

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

vol. 11, núm. 22 (2024), raeic112209

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.11.22.9>



Recibido el 23 de abril de 2024

Aceptado el 17 de septiembre de 2024

Mujeres creadoras en el cine. El sesgo de género en el catálogo cinematográfico de la plataforma HBO Max en España (2021-2022)

Women creators in the film industry. Gender bias in the HBO Max platform catalog in Spain (2021-2022)

Herrero, Begoña

Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)

bhbernal@hum.uc3m.es

Beceiro, Sagrario

Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)

mbeceiro@hum.uc3m.es

Forma de citar este artículo:

Herrero, B., & Beceiro, S. (2024). Mujeres creadoras en el cine. El sesgo de género en el catálogo cinematográfico de la plataforma HBO Max en España (2021-2022). *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 11(22), raeic112209. <https://doi.org/10.24137/raeic.11.22.9>

Resumen:

Este estudio explora el sesgo de género en los largometrajes españoles incluidos en el catálogo de HBO Max España, entre enero de 2021 y enero de 2022. Analiza la presencia

de mujeres en puestos de responsabilidad creativa y presenta las primeras conclusiones obtenidas tras examinar las diferencias de género en la oferta de cine español en HBO Max, centrándose en los roles profesionales de directoras y guionistas. El objetivo principal de esta investigación es mostrar la presencia de mujeres en puestos de creatividad y responsabilidad en proyectos cinematográficos distribuidos por esta plataforma; es decir, en puestos de guionistas y directoras. En segundo lugar, el artículo quiere contribuir aunque sea mínimamente a una mejor comprensión de la estructura de la industria audiovisual en España, de forma que, a partir de este estudio de caso, se preste mayor atención al hecho de que la aparición de las plataformas over-the-top (OTT) en España no parece haber modificado, o al menos no de forma significativa, la presencia de las mujeres en la industria audiovisual en los puestos creativos más destacados.

Palabras clave: Diversidad, brecha de género, cine español, HBO Max.

Abstract:

This study explores gender diversity in the feature-length Spanish films included in the catalogue of HBO Max Spain, between January 2021 and January 2022. It analyzes the presence of women in positions of creative responsibility and presents initial conclusions obtained after examining the gender differences in the content that HBO offers focusing on the professional roles of directors and screenwriters. The main objective of this research is to display the limited visibility of women in positions of creativity and responsibility in cinematographic projects; that is, the presence of women in screenwriting and directing positions. Secondly, the article aims to contribute to a better understanding of the structure of the audiovisual industry in Spain, so that, based on this case study, greater attention is focused on the fact that the appearance of the over-the-top (OTT) platforms in Spain does not seem to have modified, or at least not significantly so, the presence of women in the audiovisual industry in the most noteworthy creative positions.

Keywords: Diversity, gender gap, Spanish cinema, HBO Max.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo estudia el sesgo respecto a la diversidad de género en los largometrajes incluidos en el catálogo ofrecido entre enero de 2021 y enero de 2022 por la plataforma de distribución HBO Max en España que llegó bajo la denominación HBO España, se transformó en HBO Max en 2021; y que en 2024 pasará a denominarse exclusivamente Max. Se analiza la presencia de mujeres en cargos de responsabilidad creativa y se presentan las primeras conclusiones extraídas tras analizar las diferencias de género en la oferta de HBO España/Max (en adelante HBO Max), poniendo el foco sobre los roles profesionales de dirección y guion.

El objetivo central de este trabajo es poner de manifiesto la escasa visibilidad femenina al frente de proyectos cinematográficos, en puestos creativos y de responsabilidad; es decir, la presencia de mujeres en puestos autorales de guion o dirección. Hablando en términos porcentuales —como veremos a lo largo de la investigación— el desequilibrio entre hombres o mujeres, al menos en el catálogo de la plataforma analizada, es claramente significativo. Se plantea, en primer lugar, cuantificar el número de mujeres al frente de proyectos cinematográficos (liderazgo creativo) en el catálogo HBO Max. La idea es estudiar qué proporción del contenido de la plataforma SVOD responde al criterio de diversidad *off screen* en clave de género y poner de relieve la brecha de género que pueda existir en los roles creativos analizados. En segundo lugar, contribuir a una mejor comprensión de la estructura de la industria audiovisual en España, de tal forma que, a partir de este caso de estudio, se preste mayor atención al hecho de que la irrupción de las plataformas *Over-the-top* (OTT) en España, no parece haber modificado, al menos no significativamente la presencia de las mujeres en el ámbito audiovisual en los puestos creativos más sobresalientes.

Desde la llegada a España de Netflix en 2015 —a la que luego siguieron el resto de las plataformas OTT— el panorama audiovisual español (Bustamante, 2018) ha cambiado sustancialmente. Las plataformas se han convertido en agentes fundamentales y prioritarios. Se puede afirmar que han cambiado las reglas del juego: mayores

presupuestos, más ventanas de exhibición para los productos audiovisuales, mayor visibilidad a nivel internacional, etc. (Castro & Cascajosa, 2020). Es una realidad que el audiovisual está —siempre lo ha estado— en continua transformación. Señalan Contreras y Palacio (2016, p. 26) que se trata de un fenómeno complejo, unido a la cultura, a unas costumbres y a unos hábitos sociales, y en el que aparecen intercalados y relacionados condicionantes históricos, profesionales, legislativos, tecnológicos, programativos y de mercado. Además, a esto se añade el disruptivo año 2022 que parece haber marcado un punto de inflexión dentro del mercado de SVOD a nivel mundial, en creciente competencia. El año comenzaría con Netflix, servicio líder global de este segmento de mercado, haciendo un anuncio histórico: el operador experimentaba por primera vez una pérdida de abonados a su servicio (Barlovento, 2022).

Por otro lado y poniendo el foco en HBO Max, hay que contextualizar su llegada y su evolución futura. HBO llegó a España en mayo de 2016 de la mano de Vodafone con su servicio de *streaming* y en noviembre de este mismo año ponía en marcha la web propia del servicio. El 26 de octubre de 2021 HBO España abandonó su primer nombre comercial y lo sustituyó por HBO Max, en una nueva apuesta de WarnerMedia para aunar el contenido de todas las plataformas de entretenimiento que posee (HBO, DC, Warner Bros, Cartoon Network y HBO Max Originals entre otros). Por tanto, HBO Max se convertiría en un servicio de *streaming* que incluía el contenido de HBO España, pero también el del resto de plataformas de WarnerMedia. Y en un movimiento posterior que no afecta a nuestro estudio, Warner Bros Discovery, empresa resultante de fusionar Warner Media y Discovery Inc, hizo oficial en 2023 un nuevo servicio de *streaming* en Estados Unidos fruto de la unión de HBO Max y Discovery+ —denominado simplemente Max— y que a lo largo de 2024 se extendió a otros mercados internacionales. Max está disponible en el mercado el mercado español desde el 21 de mayo de 2024.

