estaban empezando a construir sus carreras: Celiana Cárdenas, Erika Licea, mi maestra, que ya había realizado *Quemar las naves*, María Secco, que es apenas cuatro generaciones mayor. Fui asistente de Dariela Ludlow y esta cercanía me permitió aprender de todas ellas y formar lazos de amistad y compañerismo.

La diseñadora de vestuario Andrea de Luna (E6) se remonta a sus inicios y recuerda cómo eran tratadas: “Cuando empezamos, trabajando con los estudiantes, nosotras íbamos aprendiendo con ellos, pero varias veces fuimos testigos de cómo trataban a sus compañeras mal.” Explica la falta de respeto hacia una profesional por el hecho de ser mujer: “Hicimos un corto en el que la fotógrafa era chica y ver cómo el *staff* la trataba era nefasto. Ella no podía pedirles nada porque no le hacían caso. Su asistente, que era chico, tenía que pedirle al *staff* lo que ella quería, porque la ignoraban.”

En esta línea, E9 apunta que antes la caracterización era sólo de hombres: “había muy poquitas mujeres caracterizadoras, no sé por qué, pero estaba demasiado marcado que las mujeres hacen *beauty* y peinado y los hombres hacen caracterización [...] y pues ahora no”.

El audiovisual cada vez lo protagonizan más mujeres, sin embargo, una apreciación recurrente en el *focus group* ha sido la falta de difusión y reconocimiento a las mujeres, hecho que ha conllevado a una evidente falta de referentes femeninos. En esta línea, E3, directora y editora comenta:

Estudí cine en Cuba con tremendos maestros y explíquenme cómo a nadie se le ocurrió decirme que existían estas mujeres cineastas [de las que ahora sabe a raíz de tomar un curso de cine hecho por mujeres], nadie me dijo, la única que conocía yo era Agnès Varda. A nadie se le ocurrió decirme que había mujeres

pioneras de un montón de cosas y claro, por eso mi inspiración son puros hombres, y ahora descubrí las películas de estas mujeres, silentes y maravillosas.

Esta misma falta de visibilidad y de referentes femeninos la señala E2 en el ámbito de la música: “compositoras somos pocas y viene también de la educación, porque cuando yo estudié composición en Italia, en mi curso había 25 alumnos, y dos éramos mujeres. En la base hay una falta de candidatas también”. E2 indica que hay escasas mujeres compositoras en México, pero “confío en que las niñas puedan vernos y digan, bueno, también yo podría”.

E1 reivindica desde su óptica como *acting coach*, que el nombre también debe aparecer en los créditos: “Creo que sí tiene que ver con el inconsciente colectivo de las mujeres, el servir, agradar o el me tengo que ganar un lugar y sin ningún reconocimiento... Yo peleé mucho para que mi crédito en el cine se viera, me costó mucho trabajo, hasta que me di cuenta de que yo estaba haciendo un trabajo que lleva mucho tiempo y mucho esfuerzo y nadie lo ve... Por lo menos ponme en los créditos.”

En cuanto a la representación de la mujer en pantalla, E1, como actriz, hace hincapié en que “los personajes femeninos son pocos. Me veo y digo: ‘Paloma es una mujer mexicana en sus cuarenta, clase media’, y esos personajes no existen en el cine; el mexicano no puede ver su realidad retratada.”

Refiriéndose a los Premios Ariel, que organiza la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográfica, E7 afirma:

Éramos un equipo de dieciocho nominados y yo era la única mujer. Y sí, la estadística de las que se pueden dedicar a esto es muy baja, especializarse en cine, en fotografía... En producción sí he visto una evolución. También hay muchas editoras, en animación... Pero en efectos visuales siguen siendo muy pocas. No sólo el Ariel, he ganado otros premios en los que siempre soy la única, y es padre tener ese reconocimiento.

