



**Memoria anual
de resultados**
CIMUED 2024



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Cátedra Nebrija-EGEDA-Platino
Educa en Cine, Mujer y Educación



Memoria anual de resultados CIMUED 2024

La Cátedra Nebrija-EGEDA-Platino Educa en Cine, Mujer y Educación es un pionero espacio académico, de investigación y divulgación que estudia e impulsa la representatividad, la integración y la visibilidad de las mujeres en la industria audiovisual.

Cuenta con cuatro líneas de actuación: investigación, para difundir estudios académicos que radiografien el sector y provoquen la reflexión; formación, para colaborar en el acceso de más mujeres a la industria; acción cultural, para favorecer actividades de divulgación que generen debate social; e identificación de referentes, para buscar mujeres pioneras en cualquier ámbito audiovisual con el fin de generar nuevas vocaciones. El proyecto CIMUED, además, extiende su mirada a la situación del sector audiovisual en los mercados iberoamericanos.

La Cátedra se firma el 1 de marzo de 2024, cuando comienzan las actividades del proyecto, y se presenta de manera oficial el 13 de mayo del mismo año, con la presencia del Rector de la Universidad Nebrija, José Muñiz, y el presidente de EGEDA, Enrique Cerezo.

ACCIONES



1 DE MARZO

Firma de la Cátedra por parte de las dos instituciones.

4, 5 Y 6 DE MARZO

I Ciclo Cine, Mujer y Educación: Ellas dirigen. Las películas programadas recogen tres obras del cine español contemporáneo realizado por mujeres: *El Olivo*, de Icíar Bollaín, *Viaje al cuarto de una madre*, de Celia Rico, y *Cinco lobitos*, de Alauda Ruiz de Azúa.



11 DE MARZO

Integración recurso Platino Educa en Biblioteca Nebrija.

29 DE MARZO

Presentación del proyecto a universidades externas y formación del Comité Científico. Representación de 14 universidades (nacionales e internacionales, tanto públicas como privadas).



18 DE ABRIL

VII Coloquio de Investigación en Comunicación de la UDEM (Monterrey, México).

20 DE ABRIL

Premios Platino 2024. Jurado Premio Cine y Educación en Valores.



25 DE ABRIL

Taller Platino Empleo. Sesión informativa con el alumnado de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija para explicarles esta plataforma que conecta profesionales y empresas y potencia los procesos de contratación promoviendo así su empleabilidad.

6 DE MAYO

Los estudiantes de la FCA de la Universidad Nebrija conocieron la iniciativa que contribuye a que los jóvenes talentos hagan realidad sus proyectos creativos. El *crowdfunding* se muestra como una herramienta moderna y comprometida con la financiación de la industria cultural, potenciando la creatividad, el talento y la actividad productiva.



9 DE MAYO

Encuentro internacional “As mulheres nos sectores do cinema e audiovisual em Portugal e Espanha”, en la Universidad Nova de Lisboa.



13 DE MAYO

Presentación oficial de la Cátedra en la Universidad Nebrija, con la participación de Enrique Cerezo, presidente de EGEDA, y José Muñiz, Rector de la Universidad.



19 DE SEPTIEMBRE

Nombramiento de Adriana Castillo como miembro de la Comisión de Seguimiento, que queda integrada, además, por Octavio Dapena y la dirección de CIMUED.

4 DE OCTUBRE

Participación en la cuarta edición de **Iberseries & Platino Industria**. Mesa redonda *La mujer en la industria audiovisual: momento de oportunidad. Panorámica España, México, Argentina*.



30 DE OCTUBRE

Participación en la presentación del Anuario del español del Instituto Cervantes. Creación del capítulo que analiza la situación del audiovisual español y en español en el mundo y representación de la Cátedra.

13 DE NOVIEMBRE

Especial Cineclub 100 aniversario de la Radio en España. Con la proyección de 'Historias de la radio' (José Luis Sáenz de Heredia, 1955), desde la plataforma de Platino Educa. Con el posterior coloquio del profesor Nicolás Grijalba.