Estos cambios son un reflejo de situaciones inestables y complejas, propias de mercados todavía no consolidados y en pleno proceso de implantación, tal y como nos indica la corta experiencia de la presencia de las plataformas OTT en el mercado español.

Por otro lado, la industria audiovisual en su conjunto —España no es una excepción— ha estado muy marcada tradicionalmente por diferencias de género, y la participación

de las mujeres en los puestos creativos ha sido y es bastante marginal en el panorama internacional. Autores como Collie (2007, pp. 282-284) señalan una clara división entre el equipo que está *above the line cost* (por encima de la línea) y el equipo que se sitúa *below the line cost* (por debajo de la línea). Esta división establece un parámetro de discriminación entre dos partes del equipo, que está relacionada de forma directa con el coste económico de su participación en la producción y también su responsabilidad creativa dentro de ella. Históricamente, la presencia de las mujeres en los puestos *above the line cost* es bastante menor que la de los hombres.

2. MARCO TEÓRICO

La presente investigación se vertebra sobre tres ejes: la aproximación al concepto de diversidad cultural, la diversidad *off screen* dentro del audiovisual y, por último y como aspecto fundamental de este análisis, la perspectiva de género aplicada al estudio de caso. Por ello, en primer lugar, resulta interesante contextualizar qué entendemos por diversidad cultural, y adentrándonos en el concepto, qué se entiende por diversidad *off screen*.

La Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural (2001) señalaba la importancia de la diversidad en diferentes ámbitos, y destacaba en su artículo octavo que los bienes culturales eran una mercancía singular, en los que “se debe prestar particular atención a la diversidad de la oferta creativa, al justo reconocimiento de los derechos de los autores y de los artistas, así como al carácter específico de los bienes y servicios culturales que, por ser portadores de identidad, de valores y sentido, no deben ser considerados mercancías o bienes de consumo como los demás”. Asimismo, la versión más reciente de la *Directiva de servicios de comunicación audiovisual* (EU) 2018/1808 aclara que los Estados miembros velarán por que las autoridades u organismos reguladores en el ámbito estatal “ejercen sus competencias con imparcialidad y transparencia y con arreglo a los objetivos de la presente Directiva, en particular el pluralismo de los medios de comunicación, la diversidad cultural y lingüística, la protección de los consumidores, la accesibilidad, la no discriminación, el

correcto funcionamiento del mercado interior y la promoción de la competencia leal.” (Directiva [EU] 2018/1808, Art. 30).

Adentrándonos en el concepto de diversidad cultural en el campo audiovisual, enlazamos con la idea de diversidad *off screen* entendida como la diversidad de los trabajadores que están detrás de las cámaras y su papel como garante de la diversidad (Napoli, 1999), es decir, de la diversidad de los equipos que crean y trabajan en un proyecto audiovisual. El análisis de la diversidad *off screen* es un concepto amplio que va más allá del análisis del género (hay también diversidad racial, socioeconómica, rangos de edad, etc.), aunque en este estudio nos hemos centrado únicamente en la diversidad de género.

La diversidad *off screen* en clave de género es parte esencial de nuestro análisis y sigue la estela de varios informes y estudios nacionales e internacionales. Destacamos los realizados por el Observatorio Europeo del Audiovisual (OEA), en especial el informe sobre la representación de las mujeres como profesionales que participan en las películas europeas, que señalaba que las mujeres ocupan una parte de minoritaria como directoras cinematográficas: “Las mujeres solo representaron el 23% de todos los directores de largometrajes europeos activos entre 2016 y 2020. En cuanto a los profesionales que trabajan “detrás de la cámara”, la presencia femenina es ligeramente superior entre los productores (33%) y los guionistas (27%)”, pero el porcentaje de mujeres directoras en el cine europeo serían únicamente una de cada cuatro” (Simone, 2021).

La diversidad *off screen* también ha sido analizada en otros informes internacionales. El informe de la *Office of Communications* (Ofcom, 2021) en el Reino Unido, recoge la evolución sobre “las voces” que alimentan la línea editorial de los programas. También en Reino Unido, el informe CAMEo (2018) del *Research Institute* de la Universidad de Leicester ha dedicado sus esfuerzos en el estudio de la diversidad en el audiovisual en Reino Unido: “la situación general es de una falta pronunciada de diversidad en la fuerza laboral y una falta persistente de participación equitativa” (CAMEo, 2018).

Las visiones más positivas entendían que la diversidad cultural estaba llamada a constituirse en motor del desarrollo sostenible de los Estados (Velasco & Prieto, 2016). Pero las Tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) desde su irrupción, alteraron muy rápido y de forma sustancial la configuración de las industrias audiovisuales, redefiniendo el rol de los agentes existentes (García Leiva, 2019). En este contexto, la preocupación por la falta de diversidad cultural ha adquirido una importancia cada vez mayor, dada la creciente tendencia a la homogeneización de los contenidos y a la concentración empresarial (Albornoz & García Leiva, 2017; 2019; Observacom, 2019).

Desde el continente americano, el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de UCLA apuntaba el compromiso con la diversidad y la inclusión en las empresas audiovisuales haciendo la siguiente reflexión: “el verdadero compromiso con la diversidad y la inclusión debe introducirse en una empresa de arriba a abajo. La diversidad no sólo es socialmente justa, también es rentable” (Hunt & Ramón, 2020).

Y en la investigación española se llega también a similares conclusiones sobre la situación de la diversidad *off screen* en clave de género de la fuerza productiva en España. En este ámbito, debemos destacar el informe de DAMA —Derechos de Autor de Medios Audiovisuales— sobre Diversidad Cultural en la Creación Audiovisual en España (Carrillo & Cascajosa, 2021); y los informes anuales de CIMA, la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios audiovisuales, que publican de forma continua desde 2015.