La falta de costumbre o el famoso “síndrome de la impostora” impide a las profesionales que se crean que pueden desempeñar determinadas labores. El entorno en el que han trabajado siempre les genera inseguridad, como afirma E9: “A mí crérmela me costó un trabajo, me daban proyectos y cuando me dieron mi primer proyecto grande yo decía: ‘¿ay sí?, por qué me lo habrán dado a mí, qué raro’”. En línea, E11 es consciente del cuestionamiento al que las mujeres del audiovisual se someten por la desconfianza que se ha generado en

el pasado: “¿Por qué nos cuesta decir que somos muy buenas haciendo nuestro trabajo? ¿Por qué yo, después de seis años produciendo películas desde una escuela, cuando salí de trabajar del CCC no me salía? Decía: ‘¿firmo los *mails* como productora?’ Me quedaba atorada. Sí, soy productora, y sé que soy muy buena productora. Pero qué difícil es ir y decir eso allá afuera.”

Asegura E5: “Yo me di cuenta de que ya tenía un nombre en la industria, cuando un colega hombre, a quien yo consideraba más exitoso que yo, me pidió le cediera los trabajos que por falta de tiempo yo rechazaba, porque él no tenía trabajo”.

#### DIFICULTADES Y CLAVES DEL TALENTO FEMENINO

Al hilo de lo que comentaban nuestras entrevistadas en el apartado anterior, esa inseguridad se traduce en una excesiva autoexigencia porque se sienten juzgadas continuamente, hecho que no ocurre con los hombres en el mismo ámbito laboral. E2 afirma que ha percibido sentirse vigilada, sentir la sensación de “tener todos los ojos encima, viendo cuándo la vas a cagar... Tienes que hacer más, tienes que hacer que te respeten [...] o más bien es más difícil llegar a un punto en el que ya no te traten como tonta.” Ante las dificultades que se plantean, E2 asegura que tenía más credibilidad si decía que había estudiado en Europa. Cuenta además cómo dos productores colegas asumieron que por el hecho de estar embarazada ya no podía trabajar “¡y eso sí es tremendo!”

En este sentido, E3 asumió la dirección de su película *Corazón de mezquite* embarazada, porque la opción era quedarse como productora y contratar a un director: “Yo dije, no, como que me llamo Ana Laura Calderón yo voy a dirigir esta película con mi hija y me vale sobre quien tenga que pasar o lo que tenga que pasar. Y lo hice, fue un reto horrible, muy duro, y fue maravilloso al mismo tiempo.” E3 reivindica la necesidad de que las mujeres en cargos de dirección puedan conciliar la vida profesional y familiar por el peso que cae en la madre.

Queda patente cómo la maternidad es un techo a la hora de escalar profesionalmente. E11 apunta también: “Empecé coordinando producción, y cuando quise hacer otras cosas, una persona a la que quiero muchísimo me dijo: ‘no, hombre, pero si tú eres mamá, ¿no? Mejor quédate coordinando producción, porque ahí estás mejor’.”

Esta circunstancia se extrapola también al equipo de cinefotografía: “la foto es muy física y de muchas horas, a veces falta todavía una estructura fami-



liar, cultural, porque si las mujeres tienen hijos se vuelve difícil [...] creo que todavía hay una dificultad en gestionar ese tipo de puestos por razones familiares, culturales, de posibilidades de armonizar la vida doméstica”, indica E5.

E4 echa de menos encontrarse con más mujeres directoras y directoras de fotografía, “pero lo más común es que me toque un director y un fotógrafo y, supuestamente, en lo visual y en lo estético deberíamos estar los tres en la misma línea, pero tengo que trabajar con egos enormes y sí, muchas veces siento que lo que yo digo no pesa igual que lo que ellos están diciendo”. Esta directora de arte apunta situaciones machistas que se producen: “Me ha tocado despedir gente porque una vez le dijeron a una asistente de decoración: ‘Ay, pues es que se ve que estás hormonal’”. Y siempre a mí me cuesta, aunque soy la jefa del equipo, sí me cuesta establecer un sentido de autoridad, porque al final son hombres grandes, fuertes.