14 Y 15 DE NOVIEMBRE

II Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital (Madrid, España).

27, 28 Y 29 DE NOVIEMBRE

I Congreso Internacional de Creadoras en el Audiovisual, Universitat Jaume I (Castellón, España).

13 DE DICIEMBRE

I Comisión de Seguimiento Cátedra CIMUED y presentación memoria anual de resultados 2024.

14 DE DICIEMBRE

Premios Forqué 2024.
Jurado Premio Cine y Educación en Valores.

PARTICIPANTES

Dirección de la Cátedra

- Marta Saavedra, directora de la Cátedra y responsable de la línea 2 del proyecto (localización de referentes). Vicedecana de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija
- Rocío Gago, investigadora y responsable de la línea 4 del proyecto (actividades de divulgación). Directora del Grado en Comunicación Audiovisual
- Mercedes Herrero, investigadora y responsable de la línea 3 del proyecto (actividades de investigación). Directora del Doctorado Innovación en Medios
- Nicolás Grijalba, investigador y responsable de la línea 1 del proyecto (actividades formativas). Director del Departamento de Comunicación

Comisión de Seguimiento

- Octavio Dapena, director gerente de EGEDA
- Adriana Castillo, coordinadora de Contenidos, Programación y Pitch en Iberseries Platino Industria y gerente de Relaciones Institucionales en EGEDA México

Comité de Investigación (interno, Universidad Nebrija).

Cristina Ángeles Huesca, Myriam Borrachero Villar, Juan Ferrando Garrido, Marta González Caballero, Amaya Hernández Sigüenza, Carlos Jiménez Narros, Carmen Llovet Rodríguez, Laura Martínez Otón, Amelia Meléndez Taboas, Lorena Palomino González, Diego Prior Espin, Mar Ramos Rodríguez, Juana Rubio Romero, Celia Sancho Belinchón, Laura Soto Gutierrez, Andy Tavárez Pérez, Carmen Torres Narváez y María Vaíllo Rodríguez.

Comité Científico (externo, universidades que avalan el proyecto).

Rita Benis, Universidade de Lisboa; Lilia Paola del Real Villarreal, Universidad de Monterrey, México; Catarina Duff Burnay, Universidade Católica Portuguesa; Karim Gálvez Velásquez, Universidad de Desarrollo, Chile; María José Gámez Fuentes, Universidad Jaume I; Marta García Balsas, Universidad de Barcelona; Shaila García Catalán, Universidad Jaume I; Ana María González Mafud, Universidad de la Habana, Cuba; María José Higuera Ruiz, Universidad de Salamanca; Jéssica Izquierdo Castillo, Universidad Jaume I; Sonia Núñez Puente, Universidad Rey Juan Carlos; Julio Pérez Manzanares, Universidad Autónoma de Madrid; Mónica Reyes Poblete, Universidad de Desarrollo, Chile; Jerónimo Rivera Betancur, Universidad de la Sabana, Colombia; Narce Dalia Ruiz Guzmán, Tecnológico de Monterrey, México; José Luis Sánchez Noriega, Universidad Complutense de Madrid; Esther Yance Martín, Universidad Rey Juan Carlos; Cristina Zapata Taveras, Universidad Iberoamericana, República Dominicana.

IMPACTO EN MEDIOS

+ 70 publicaciones en medios

- Medios nacionales como *Cadena Ser*, *La Vanguardia* o *20 minutos*
- Medios internacionales como *The Hollywood Reporter*, *Diario Digital RD*, *Panamá 24h* o *Notimérica*
- Medios especializados como *Cinemanía*, *De Cine*, *Panorama Audiovisual* o *Audiovisual 451*
- Medios propios: *Actualidad Nebrija* y red de EGEDA

Ejemplos repercusión en redes

- I Ciclo Cine, Mujer y Educación: Ellas dirigen (marzo) – 4.983 impresiones.
- Presentación CIMUED (mayo) – 2.408 impresiones.
- Mesa redonda en Iberseries (octubre) – 10.071 impresiones

INVESTIGACIÓN

El primer año de la Cátedra ha atendido diferentes objetivos de investigación: actualizar la radiografía sobre la situación de la mujer en la industria audiovisual española; estudiar y comparar la participación femenina en el audiovisual español frente a otros estados iberoamericanos; producir investigaciones acerca de la profesional del audiovisual y del audiovisual español en el mundo.