El informe de DAMA tiene como objeto el análisis de la evolución de la diversidad cultural en el sector audiovisual en España durante el periodo 2015-2019. En sus conclusiones los autores observaron que, aun existiendo una tendencia positiva, los equipos de autoría formados íntegramente por mujeres son claramente minoritarios: “Es evidente la brecha de género y se constata que la igualdad demográfica no se corresponde aún con una igualdad de género en el caso de la autoría”. (Carrillo & Cascajosa, 2021)

El informe publicado por CIMA (Cuenca, 2021) sigue en la misma línea, y pone de relieve que la industria audiovisual en España ha sido hasta ahora una industria señalada por

diferencias de género. La diferenciación es analizada por CIMA en claves de segregación en el ámbito laboral. En los grupos profesionales más técnicos y en los cargos más elevados o con mayor responsabilidad creativa o económica en las películas, la presencia de mujeres sigue siendo minoritaria y existe una marcada segregación vertical y horizontal. Por otro lado, también destacan como factor positivo que la media de crecimiento de mujeres en el conjunto del sector es lenta pero estable, fijando ese crecimiento paulatino en un 5% al año. (Cuenca, 2021, pp. 41-42).

3. METODOLOGÍA

El presente estudio aborda las ramificaciones que ha supuesto la irrupción de las plataformas OTT en el audiovisual español desde la diversidad *off screen* y la brecha de género; el objetivo final es evidenciar la escasa presencia que las mujeres han tenido y tienen dentro de la oferta del catálogo que HBO Max distribuye en España y en el periodo analizado. La recogida de datos se hizo en enero de 2021 y en enero de 2022.

En primer lugar se centró el objeto de estudio de la investigación en una única plataforma: HBO Max. Aparte de la necesidad de acotar la muestra para un estudio de caso, una de las razones que responde a esta decisión es que, frente a cinco servicios estadounidenses de distribución de vídeo bajo demanda por suscripción (en adelante SVOD) que operan en España —Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Disney+ y Apple TV+—, la plataforma HBO desde su nacimiento en EEUU en 1972, lleva a gala distinguirse por la innovación y por una apuesta por la calidad de sus contenidos. Según Cascajosa (2006), la estrategia que ha definido históricamente las elecciones de HBO se articula en tres características básicas: la colaboración con autores consagrados, la inclusión de contenidos tabú y la renovación de fórmulas narrativas. Estos motivos hicieron decantar la investigación hacia HBO. Parecía lógico inferir que una plataforma con rasgos innovadores como HBO Max, estaría más cerca de considerar una ventaja competitiva para su implantación y prestigio como distribuidora de contenidos, contribuir de una manera significativa al interés social que suscita en la actualidad la reducción de la brecha de género y el aumento de la diversidad desde diferentes perspectivas, incluida la diversidad *off screen* en clave de género.

En segundo lugar se identificaron el número de obras que conforman el catálogo del servicio. Como primer paso se hizo un vaciado de los catálogos a través de *JustWatch.com*, una web privada especializada en bases de datos, financiada en parte por el capítulo MEDIA del Programa Europa Creativa y que incluye entre sus principales servicios un buscador o metabuscador orientado a los usuarios de plataformas, que indexa el catálogo de Netflix, HBO Max, Amazon Prime Video, Disney+ y otros muchos servicios de *streaming*. El listado inicial se corroboró también con el motor de búsqueda interno de la propia plataforma. La circunstancia habitual es que los catálogos de las SVOD estén cambiando continuamente —las licencias son temporales— con títulos que desaparecen cada mes, y otros que entran nuevos, en una continua reconfiguración. Se decidió por tanto que el estudio realizase una instantánea que se extraería exclusivamente en enero de cada año, para intentar tomar una fotografía de este “ecosistema en constante cambio” (Albornoz & García Leiva, 2021). El resultado es que la muestra del estudio comprende, por un lado, el total de largometrajes ofertados por HBO España en enero de 2021 y, por el otro lado, el total de largometrajes ofertados por HBO Max en enero de 2022.

En tercer lugar, el análisis se concentró en los largometrajes ofertados en los catálogos que aparecían con titularidad española, incluidas las coproducciones según criterios recogidos en diferentes bases de datos (Ciller & Beceiro, 2013; Beceiro & Mejón, 2020). Se realizó un volcado completo del contenido español que ofertaba la plataforma en enero de 2021 y 2022.

En cuarto lugar, se hizo una segunda comprobación de las obras españolas devueltas por los motores de búsqueda interna al introducir los términos ‘España’ y ‘cine español’. Se inspeccionó manualmente, por ejemplo, qué obras españolas detectadas en Lumière VOD estaban también incluidas en el catálogo del servicio, pero no habían sido identificadas anteriormente.

En quinto lugar, de entre todos los posibles campos de análisis que abarca la diversidad audiovisual (diversidad de las productoras implicadas, diversas localizaciones, idioma original, etc.) se decidió acotar el estudio atendiendo únicamente a la diversidad *off*

screen de la oferta de HBO Max, y sólo desde la perspectiva del género en las estructuras laborales. Dentro de las estructuras laborales, nos centramos a su vez en los roles con mayor responsabilidad creativa: la dirección y el guion, dos de las categorías de autoría cinematográfica reconocidas por actual la Ley de Propiedad Intelectual (Real Decreto-ley 24/2021).

En sexto lugar, se desarrolló para los años 2021 y 2022 el rastreo y comprobación de los créditos iniciales y finales de las películas analizadas; contrastados debidamente –para comprobar la titularidad española– con la base de datos de películas calificadas del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) y la base de datos Lumière VOD del Observatorio Europeo del Audiovisual (OEA).

Por último, se procedió a la puesta en relación de las películas españolas localizadas y a la extracción de los datos para su análisis e interpretación.

Se adopta esta técnica de investigación cuantitativa porque nos permite recuperar información significativa y claramente delimitada. Los catálogos de los servicios de video bajo demanda (VoD) están compuestos por un número limitado de largometrajes. Por tanto, estudiar uno de estos catálogos es accesible y puede ser muy relevante, porque acerca a los investigadores a comprender la naturaleza de los servicios y les permite analizar determinadas variables adecuadas a los objetivos planteados en este trabajo.