“En mi caso siempre intentaba estar a la altura, pero te tratan con comentarios de: ‘es que está en sus días, es que es vieja...’ Aunque no te lo dicen de frente, pero en un *crew* de cien personas te das cuenta.” E7 explica que cambió su forma de vestir: “yo antes vestía súper femenino, hasta que vi que esa imagen me hacía perder trabajos”.

También E6 confiesa que cambió su forma de vestir porque se sentía observada, “decidí que mi uniforme era con lo que me sintiera cómoda”. Denuncia también los abusos a los que compañeras se han visto sometidas:

He escuchado testimonios terribles de colegas, diseñadoras de vestuario, que siendo jefas, sus asistentes se pasaban con ellas, teniendo que acercarse a productores. Y los productores: “Pues qué quieres que haga, tú eres la cabeza de departamento, tú manéjalo.” Y es chistoso porque parece que no, parece que es un gremio dominado por mujeres, pero cuando te encuentras a un hombre, es como de los peores, como que estar rodeados de tantas mujeres y que una mujer llegue a dar instrucciones como que los pone automáticamente en el chip que traen de toda la vida, que es totalmente agresivo.

E8 y E11 señalan que en ocasiones han trabajado por su condición física de mujer y que se han sentido como objetos: “Trabajamos años haciendo servicios de producción para gringos en publicidad y entonces siempre había una chava guapa, para que hubiera el *eye candy*, cosa que está terrible”, apunta E11.

## INCORPORACIÓN DE LA MUJER DE ACUERDO CON LOS FORMATOS, GÉNEROS Y CATEGORÍAS

Los puestos donde es menor la presencia femenina son, como ya hemos mencionado: la dirección de fotografía, los relacionados con iluminación, por ejemplo, los *gaffer*, la composición musical, los efectos especiales y los cargos directivos. “Tengo una amiga querida que es fotógrafa”, indica E2: “y es muy complicado, es más pesado, son muchas horas y el *crew* son muchos hombres y no es fácil de manejar, porque no hay respeto a la figura que manda”.

E3, E7 y E8 opinan que es muy costoso que confíen en ellas para, por ejemplo, trabajar en una producción de terror: “es un ámbito sumamente masculino y cerrado, ahí sí hay un atraso considerable”, indica E8. “Llevo toda mi vida editando comedia romántica, documentales, pero yo mato por editar películas de género. Estoy en una carpeta que van a meter a EFICINE<sup>2</sup> y es una película de terror, el guion no es lo máximo, pero yo quiero editar una película de terror”, cuenta ilusionada E3.

Desde su experiencia y buscando cambiar de género, E8 explica lo difícil que es hacer propuestas nuevas: “He escrito y dirigido varios cortos de terror y se acercaba un director o el productor para decirme: ‘oye hay un tema de mujeres muy interesante, que lo podrías volver de terror’. Y digo, ‘oye, a ver, y si quiero hacer un *slasher*, si quiero hacer una película *gore*, ¿no puedo? O sea, ¿tengo que tratarlo desde el lado femenino? [...] ¿Por? ¿No puedo hablar de cualquier otro tema?’.”

E6 y E11 analizan que vestuario, maquillaje y peluquería, producción y montaje son los equipos en los que mayor presencia femenina ha habido siempre y sigue así. Y aun así, E9 señala que le han llegado a decir: “para ser mujer maquillas muy bien, sí, la verdad es que nosotros aquí decimos que los únicos que maquillan bien son los gays, pero tú para ser una chica heterosexual lo haces muy bien”.

E7 y E12, sin embargo, ejemplifican la escasez femenina. “Específicamente en *VFX* veo muy pocas mujeres en desarrollo de personajes, en 3D, en efectos avanzados. Cuando saco convocatorias de trabajo de esas áreas me llegan cien cv y ninguno es mujer”, indica E7. E12 apunta la falta de respeto que muestran los compañeros si se encuentran con una directora mujer y una

---

<sup>2</sup> Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional.

diseñadora de sonido mujer, aunque no es fácil que esta fórmula se produzca: “Todos los proyectos que he llevado a la sala de mezclas en los que he colaborado con algún otro *mixer*, nunca ha sido una mujer.”