1. La participación de la mujer en industria audiovisual española

España vive una etapa de crecimiento en la industria audiovisual, determinada por la implantación en Madrid del centro de producción de Netflix para Europa y un aumento de las inversiones públicas destinadas a convertir nuestro país en el principal exportador comunitario de obras audiovisuales. A este momento dulce se llega después de años de trabajo, en los que se han formado equipos profesionales experimentados y capaces de conseguir una buena factura con presupuestos moderados. Con esta maquinaria engrasada se afronta la demanda de nuevos productos por parte de las plataformas, deseosas de satisfacer tanto a una audiencia creciente de hispanohablantes (casi 600 millones, según el Instituto Cervantes) como a públicos mucho más nicho, pero igualmente relevantes a nivel global, que han conectado con historias de autoría española, como *Veneno* o *Élite*.

En este contexto de oportunidades, cabe preguntarse si las profesionales mujeres están desarrollándose de manera equiparable a los hombres y si se encuentran presentes en términos de equidad en todas las categorías profesionales de la producción audiovisual.

Los últimos datos publicados por CIMA en junio de 2024 (referidos a largometrajes de ficción, animación y documentales) muestran un sector masculinizado, donde la participación femenina alcanza sólo el 38%. Si nos detenemos en los distintos puestos encontramos que las mujeres sólo son mayoría en tres: diseño de vestuario (85%), maquillaje/peluquería (81%) y dirección de arte (64%). Todos ellos centrados en funciones, como la estética o la organización, que tradicionalmente se han asociado a ellas.

La dirección de producción alcanza cifras de equidad (51%) y el resto presenta un claro desequilibrio, especialmente marcado en las labores técnicas. Así, en dirección de fotografía encontramos sólo a un 19% de representación femenina, en sonido un 24% y en efectos especiales (VFX) un 30%. Las mujeres tampoco cuentan con fácil acceso a las posiciones de liderazgo, de forma que sólo se registra un 31% de productoras ejecutivas, un 29% de directoras y un 35% de guionistas.

En el ámbito de las series las cifras son semejantes. Un estudio de Jessica Izquierdo y Teresa Latorre realizado entre 2016 y 2022 sitúa en un 35% la participación femenina en las series de ficción y películas producidas para las grandes plataformas. De nuevo las competencias técnicas son asumidas mayoritariamente por hombres, que son, por mostrar un ejemplo, el 92,9% de los directores de fotografía. También en los puestos de toma de decisiones la masculinización persiste: sólo encontramos un 19% de directoras, un 26,6% de guionistas y un 33,1% de productoras ejecutivas. Además, las mujeres suelen trabajar en equipos mixtos, especialmente en la dirección, donde no es habitual que asuman el mando en solitario, ni que integren equipos formados exclusivamente por directoras.

Además de los datos cuantitativos, la Cátedra Nebrija-EGEDA-Platino EDUCA en Cine, Mujer y Educación profundiza en esta situación de falta de equidad desde un enfoque cualitativo y recaba la valoración expresada por las propias profesionales. Estas coinciden a la hora de identificar como principales obstáculos la falta de presupuesto y el encasillamiento en determinados géneros. Dos factores que se encuentran muy relacionados, ya que no se confía en la mujer para liderar grandes producciones y se la encasilla en la comedia romántica o las historias intimistas. La llamada “mirada femenina” se constriñe a creaciones de bajo presupuesto, lo que limita sus posibilidades de asumir un abanico más amplio de historias y formatos. Sin embargo, esta limitación viene a veces de las propias profesionales, acostumbradas a sacar mucho rendimiento de recursos limitados y temerosas de pedir más.