Es importante señalar también las limitaciones de este enfoque, respecto a que no ofrece información sobre cómo los títulos de cine español del catálogo de HBO Max están siendo utilizados o experimentados por los/las usuarios/as, ya que las plataformas no facilitan este tipo de datos y por lo tanto no se tiene información sobre los visionados que realizan y si ello incide en la entrada o salida de títulos. Es decir, no sabemos cuál es la valoración de la experiencia o usabilidad percibida en la navegación por los diferentes menús de la aplicación de la plataforma, ni qué cantidad de títulos de cine español visionan según autoras/autores, ni de qué manera lo hacen, si los ven hasta el final o los abandonan a los pocos minutos; tampoco hay indicios de si, de alguna manera, los visionados realizados por los/las usuarios/as realmente influyen en la evolución de la oferta de la plataforma.

Tampoco podemos indagar en los acuerdos que ha firmado HBO para conformar su catálogo, por lo que resulta difícil conocer las limitaciones que tienen o han tenido para incorporar diferentes autores y autoras de cine español.

4. RESULTADOS

El estudio discrimina el número de mujeres que ocupan los roles de dirección y guion en los títulos o películas españolas que distribuye HBO Max en España. Cuantificar esta presencia nos parece muy pertinente ya que las plataformas OTT son agentes que *a priori* fomentan y median en diversas formas de interacción social ya que, entre otras características, destacan porque actúan en mercados multifacéticos y tienen sobrada capacidad para organizar nuevas formas de distribución y participación; y también para mantener diversos grados de control sobre el acceso y las interacciones que realizan diferentes grupos de usuarios (García Leiva, 2019, pp. 75-76). Las películas españolas del catálogo HBO Max España analizadas a lo largo de los dos años (2021 y 2022) están comprendidas en un periodo temporal que va desde el título más antiguo, *Bienvenido Mr. Marshall* (1953) de José Luis García Berlanga; es seguido de *Calabuch* (1956), del mismo director, y llega hasta el año 2020, en el que encontramos *Ons*, dirigido por Alfonso Zarauza y co-escrito por el director y Jaione Camborda. El catálogo de 2021 de HBO España (anterior denominación) recoge títulos desde 1953 a 2019 y el catálogo de HBO Max en 2022 desde 1953 a 2020. Además, se constata una significativa presencia de obras producidas entre 2010 y 2019. La mayor parte de los largometrajes ofertados fueron producidos entre 2011 y 2016.

En cuanto al sesgo de género en la autoría cinematográfica en España, es un indicio ineludible del histórico desequilibrio existente el que, a lo largo de los dos años analizados del catálogo de HBO Max España, no aparezca ningún largometraje dirigido ni escrito por una mujer anterior a los 2000. El primer título del catálogo en el que aparece una mujer como guionista es *El Bola* (2000) con Verónica Fernández junto a Acheró Mañas firmando el guion. Y en la dirección de un largometraje el primer título dirigido por una mujer del catálogo es *Te doy mis ojos* de Icíar Bollaín, ya en 2003.

Después de analizar los roles de dirección y guion en el catálogo de títulos cinematográficos ofertados por HBO Max España en enero de 2021 y enero de 2022, se han extraído varios datos referidos al sesgo de género de dichos roles (diversidad *off screen*). En pro de una mayor claridad expositiva, se van a mostrar separados los resultados de los dos roles profesionales (dirección y guion) y explicaremos cada año de análisis (2021 y 2022), para luego, ya en las conclusiones, avanzar indicios de un estudio comparativo.

4.1 LA DIVERSIDAD DE GÉNERO EN LA DIRECCIÓN DE PELÍCULAS ESPAÑOLAS PRESENTES EN EL CATÁLOGO DE HBO MAX EN ESPAÑA: AÑOS 2021 Y 2022

En el análisis de enero de 2021, el primer dato importante que se ha extraído es que, sobre un total de 116 títulos de largometrajes, únicamente en siete de ellos aparecen mujeres en el puesto de directora —frente a los 109 títulos dirigidos por hombres—. La diferencia en el volumen es definitoria: el 95% de los puestos de dirección los han ocupado hombres frente a un 5% que han sido ocupados por mujeres.

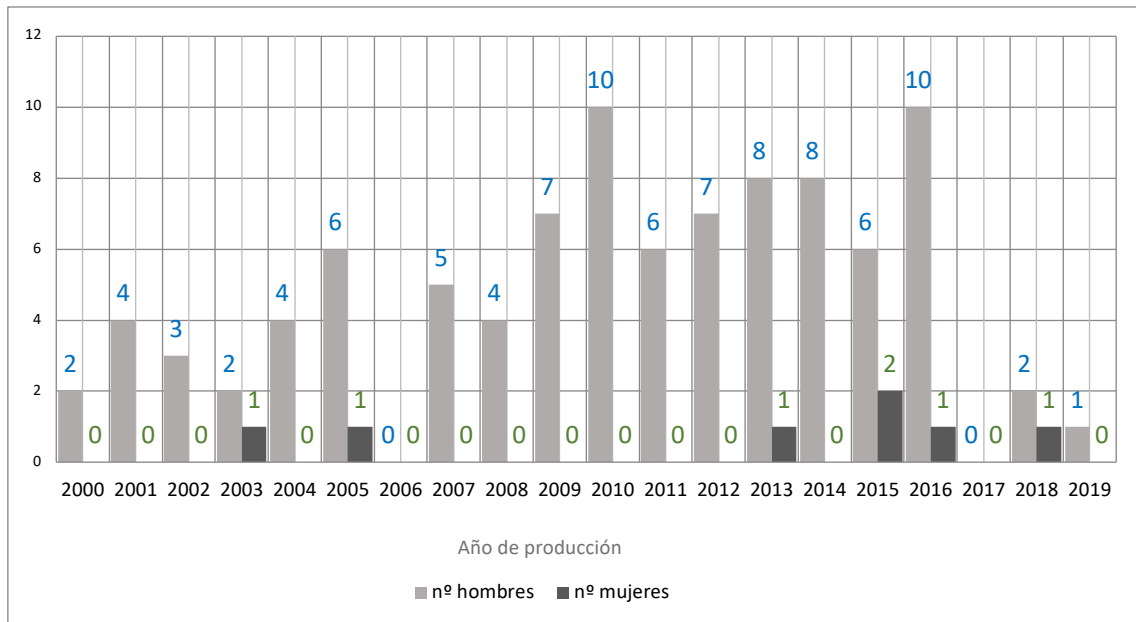
Y hay que señalar que los siete títulos encontrados corresponden solo a cinco mujeres, que son: Isabel Coixet, Icíar Bollaín, Manuela Burló Moreno, Gracia Querejeta e Inés de León, ya que tanto Isabel Coixet como Manuela Burló Moreno aportan dos títulos cada una. Es decir, se observa cierta concentración en pocas autoras que, evidentemente son profesionales de gran prestigio pero que reducen el listado de nombres femeninos y, por lo tanto, redundan en —todavía— una menor variedad de la presencia femenina.