## LEGISLACIÓN Y CUOTAS

Preguntamos también a las profesionales sobre la legislación y las cuotas para aumentar la conciencia y conseguir incrementar la presencia femenina. No todas están de acuerdo en que la implantación de cuotas sea la opción ideal, pero defienden que es el punto de partida para conseguir la equidad en el sector audiovisual. Existe el apoyo, en cuanto a estímulos públicos a la producción específicamente dirigidos a mujeres, del concurso de guiones de cortometraje: “Nárralo en primera persona”, cuya convocatoria está dirigida a mujeres y mujeres trans mexicanas o residentes permanentes en el país, para contar historias desde sus experiencias sobre la maternidad y el trabajo (IMCINE, 2023, p. 86).

“En principio no estoy feliz de ser una cuota, porque te sientes menos... de alguna forma, me escogieron porque soy mujer”, dice E2, que reconoce también que es útil para crear visibilidad y esos referentes tan necesarios para generaciones venideras. “Estoy de acuerdo, ahora está todo mucho más abierto con las cuotas”, afirma E3. Y efectivamente, como explica E4, en este sentido, hay directores que para que su proyecto salga adelante escogen a las mujeres desde el primer momento: “Hace poco trabajé en una película en la que el director dijo: “quiero que todas mis cabezas de departamento sean mujeres. Entonces, pues sí, ahí está el tema de las cuotas y se hace conscientemente”.

Las entrevistadas esperan que sea algo transitorio, necesario ahora para abrir espacios y oportunidades, pero que le den el trabajo a una mujer porque lo merece. “La primera vez me llaman porque necesitan cubrir la cuota y después me llaman porque sí les gustó mi trabajo. Sin duda la cuota abre el diálogo para buscar otras opciones”, apunta E2. Para E5 es importante aprovechar las oportunidades que aparecen, “y si fue por ser mujer o no, no importa, al final eso permite hacer las cosas y sólo eso es importante”.

La normalización y la igualdad de oportunidades se deben conseguir, y si para ello hay que acudir a las cuotas, se debe hacer, según E11, para crear conciencia: “los hombres, sobre todo, están entendiendo que tienen que darles más oportunidades a las mujeres y que no es una pregunta ni es un favor”.

## PROMOCIÓN DEL MERCADO MEXICANO

Las entrevistadas valoran que el momento profesional que están viviendo en la actualidad es raro, porque, según E2, “el año pasado fue rarísimo, tuve que rechazar trabajo. A veces eran propuestas malísimas”. En línea, E5 valora también los contenidos, “pasa que hay más chamba, pero el contenido es de flojera y descuidado” y destaca la precariedad de los sueldos: “Hay un montón de trabajo, pero también un montón de gente que no tiene trabajo. No lo entiendo, pero también la complejidad es rara. Acabo de hacer una película que si te digo cuánto me pagaron te mueres de la risa.”

Para E9 hay un antes y un después con la llegada de las plataformas, que influye en la cantidad de trabajo y la inclusión femenina: “Amigos que son de los muy *top*, que trabajan aquí y que trabajan todo el tiempo, no tenían proyectos. Y, últimamente, casi todo el mundo está trabajando, hay gente que tiene dos o tres proyectos. Yo sí siento que se está filmando más que antes y no siento que ha sido parejo para las mujeres, definitivamente, pero sí hay más trabajo y ya hay mujeres en puestos y lugares en los que antes no había.”