Las dificultades para conciliar trabajo y familia son otra cuestión recurrente, que en el sector audiovisual se agudizan por la intensidad de los rodajes y la necesidad de trabajar a menudo en distintas localizaciones. Algunas producciones han empezado a tener en cuenta este aspecto facilitando espacios para que las madres puedan llevar a sus hijos a las grabaciones. Pero se trata de una iniciativa puntual, que está lejos de considerarse necesaria.

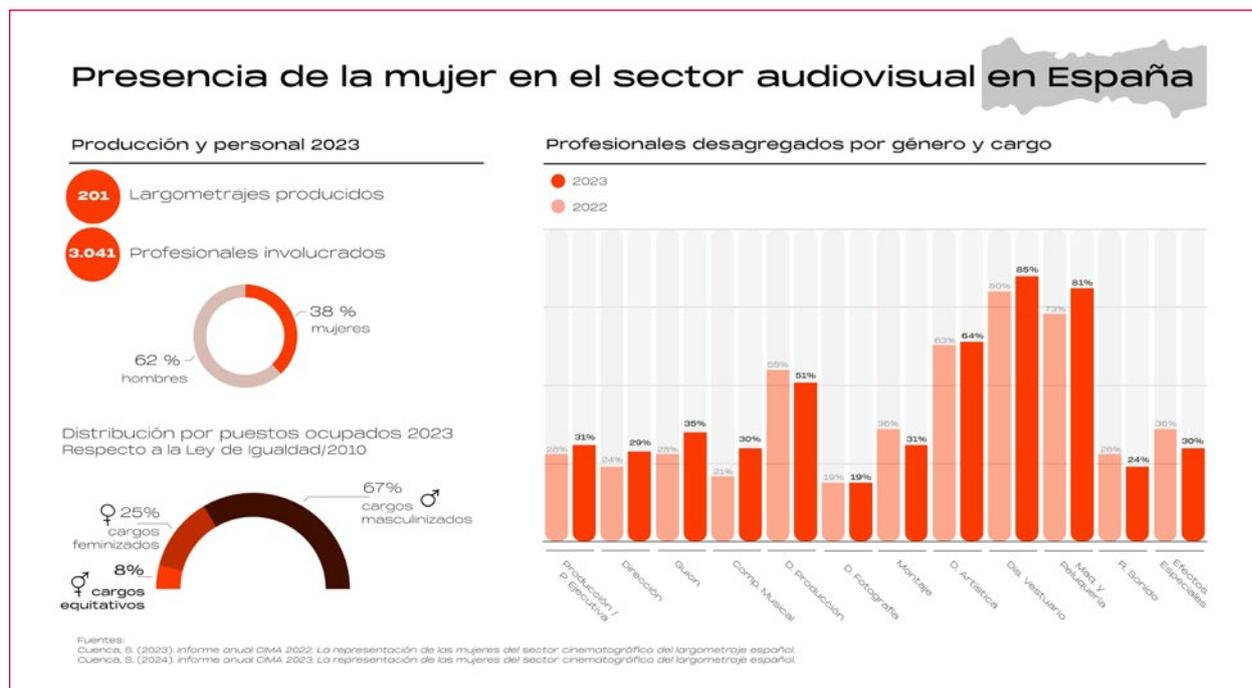
Las mujeres entrevistadas por CIMUED y que representan a las 12 categorías profesionales que según CIMA y el Observatorio Europeo del Audiovisual conforman un equipo audiovisual (dirección, guion, producción, interpretación, dirección de foto, dirección de arte, sonido, montaje, efectos especiales, composición musical, vestuario y maquillaje-peluquería) sienten que hay que ser excepcional para llegar a los puestos de toma de decisiones y perciben como uno de los principales problemas tener que demostrar continuamente su valía.

Lamentan que sus colegas masculinos al frente de cargos de responsabilidad no estén sometidos al mismo escrutinio. La presión que sienten agudiza el famoso síndrome de la impostora, que para muchas está presente a lo largo de toda su carrera.

Los testimonios recabados exponen juicios críticos, pero transmiten al mismo tiempo actitudes esperanzadas. Los datos indicados son mejores que los de años anteriores y poco a poco las mujeres se van situando en la industria. Políticas públicas como las cuotas e iniciativas por la inclusión impulsadas por algunas plataformas han contribuido a generar oportunidades, aunque en la otra cara de la moneda se admite que estas acciones pueden utilizarse también para cuestionar la valía femenina.