El primer título del catálogo en el que aparece una mujer en la dirección de un largometraje de ficción es, como decíamos anteriormente, *Te doy mis ojos* de Icíar Bollaín —también guionista de la cinta— en 2003. Hay que esperar dos años, hasta el 2005, para encontrar de nuevo otro largometraje dirigido por una mujer y es *La vida secreta de las palabras* de Isabel Coixet. Y de ahí, hay un salto importante hasta el año 2013 con otra película de Isabel Coixet: *Ayer no termina nunca*. Continuando con el análisis, en 2015 encontramos otros dos títulos: *Cómo sobrevivir a una despedida* de Manuela Burló Moreno y *Felices 140* de Gracia Querejeta. En el año 2016 aparece

Rumbos, de Manuela Burló Moreno y en 2018 *¿Qué te juegas?* de Inés de León. A partir de 2018 no aparece ningún otro título dirigido por mujeres.

A continuación, se muestra una gráfica de los títulos dirigidos por hombres y por mujeres en el primer acercamiento realizado en enero de 2021.

Gráfico 1. Catálogo HBO España 2021: Directores/as largometrajes de ficción según sexo

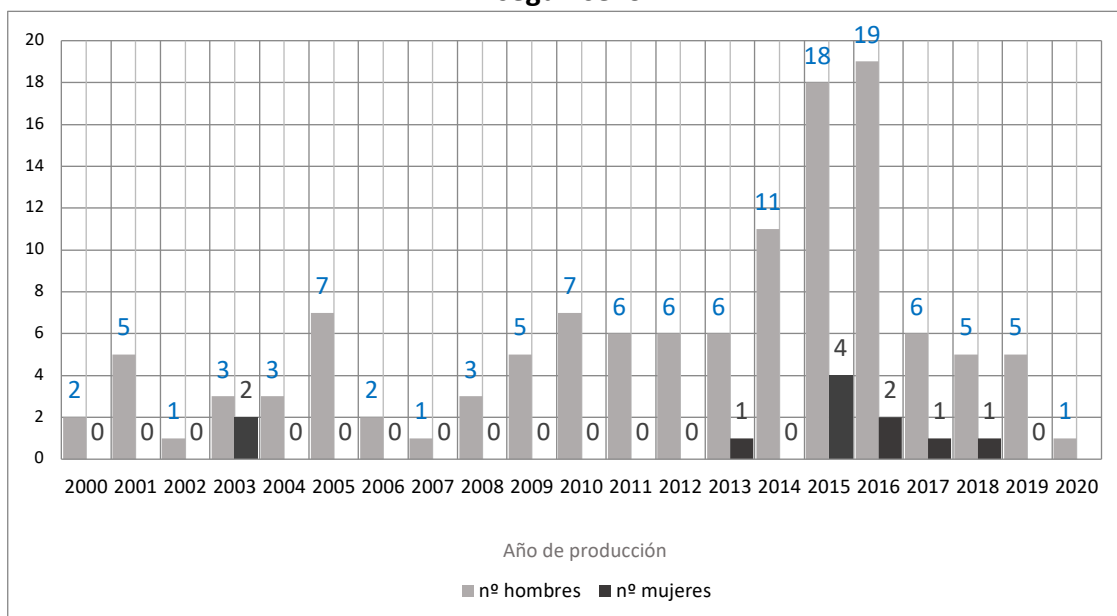


Fuente: Elaboración propia a partir del catálogo de HBO España consultado a través de *Justwatch.com* en enero de 2021

Un año más tarde, en el análisis realizado en 2022, el primer dato que hay que destacar es una primera comparativa entre el catálogo 2021 y 2022, que nos muestra que desaparecen 40 películas y entran 58 películas nuevas, por lo tanto, hay un balance de 18 títulos más en el catálogo de 2022 respecto al de 2021. En total encontramos 134 títulos de largometrajes.

Recogemos, a continuación, la gráfica de los títulos dirigidos por hombres y por mujeres según aparece en el catálogo de enero de 2022. El volcado de datos que esta gráfica refleja, es a partir del 2000, ya que como sucedía con el catálogo de 2021, con anterioridad a esta década no hay ningún título de largometraje de los ofertados en el catálogo de HBO Max España, que aparezca dirigido por una mujer.

Gráfico 2. Catálogo HBO Max España 2022: Directores/as largometrajes de ficción según sexo



Fuente: Elaboración propia a partir del catálogo de HBO Max España, consultado a través de *Justwatch.com* en enero 2022

Entre los títulos nuevos aparecen seis películas dirigidas por mujeres: *También la lluvia* (2003) de Icíar Bollaín, *La novia* (2015) de Paula Ortiz, *Semen, una historia de amor* (2015) de Daniela Fejerman, *No culpes al karma de lo que te pasa por gilipollas* (2016) de Julia María Ripoll, *Yuli* (2017) de Icíar Bollaín y *Hacerse mayor y otros problemas* (2018) de Clara Martínez-Lázaro. Son seis películas, pero en realidad hay solo cinco nombres de directoras, ya que Icíar Bollaín repite con dos títulos (dos cintas alejadas más de una década entre sí). Además Icíar Bollaín ya aportaba un título en el catálogo anterior, por lo el número de directoras singulares no avanza tanto como cabría esperar.

Además, en la transición del catálogo de 2021 al del 2022, hemos observado que desaparecen dos títulos dirigidos por mujeres: *La vida secreta de las palabras* (2005) de Isabel Coixet y *¿Qué te juegas?* (2018) de Inés de León. Por lo tanto, en 2022 sobre un total de 134 títulos de largometrajes, en once de ellos aparecen mujeres en el puesto de directora frente a los 123 títulos dirigidos por hombres, que en términos proporcionales representan el 8,3 % frente a un 91,7 % dirigidos por hombres. Es decir, se avanza en el porcentaje total de títulos dirigidos por mujeres, pero menos de lo que

cabría esperar en la variedad de autoras diferentes, ya que los once títulos se reparten tan solo entre ocho directoras.