Este cambio, en gran medida, viene dado por las plataformas, puesto que exigen un reglamento que antes no existía. “No todos lo cumplen, pero ahí está”, puntualiza E9, que aprecia esta transformación en la sociedad mexicana: “Qué bueno que la cosas estén cambiando, falta muchísimo, pero ya es un respiro, porque si ser mujer es difícil en la sociedad, en la industria lo es más aún por el tipo de trabajo, la convivencia, los puestos, el poder.”

## CONCLUSIONES

La industria audiovisual de México vive un momento de auge marcado por un aumento de la producción y por la internacionalización de sus creaciones, con gran presencia en el amplio mercado americano, que ya incluye a Estados Unidos. Las plataformas de *streaming* desempeñan una función muy activa en este proceso, haciendo llegar el cine y las series mexicanas a destinos culturalmente alejados, donde el fenómeno de segmentación de las audiencias abre nuevos espacios para todo tipo de temáticas. Especialmente relevante es el impacto de Netflix, que ha convertido la capital mexicana en su centro de producción para ese continente, en un proceso similar al vivido por Madrid, en España, en relación con Europa.

En este contexto de nuevas oportunidades, analizamos la participación de las mujeres profesionales en el sector audiovisual de este país y nos preguntamos si esta etapa de crecimiento se traduce en nuevas oportunidades para ellas. Los datos oficiales son escasos y se refieren sólo a cuatro categorías (dirección, guion, producción y cinefotografía), indicando que en estas las mujeres constituyen 39.5% de los profesionales implicados (IMCINE, 2023, p. 12). Sobre otros puestos en los equipos audiovisuales no existen registros, pero la opinión de las profesionales consultadas es que son mayoría en labores de vestuario, maquillaje/peluquería, producción y montaje. Estas funciones reflejan una segregación horizontal, es decir, las reducen a los roles (como estética u organización) que la sociedad tradicionalmente les ha asignado. La discriminación es también vertical, ya que los cargos de mayor responsabilidad e influencia en la toma de decisiones siguen estando masculinizados. Por otro lado, son pocas las mujeres que ejercen como directoras de fotografía, compositoras musicales o responsables de VFX.

Los resultados de nuestro grupo focal reconocen una gran evolución en los últimos diez años, en los que se han abierto nuevos espacios a la presencia femenina en el ámbito audiovisual, pero dibujan también un largo camino que recorrer hasta conquistar un espacio de equidad real. Las profesionales cuestionadas lamentan las actitudes condescendientes, la falta de respeto y la hostilidad proyectada por los equipos masculinos en las mujeres, que son permanentemente cuestionadas.

Este contexto adverso unido a una sociedad donde faltan referentes femeninos resulta en miedos e inseguridades, con los que las profesionales, incluso las que gozan de una amplia trayectoria, han de convivir. Persiste el “síndrome de la impostora” y surgen dudas sobre sus capacidades cuando reciben una propuesta ambiciosa. Pese a ellos, las profesionales están decididas a seguir luchando para abordar todo tipo de proyectos, también para géneros no frecuentados habitualmente por ellas, como el terror, y con presupuestos elevados, en un intento de romper con las historias de “mirada femenina” apenas dotadas de recursos.

La contribución de las plataformas está siendo notable en este proceso hacia la equidad, ya que la mayoría practica políticas que promueven la paridad en sus equipos. También la legislación mexicana ha favorecido los mencionados cambios, por la implantación de cuotas de participación femenina. La mayoría de las consultadas acepta esta medida como algo transitorio y valora su impacto para ofrecer una primera oportunidad, de la que pueden

surgir otras posteriores. Las cuotas son necesarias, pero se insiste en que han de servir a la larga para dar trabajo a una mujer porque se lo merece. Entre las iniciativas públicas de apoyo destaca el concurso de guiones de cortometraje “Nárralo en primera persona”, dirigido a mujeres y mujeres trans para contar historias desde sus experiencias sobre la maternidad y el trabajo.