Dentro de esta tendencia de afianzar la participación de la mujer resulta vital construir referentes en cada una de las profesiones del audiovisual. Hay una necesidad de demostrar a las nuevas generaciones, de niños y niñas, que ellas pueden dirigir, producir, escribir, componer o asumir cualquier tarea técnica. Si no se visibiliza la presencia femenina en todos estos ámbitos, difícilmente acabaremos con la falta de equidad que arrastra el sector.

Figura 1.
Presencia de la mujer en el sector audiovisual en España



Fuente: Cuenca, S. (2023). Informe anual OMA 2022: La representación de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español.

Publicaciones científicas y participación en congresos de investigación 2024

- Saavedra, M., Herrero, M., y Gago, R. (2024). Valeria y el liderazgo femenino en la ficción seriada. *Revista de Comunicación*, 23(1), 535-553.
- Saavedra, M., Herrero, M. y Gago, R. (2024). Ideation, direction and executive production: women in decision-making in the audiovisual industry. The case of Spain. *Bulletin of Spanish Visual Studies*, 8(1). Artículo aceptado, publicación en septiembre de 2025.
- Saavedra, M., Gago, R. y Herrero, M. (2024). *La creación femenina en las series de ficción españolas de Netflix: de Hache a El cuerpo en llamas*, Congreso Internacional de Creadoras en el Audiovisual, Universitat Jaume I de Castellón, 27 noviembre.

Otras contribuciones de divulgación:

- Saavedra, M., Gago, R., Herrero, M. y Grijalba, N. (2024). Investigar para avanzar hacia una sociedad más igualitaria. *Revista Nuestra*, marzo.
- Herrero, M., Saavedra, M. y Gago, R. (2024). Pocas mujeres en la creación audiovisual española. *Revista Nuestra*, noviembre.

2. Comparativa Iberoamericana

La Cátedra ha invertido su primer año, además, en analizar y comparar la situación de la mujer en la industria audiovisual iberoamericana. Cada año, CIMUED seleccionará un país para centrar su investigación y, en este caso, ha sido México. Cabe apuntar, que 2024 ha sido el año de análisis e investigación y que parte de la producción científica derivada se publicará en 2025, ampliando el estudio al siguiente año. Asimismo, las oportunidades de representación que ha generado la Cátedra nos han permitido un primer acercamiento a otros estados: Portugal, con la participación en unas jornadas de investigación de la Universidad Nova de Lisboa; Argentina, con la intervención en la mesa redonda sectorial de Iberseries & Platino Industria; y de Colombia, con una primera publicación de divulgación sobre este mercado en Panorama Audiovisual. Colombia será el país por analizar en 2025, cuya producción derivada se estima para 2026.

Apuntemos ahora las principales conclusiones del estudio sobre México.

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 audiencias fragmentadas. 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 600 millones de personas de habla hispana.

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. Según UNCTAD, el aporte del sector cultural, o industrias creativas, al Producto Interior Bruto de México llega casi al 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

Los anuarios de IMCINE únicamente abordan la producción de largometrajes (ficción, documental y animación) y 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. Indican que las mujeres constituyen el 39,5% de las personas involucradas en actividades de producción cinematográfica y audiovisual en México.

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 cinefotografía de largometrajes.

La categoría con mayor presencia femenina es producción, seguida de guionismo, dirección y cinefotografía; así la principal aportación femenina tiene que ver con la organización, seguida de la creatividad. De manera histórica, las mujeres han participado más en proyectos documentales que en otros géneros cinematográficos.

Como en el caso español, tras el análisis de los datos cuantitativos oficiales, CIMUED procedió al estudio cualitativo. 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 preguntadas 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. A pesar de 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.