4.2 LA DIVERSIDAD DE GÉNERO ENTRE GUIONISTAS DE PELÍCULAS ESPAÑOLAS PRESENTES EN EL CATÁLOGO DE HBO MAX EN ESPAÑA: AÑOS 2021 Y 2022

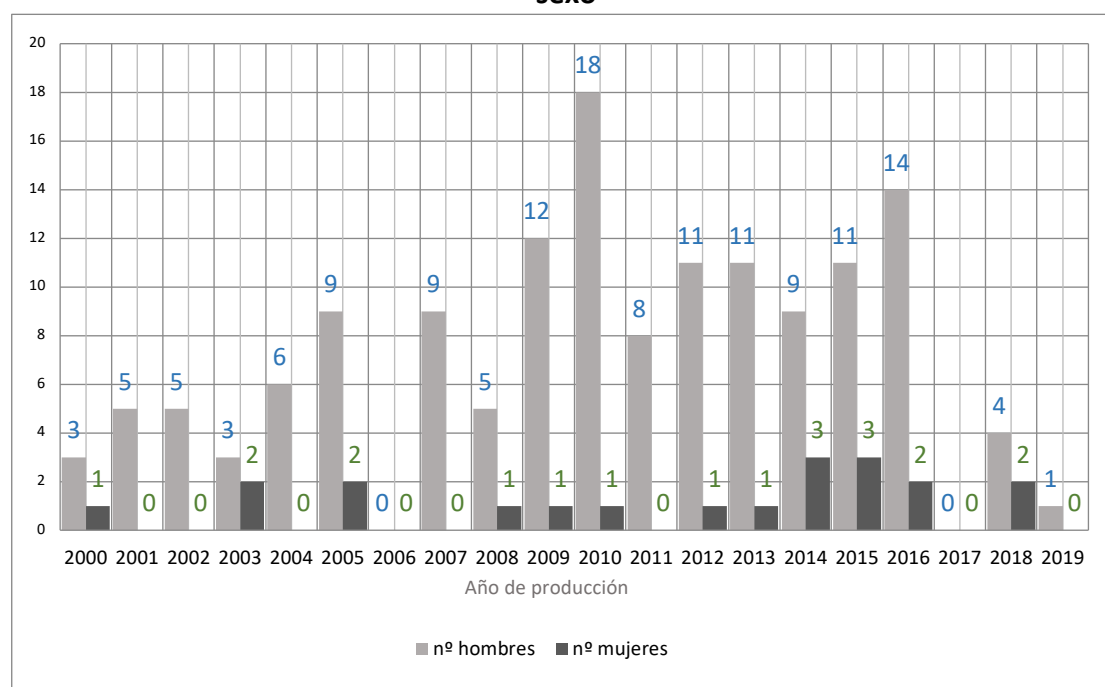
Si cambiamos de actividad y vemos cuántos largometrajes tienen mujeres guionistas firmando —en solitario o dentro de un equipo—, la disparidad numérica es menor que en el apartado de dirección, pero también considerable y nada desdeñable.

En el catálogo de 2021, hay 181 nombres masculinos frente a 19 mujeres. El número de guionistas es superior al de directores y directoras porque, en muchas ocasiones, es un equipo de guionistas, de hasta cinco personas, el que firma una película. Pero en términos porcentuales los datos no son tan positivos: los títulos de largometrajes cuyo guion ha sido escrito por hombres es del 90%, frente a un 10% de mujeres. Vuelve a aparecer reflejada una diferencia muy significativa.

Respecto a la composición de los equipos de guionistas, hemos observado que en la mayoría de los casos las mujeres comparten la autoría del guion de largometraje con guionistas hombres. Las excepciones son: Icíar Bollaín y Alicia Luna en *Te doy mis ojos* (Icíar Bollaín, 2003); Isabel Coixet que fue guionista en solitario de *Ayer no termina nunca* (Isabel Coixet, 2013); Manuela Burló Moreno y Susana López Rubio que firman *Cómo sobrevivir a una despedida* (Manuela Burló Moreno, 2015) y Manuela Burló Moreno, guionista en solitario y también directora de *Rumbos* (2016). Únicamente en estos cuatro casos encontramos al frente del guion, a mujeres firmando solas o en equipos exclusivamente femeninos.

El siguiente gráfico aborda el número de mujeres guionistas respecto a hombres. Los datos que se presentan son a partir de la década del 2000 ya que, como sucedía en la dirección, con anterioridad al 2000 no hay ningún título, de los ofertados en el catálogo, que aparezca escrito por una mujer, dato que también resulta altamente significativo. El primer título de largometraje que encontramos con una mujer como guionista es *El Bola* (2000) firmado por Verónica Fernández, coguionista con Achero Mañas.

Gráfico 3. Catálogo HBO Max España 2021: Guionistas largometrajes de ficción según sexo



Fuente: Elaboración propia a partir del catálogo de HBO España, consultado a través de *Justwatch.com* en enero 2021

En los 58 títulos nuevos del catálogo de 2022 (entre las nuevas adquisiciones) aparecen 90 guionistas hombres firmando las películas y únicamente ocho guionistas mujeres firmando el guion en los títulos de crédito. Estas ocho guionistas están concentradas en torno a seis títulos: *Semen, una historia de amor* (Inés París y Daniela Fejerman, 2005), *La novia* (Paula Ortiz, 2015), *Hacerse mayor y otros problemas* (Clara Martínez-Lázaro, 2018), *Amor en polvo* (Susó Imbernón y Juanjo Moscardó Rius, 2019), *La virgen de agosto* (Jonás Trueba, 2019), y *Ons* (Alfonso Zarauza, 2020). Y en términos proporcionales tenemos hasta un 91,8 % de guionistas hombres, frente a un 8,2 % de mujeres.

Además, de los 58 títulos de largometrajes nuevos —encontrados en la instantánea realizada de enero de 2022— hay 52 cuyo guion ha sido escrito exclusivamente por hombres (en solitario o en equipo), otros tres largometrajes tienen una composición mixta: *La virgen de agosto* (2019), *Amor en polvo* (2019) y *Ons* (2020) y solo hay tres títulos que firman mujeres en solitario: *Semen, una historia de amor* (2005), escrita por

dos mujeres: Daniela Fejerman e Inés Paris; *La novia* (2015) escrita por Paula Ortiz; y *Hacerse mayor y otros problemas* (2018) de Clara Martínez-Lázaro.