En este sentido, queda patente cómo todavía la maternidad es un freno a la hora de escalar profesionalmente, al persistir la falsa creencia de que el embarazo y el cuidado de los hijos imposibilitan a las mujeres asumir determinadas responsabilidades. Nuestras expertas rebaten este argumento y, aunque aceptan las dificultades de conciliar la vida familiar con los ritmos de trabajo, creen que cualquier situación puede ser más llevadora si superamos la idea tradicional sobre el papel de la mujer en la familia y en la sociedad.

Reconocen las participantes en el *focus group* que, para determinadas profesiones, como los *gaffer*, es imprescindible una buena forma física, y critican también que ese componente, sea a veces determinante en sus posibilidades de encontrar trabajo, por la cosificación de la mujer todavía presente en el audiovisual mexicano. Sin embargo, para algunas consultadas se ha dado la necesidad de borrar de su apariencia los rasgos femeninos, pasando a cambiar su forma de vestir, al advertir que esto les hacía perder oportunidades en equipos muy masculinizados.

Los resultados de nuestro trabajo señalan un momento de evolución positiva del mercado audiovisual mexicano y un aumento de las posibilidades de participar en proyectos, también para las mujeres, pero se percibe para estas un alto nivel de exigencia sobre el resultado de su trabajo. Se ha evolucionado hacia la equidad, pero las mujeres siguen siendo minoría y no están suficientemente representadas en los puestos de más alta responsabilidad. Por ello, su visión del mundo sigue sin trascender suficientemente en la creación audiovisual. Más allá de lo que esto significa en el cumplimiento de algo tan básico como el derecho a la no discriminación, la relegación de la mujer empobrece la obra audiovisual como creación artística y da lugar a una sociedad incompleta, que no se beneficia de las contribuciones de al menos la mitad de sus miembros.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Acción Mujeres (2023). *Directorio de organizaciones y colectivas que trabajan en pro de la equidad de género en el cine y la tv en Iberoamérica*. <https://accionmujeres.com/directorio/>
- Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA) (2022). *Informe CIMA 2021. La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español*. <https://cutt.ly/y8BCO7m>
- Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA) (2023). *Informe CIMA 2022. La representatividad de las mujeres del sector cinematográfico del largometraje español*. <https://cutt.ly/5wRSDU79>
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID)-Netflix (2023). *El impacto económico de la industria audiovisual en Latinoamérica*. <https://cutt.ly/uwc7QZhW>
- Barbour, R. (2007). *Los grupos de discusión en investigación cualitativa*. Morata.
- Belmont, E. y Calónico, C. (coords.) (2024). *Trabajar en la industria fílmica. Experiencia laboral y costos subjetivos* (t. 8). Procine/Universidad Autónoma de Querétaro.
- Belmonte, J. y Guillamón, S. (2007). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en tv. *Comunicar*, 31(16), 115-120. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-014>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson.
- Carmona, M. F. (29 de marzo de 2023). Mujeres en la producción audiovisual: ¿Un trabajo sólo para hombres? *Coolhunter México*. <https://cutt.ly/0wbewlPT>
- Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México (2022). *Anuario estadístico 2022*. <https://cutt.ly/xwbewMk3>
- Congreso de la Ciudad de México (2022). *Realizan encuentro con mujeres del sector audiovisual en Congreso CDMX*. <https://cutt.ly/wwberHCo>
- Fernández-Viguera, B., Amigot, P., Iturbide, R., Barandica, A. y Oloriz, P. (2012). *La “Ingeniería emocional inter géneros” en las series con mayor audiencia en la CAE*. Emakunde. <https://cutt.ly/FGSXzLR>
- Gago, R., Saavedra, M. y Grijalba, N. (2022). *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: mercado, narrativas y público*. Tirant lo Blanch.
- Galán, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*, 28, 229-236. <https://doi.org/10.3916/C28-2007-24>
- Gerbner, G. y Signorielli, N. (1979). *Women and minorities in television drama: 1969-78*. The Annenberg School of Communications/University of Pennsylvania. <https://web.asc.upenn.edu/Gerbner/Asset.aspx?assetID=72>