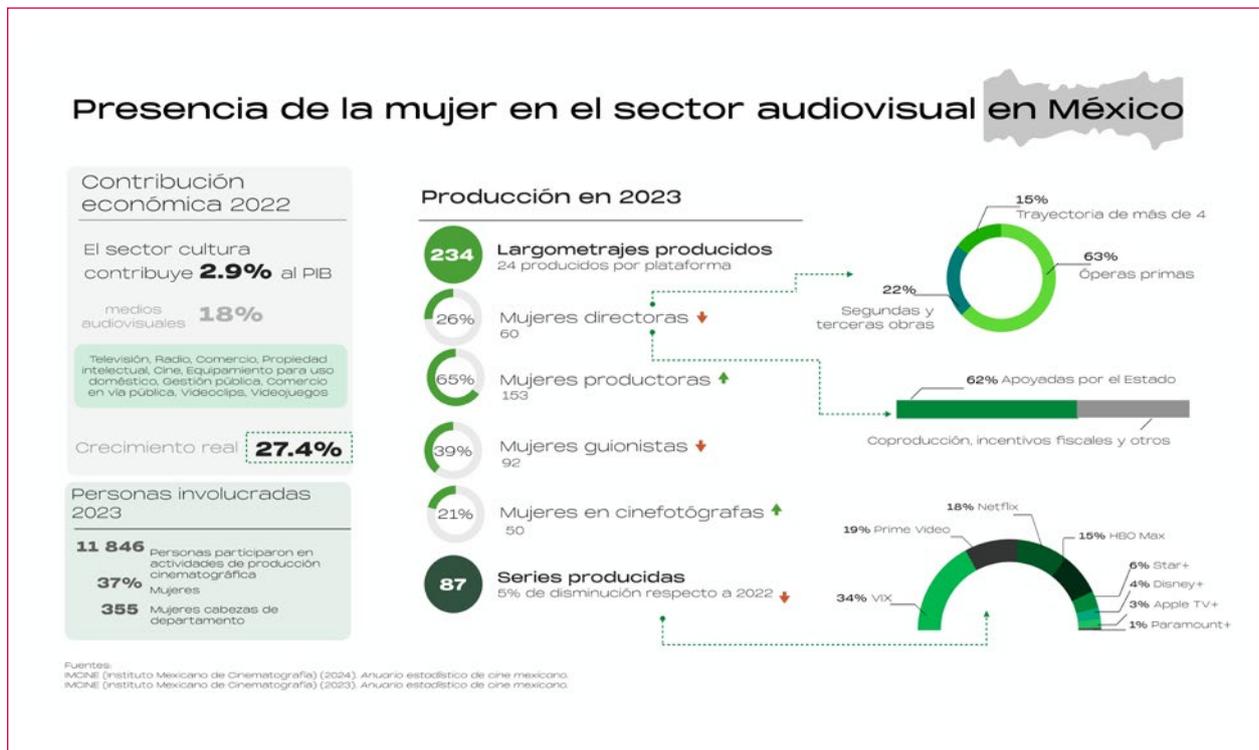
La contribución de las plataformas está siendo notable en este proceso hacia la equidad, ya que la mayoría practica políticas que promueven la paridad en sus equipos. También la legislación mexicana ha favorecido los mencionados cambios, por la implantación de cuotas de participación femenina. La mayoría 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.

Con relación a esto último, 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 imposibilita 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, el físico, 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.

Figura 2.
Presencia de la mujer en el sector audiovisual en México



Fuente: OMA (2023). Anuario estadístico de la mujer en el audiovisual mexicano.

Publicaciones científicas y participación en congresos de investigación 2024

- Saavedra, M., Herrero, M., Gago, R., y Ángeles, C. (2024). La participación de la mujer en la creación de series para plataformas y SVOD: comparativa entre México y España. *INVORTEX. Estudios de cine y comunicación*, 2(1).
- Herrero, M., Saavedra, M., Gago, R., y Ángeles, C. (2024). *Mujeres en la industria audiovisual de España y México*. Encuentro internacional As mulheres nos sectores do cinema e audiovisual em Portugal e Espanha, Universidad Nova de Lisboa, 9 de mayo.
- Saavedra, M., Herrero, M., Gago, R., y Ángeles, C. (2024). *La participación de la mujer en las industrias audiovisuales de México y España*. VII Coloquio de Investigación en Comunicación de la UDEM (Monterrey, México), 18 de abril.