Por tanto, se ha observado que, respecto a la composición de los equipos de guionistas, se repite el patrón que se había observado ya en el catálogo de 2021: en la mayoría de los casos, las mujeres comparten la autoría del guion de largometraje con hombres. La excepción a esta norma son los tres títulos citados. En estos tres casos encontramos a mujeres firmando solas o en equipos exclusivamente femeninos. En el resto de los casos se trata de equipos mixtos o equipos formados únicamente por hombres.

5. CONCLUSIONES

Este trabajo muestra los resultados de analizar la diversidad *off screen* desde la perspectiva de género en los roles profesionales —de dirección y guion— de los títulos españoles de cine ofertados por la plataforma de distribución HBO Max en España, en los años 2021 y 2022. El estudio quiere medir, con datos, el sesgo género de los profesionales que firman como autores los largometrajes contenidos en el catálogo de dicha plataforma. Actualmente se está trabajando en el análisis de catálogo de HBO Max de 2023 para ampliar muy pronto la comparativa a tres años.

En un primer acercamiento, valorando los resultados en su conjunto, podemos afirmar que la desproporción entre hombres y mujeres ocupando puestos creativos y de responsabilidad en los títulos ofertados es muy grande. Es la misma aproximación que el Informe CIMA (Cuenca, 2021) aborda en términos de “representatividad de las mujeres dentro del sector en cargos de responsabilidad”; o también la “brecha de género” que señalaba el informe DAMA (Carrillo & Cascajosa, 2021).

A la vista del análisis realizado podemos resaltar varios aspectos:

- Se observa una alta rotación de los contenidos de la plataforma y un incremento de número de títulos ofertados cada año. En la transición del año 2021 al 2022, se cancelaron 40 títulos de largometrajes, pero se introdujeron 58 nuevos, con lo que había 18 títulos más a disposición de los suscriptores.

- Se aprecia una significativa presencia de largometrajes producidos entre 2010 y 2019, que se acentúa especialmente en el catálogo de 2022 con un total de 99 títulos de este periodo.
- Al analizar los roles de género, la diferencia más extrema se encuentra en el rol de director/a. En 2021, de los 116 títulos cinematográficos analizados, el 95% de los puestos de dirección son ocupados por hombres frente a un residual 5% de directoras. Lo que se traduce en que en el rol de dirección tenemos una mujer por cada 19 hombres. En 2022 la situación no había variado mucho. Se ofertaban un total 134 títulos. De los 58 nuevos títulos de películas introducidos en el catálogo, sólo seis títulos estaban dirigidos por mujeres (y recordemos que Icíar Bollaín repite) y 52 de ellos por hombres, es decir, un 8,3% de directoras frente a un 91,7% de directores.
- Los datos al analizar el rol de guionistas de los títulos ofertados no se alejan mucho del resultado anterior. En 2021 el 90% de los nombres que parecen firmando los largometrajes pertenecen a hombres, frente a un 10% que pertenecen a mujeres, lo que significa la existencia de una mujer guionista por cada nueve hombres. En el 2022 la proporción es de un 91,8 % de hombres guionistas frente a 8,2 % de mujeres guionistas. Es decir, incluso se reduce ligeramente la proporción de mujeres.
- Se constata que en el catálogo de cine de HBO Max España no se oferta ningún título dirigido o escrito por una mujer anterior a la década de los 2000. Es un elemento clave para la reflexión y una anomalía que será posible estudiar en futuras investigaciones; además, esta constatación refuerza la posibilidad de establecer y mantener aquellas medidas que mejoren las oportunidades, para que las mujeres puedan asumir la autoría de largometrajes en el futuro.
- En total, sumando las adquisiciones de los catálogos analizados, se podían visionar en enero de 2022 once títulos dirigidos por ocho mujeres. A partir de 2013 la presencia de mujeres en la dirección y guion de películas si parece mostrar una evolución positiva y muy lenta, pero más estable que en la década anterior. Sin embargo, hay varios años de este periodo en los que no hay ningún título dirigido

por una mujer (2014, 2019, 2020). Señalar además que el informe CIMA (Cuenca, 2021) fijaba la media de crecimiento de la presencia de mujeres en el sector en un 5% al año. Nuestro análisis parece que confirma esa evolución paulatina. Es un elemento para cierto optimismo.

- Y respecto al análisis de HBO Max de 2023 (en curso en la actualidad) se pueden adelantar ciertos indicios relevantes: por un lado, se sigue observando una alta rotación de los contenidos e incremento de número de títulos ofertados —nos hemos encontrado con 151 títulos, es decir, 17 títulos más que en 2022—, el rango temporal va desde 1953 —la más antigua— hasta 2022 —la más reciente—, y entre los nuevos títulos ofertados, encontramos 12 títulos dirigidos por mujeres.

Por lo tanto, la primera conclusión a la que llegamos, es que podemos afirmar que la diferencia entre los catálogos de HBO Max de 2021 y 2022, en términos de diversidad *off screen* y en clave de género no es significativa. Por un lado, se aprecia un crecimiento en el número de títulos dirigidos por mujeres entre ambos años, pero no es un número relevante respecto al total. Y algunas directoras repiten su aparición en el catálogo, así que aunque aumente ligeramente el número de títulos, la variedad de directoras no avanza en la misma medida. Además, en el caso de las guionistas incluso se produce un ligero descenso en la proporción de títulos escritos por mujeres entre 2021 y 2022, que pasa del 10 al 8,2 por ciento, y también se repiten nombres.

En segundo lugar, señalar ante la evidencia de los datos recogidos, se confirmaría lo que ya hemos visto en los informes y estudios revisados en el marco teórico, que nos indican que la producción de largometrajes en España es un sector altamente masculinizado —al menos en los roles profesionales analizados—, y azotado por una evidente brecha de género.

La siguiente conclusión coincide con la que señalaba el Observatorio Europeo del Audiovisual (Simone, 2021), que indica que las mujeres tienden a trabajar como guionistas en equipos mixtos. Esta apreciación se confirma también en nuestro análisis.