- Gobierno de México (2 de julio de 2020). *Paridad de género en el proceso de admisión del ccc para 2021*. <https://cutt.ly/kwEztC9s>
- Greenberg, B. S. (ed.) (1980). *Life on television. Content analyses of U.S. TV Drama*. Ablex Publishing Corporation.
- Gunter, B. (1986). *Television and sex role stereotyping*. Libbey.
- Harris, G. (2006). *Beyond representation: Television drama and the politics and aesthetics of identity*. Manchester University Press.
- Haskell, M. (1974). *From reverence to rape: The treatment of women in the movies*. The University of Chicago Press.
- Hernández-Armenta, M. y Aguilar, R. (25 de enero de 2021). Netflix invertirá más de 300 millones de dólares en México para 2021. *Forbes*. <https://cutt.ly/Jwc4RHBk>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Herrero, M., Gago, R. y Saavedra, M. (2022). Women in the audiovisual industry. The case of Spain as the new hub of European production. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2105512>
- Ibarra, J. (11 de agosto de 2022). Serie aporta un panorama de lo que enfrentan las mujeres en la industria cinematográfica. *La Jornada*. <https://cutt.ly/cwbwN4Xm>
- Instituto Cervantes (2022). *El español en el mundo. Anuario 2022*. <https://cutt.ly/lwE-kEoD>
- Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) (2020). *Anuario estadístico de cine mexicano 2019*. <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2019.pdf>
- Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) (2021). *Anuario estadístico de cine mexicano 2020*. <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2020.pdf>
- Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) (2022). *Anuario estadístico de cine mexicano 2021*. <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2021.pdf>
- Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) (2023). *Anuario estadístico de cine mexicano 2022*. <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2022.pdf>
- Ivanov, D., Viera, L., Selonk, A. y Candido, M. (2021). *Estudio de caso 1: Mujeres en la industria audiovisual: un panorama de países de América Latina y de España. Proyecto piloto sobre el derecho de autor y la distribución de contenidos en el entorno digital*. Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual de la Organización Mundial de la Propiedad. <https://cutt.ly/zwbeovgT>
- Johnston, C. (1976). Women's cinema as counter-cinema (1973). In B. Nichols (ed.), *Movies and methods: An anthology* (pp. 208-223). University of California Press.



- Lambertucci, C. (15 de marzo de 2023). Ciudad de México busca consolidarse como la “capital audiovisual” de América Latina. *El País*, México. <https://cutt.ly/nwbwXnX3>
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6-18. <https://doi.org/doi:10.1093/screen/16.3.6>
- Netflix (12 de febrero de 2019). *Netflix amplía su presencia en México, donde anuncia más de 50 proyectos y la inauguración de una oficina en CDMX*. <https://cutt.ly/Swc4TgZZ>
- Observatorio Audiovisual Europeo (2022). *Female audiovisual professionals in European fiction production 2020 figures*. <https://cutt.ly/CHc6aMJ>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Organización de las Naciones Unidas-Mujeres (ONU-Mujeres) (2023). *World conferences on women*. <https://cutt.ly/bwbekF13>
- Pardo, P. (2010). Políticas audiovisuales y género: todo por hacer. En F. Arranz (coord.), *Cine y género en España. Una investigación empírica* (pp. 383-448). Cátedra.
- Prensa Universidad de Guadalajara (5 de junio de 2023). *México vive un buen momento en la producción cinematográfica*. <https://cutt.ly/Twbeib9k>
- Prensario Zone (2023). *Digital TV sesearch: streaming en LATAM crecerá un 70% en ingresos*. <https://cutt.ly/Stynqav>
- PRODU (2022). *Netflix dará más fuerza al cine mexicano*. <https://cutt.ly/kwbw3ZM6>
- Quiroga, R. (7 de diciembre de 2022). Presentan red por la igualdad de género en la industria audiovisual. *El Economista*. <https://cutt.ly/uwbw8IQd>
- Saavedra, M., Gago, R., Grijalba, N. y Tavárez, A. (2021). Evolución de los intereses y hábitos de consumo televisivo de la audiencia española. *Océánide*, 14, 17-24. <https://doi.org/10.37668/oceanide.v14i.60>
- Simelio, N. y Forga, M. (2014). Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, 69-84. <https://doi.org/10.7238/a.v0i50.2252>
- Solís, S. (2020). La importancia del desarrollo de la teoría cinematográfica feminista en México: un llamado al análisis del género y el cine. *Debate Feminista*, 55, 81-103. <https://doi.org/10.22201/cieg.01889478p.2018.55.04>
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2022). *Creative economy outlook*. United Nations Conference on Trade and Development. <https://cutt.ly/cwbw7yH0>
- Vega, A. (2014). Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión. *La Ventana, Revista de Estudios de Género*, 40, 186-212. <https://cutt.ly/bwbw5inF>

Vega, A. (2010). Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 52(208), 81-95. <https://cutt.ly/3wbw5Dzy>

\* Esta investigación ha sido promovida desde la Cátedra Cine, Mujer y Educación (CIMUED), financiada por EGEDA y Platino EDUCA <https://www.nebrija.com/catedras/catedra-cine-mujer-educacion/actividades.php>

Toda nuestra gratitud hacia las profesionales que han participado en esta investigación, haciendo malabarismos entre su trabajo y su vida familiar para poder atendernos. Muchas gracias por su interés, su generosidad y su empatía. Todas ellas cuentan con nuestra admiración y son un ejemplo a seguir.

\*\* Maestría en Comunicación y Lenguajes Visuales (ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura, Ciudad de México, México). Profesora e investigadora. Líneas de investigación: procesos creativos en la industria audiovisual; cinefotografía: procesos creativos aplicados a la cinefotografía, desarrollo de metodologías de enseñanza; cinematografía expandida y sus implicaciones a nivel de lenguaje audiovisual; papel de la mujer en la industria audiovisual mexicana.

Rol de participación en la investigación: conceptualización, curación de datos, investigación, recursos, visualización, redacción-borrador original, redacción-revisión y edición.

[criss.huesca@gmail.com](mailto:criss.huesca@gmail.com)

\*\*\* Doctorado en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid, España); máster en Comunicación de Mercados y Sector Financiero (Universidad Complutense de Madrid, España). Vicedecana de la Facultad de Comunicación y Artes. Líneas de investigación: industrias de la comunicación, audiencia social, competencias y perfiles profesionales en comunicación, participación de la mujer en el sector audiovisual. Así como proyectos de innovación docente y metodologías activas de enseñanza.

Rol de participación en la investigación: conceptualización, curación de datos, captación de fondos, investigación, metodología, supervisión, redacción-borrador original.

[msaavedr@nebrija.es](mailto:msaavedr@nebrija.es)

\*\*\*\* Doctorado en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid, España); máster en Comunicación Radiofónica Radio Nacional de España (Universidad Complutense de Madrid, España); máster en Lingüística Aplicada a la Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, España). Profesora e investigadora. Líneas de investigación: nuevas tecnologías aplicadas al discurso periodístico, narrativa transmedia, nuevos perfiles profesionales en comunicación (especialmente en periodismo de datos), participación de la mujer en el sector audiovisual.

Rol de participación en la investigación: conceptualización, captación de fondos, investigación, metodología, redacción-borrador original, redacción-revisión y edición.

[mherrero@nebrija.es](mailto:mherrero@nebrija.es)

\*\*\*\*\* Doctorado en Ciencias de la Comunicación (Universidad Rey Juan Carlos). Directora del Grado en Comunicación Audiovisual. Líneas de investigación: nuevos formatos televisivos, género y nuevos perfiles profesionales en comunicación, participación de la mujer en el sector audiovisual.

Rol de participación en la investigación: conceptualización, captación de fondos, investigación, redacción-borrador original.

[mgago@nebrija.es](mailto:mgago@nebrija.es)