Y por último, después de realizar nuestro estudio del catálogo de largometrajes HBO Max en España durante dos años consecutivos (los años 2021 y 2022) estimamos que

claramente la diversidad de género *off screen*, al menos en cuanto a directoras y guionistas, está pobremente reflejada en la composición del catálogo de esta plataforma, al menos en cuanto a la cinematografía española; y nos preguntamos si el disruptivo impacto de las plataformas OTT en la industria audiovisual (Izquierdo-Castillo & Latorre-Lázaro, 2021) estará significando una diferencia en materia de igualdad efectiva en clave de género. Queda indudablemente por delante un arduo camino que transita acompañado de otros desafíos, y que confluye en el principio de la diversidad como meta de las políticas culturales y de comunicación (Albornoz y García Leiva, 2019). Podemos intuir que la integración de las plataformas OTT en la industria audiovisual española ha impactado en los hábitos de consumo audiovisual y la producción. Sin embargo, este impacto es mucho menos evidente en materia de igualdad de género respecto a los equipos autorales —diversidad *off screen*— tal y como refleja en el análisis realizado.

Entendemos que es necesario contribuir al desarrollo de una sociedad que respete a hombres y mujeres desde la diversidad. Porque la diversidad de creadores y creadoras de obras audiovisuales, permeará hacia una sociedad más diversa e igualitaria. La equidad de género requiere que todos los estamentos de la sociedad incorporen perspectivas adecuadas sobre la diversidad para evitar discriminaciones y desigualdades.

6. AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo es el resultado de la colaboración entre dos proyectos: Begoña Herrero es miembro del proyecto “Diversidad y servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción”. M^º de Ciencia e Innovación (Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad). Ref. PID2019-109639RB-I00; y Sagrario Beceiro es investigadora en el proyecto “Cine y televisión en España en la era digital (2008-2022): nuevos agentes y espacios de intercambio en el panorama audiovisual” (Ref. PID2022-140102NB-I00) de la Agencia Estatal de Investigación (AEI).

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albornoz, L. A. & García Leiva, M.T. (2021). Netflix Originals in Spain: challenging diversity. *European Journal of Communication*, 37(1).
<https://doi.org/10.1177/02673231211012174>
- Albornoz, L. A. & García Leiva, M^a T. (eds.). (2019). *Audiovisual Industries and Diversity. Economics and Policies in the Digital Era*. Routledge.
- Albornoz, L. A. & García Leiva, M^a T. (eds.) (2017). *Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.
- Beceiro, S., & Mejón, A. (2020). Coproducciones internacionales españolas en la década de los 90. En: M. Palacio & V. Rodríguez (Eds.), *Cine y cultura popular en los 90: España-Latinoamérica* (pp. 105-124). Peter Lang.
- Barlovento Comunicación (2022). Barómetro TV-OTT. 3^a Ola 2022. Barlovento Comunicación. <https://barloventocomunicacion.es/barometrotv-ott/barometro-tv-ott-television-de-pago-y-otts-3a-ola-2022/>
- Bustamante, E. (2018). Televisión en España: una década perdida. En. B. Díaz Nosty (coord.), *Diez años que cambiaron los medios: 2007-2017* (pp. 159-166). Fundación Telefónica & Ariel.
- CAMEo (2018) *Workforce Diversity in the UK sector: evidence Review*. CAMEo Research Institute.
- Castro, D., & Cascajosa, C. (2020). From Netflix to Movistar+: How Subscription Video-on-Demand Services Have Transformed Spanish TV Production. *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 154-160. <https://doi.org/10.1353/cj.2020.0019>
- Carrillo, J., & Cascajosa, C. (2021). Diversidad Cultural en la Creación Audiovisual en España. Diversidad de autores y de historias (2015 - 2019). Informe *Cambio de Plano*. Ed. DAMA. <https://cambiodeplano.damautor.es>

Ciller, C., & Beceiro, S. (2013). Coproducciones cinematográficas en España: análisis y catalogación. *Revista Eptic Online*, 15(2), 234-246. <http://hdl.handle.net/10016/18624>

Collie, C. (2007) *The business of TV production*. Cambridge University Press.

Contreras, J.M., & Palacio, J.M. (2001). *La programación de televisión*. Editorial Síntesis.

Cuenca, S. (2021). *La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español: 2019*. Informe CIMA 2020. Ministerio de Cultura y Deporte de España.

García Leiva, M^a T. (2019). “Plataformas en línea y diversidad audiovisual: desafíos para el mercado español. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, 24, 73-93. <http://dx.doi.org/10.5209/ciyc.64639>

Hunt, D. y Ramón, A-C (2020). Hollywood diversity. Informe UCLA College Social Sciences. EE.UU. <https://socialsciences.ucla.edu/wp-content/uploads/2020/02/UCLA-Hollywood-Diversity-Report-2020-Film-2-6-2020.pdf>

Izquierdo-Castillo, J., & Latorre-Lázaro, T. (2021). Presencia y liderazgo de la mujer en el audiovisual: el impacto de las plataformas *streaming*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 867-877. <https://doi.org/10.5209/esmp.72877>

Izquierdo-Castillo, J. (Ed.) (2023). *Mujeres en streaming. Especialización, liderazgo y representación*. Editorial Fragua. Madrid.

Napoli, P.M. (1999). *Deconstructing the Diversity Principle*. *Journal of Communication*, 49(4), 7-34. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02815.x>

Ofcom (2021). Five-year review: Diversity and equal opportunities in UK broadcasting. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/225992/dib-five-years-2021.pdf

Observacom (2019) Concentración y pluralismo en el sistema de medios de comunicación. <https://www.observacom.org/concentracion-y-pluralismo-en-el-sistema-de-medios-de-comunicacion>

Simone P. (2021). Female professionals in European film production. *Observatorio Europeo del Audiovisual*. <https://rm.coe.int/female-professionals-in-european-film-production-2022-edition-p-simone/1680a886c5>

UNESCO (2001). *Declaración Universal de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura sobre la Diversidad Cultural*.

http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Unión Europea. (2018). Directiva 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo de servicios de comunicación audiovisual. Diario Oficial de la Unión Europea, L 303.

<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj>

Velasco H. M., & Prieto J. (eds.) (2016). *La diversidad cultural: análisis sistemático e interdisciplinario de la Convención UNESCO*. Trotta Editorial.