Otras contribuciones de divulgación:

- Saavedra, M., Gago, R., Herrero, M. y Grijalba, N. (2024). Más mujeres en la creación audiovisual iberoamericana. *Revista Panorama Audiovisual Iberoamericano*, octubre.
- Herrero, M., Ángeles, C., Farji, S., Saavedra, M., Gago, R. (2024). *La mujer en la industria audiovisual: momento de oportunidad*. *Panorámica España, México, Argentina*. IV Iberseries & Platino Industria, 4 de octubre.

3. Las profesionales del audiovisual y el audiovisual español en el mundo

La Cátedra ha favorecido también desde sus investigaciones la producción vinculada o bien al estudio de profesionales mujeres y la creación, así, de un catálogo de referentes; o al análisis de la producción nacional y su impacto en el mundo, para poder tener el contexto de oportunidades que ofrece el mercado.

En el primer campo, se incluye la participación en el **II Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital** en el que se presenta la siguiente propuesta.

Por un lado, un estudio de la viralidad y el empoderamiento que Agnès Varda, al fallecer, ha logrado en redes sociales, transmitiendo su obra a nuevas generaciones. Agnès Varda (1928-2019) fue una de las pocas mujeres directoras de su generación y precursora del movimiento cinematográfico de la *nouvelle vague* en España; rodó más de cuarenta películas, entre largometrajes y cortometrajes, de ficción y documental. La investigación se centra, además, en las fórmulas de trabajo y narrativas de la directora, que se aproximan a las prácticas cotidianas que los nativos digitales exponen y llevan a cabo en las redes sociales.

En el segundo bloque, destaca la participación de los investigadores de CIMUED en el Anuario del Instituto Cervantes 2024, **El español en el mundo**, presentado el 30 de octubre. Se trata de la publicación académica con mayor impacto global sobre la situación del español en el mundo, en la que se actualizan cada año los datos principales sobre la lengua española y se estudian aspectos relevantes sobre la presencia internacional de la cultura hispánica. La participación versa sobre la situación de la industria audiovisual española y en español en el mundo y cómo las series de ficción son espejo de la transformación social y motor de atracción hacia el país, su cultura y su lengua.

La situación de la industria audiovisual española se mantiene estable, revela el texto, y dentro de las predicciones de crecimiento estipuladas que auguraban un desarrollo del sector del 3,3% entre 2020 y 2024, por encima de la media mundial del 2,8 % (Price Waterhouse Coopers y PATE, 2023). El audiovisual constituye cerca de un 30% del total de las industrias culturales en España, que representan un 3,3 % del Producto Interior Bruto español y generan 700.000 empleos directos (Sánchez Castejón, 2024).

De hecho, para el Ejecutivo, es un sector estratégico, con capacidad de crear empleo y máxima conexión con el área de tecnología y digitalización; y, con una inversión de más de 1.600 millones de euros, pretende aumentar la producción un 30% hasta 2025, bajo el proyecto *Spain Audiovisual Hub* (Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, 2023).

España es el sexto país de la Unión Europea en número de títulos producidos, si tenemos en cuenta el global de las creaciones, por detrás de Alemania, Francia, el Reino Unido, Holanda e Italia; y el quinto en número de horas de producción, después de Alemania, el Reino Unido, Francia e Italia (European Audiovisual Observatory, 2022). Sin embargo, si solo se contabilizan los títulos de ficción realizados para plataformas, el Observatorio Europeo del Audiovisual (2023) señala a España como líder, junto al Reino Unido, con 39 producciones en 2022. 2023 se cerró con registros aún más destacados para España, llegando a producirse 53 series, un 33,12% del total de las producciones europeas (GECA, 2024).

Con el apoyo público y la apuesta de las SVOD (*subscription video on demand*, en inglés), España logra una importante posición en la exportación de cine y televisión, y se convierte en un foco de atracción de inversión extranjera gracias, principalmente, a la fuerza de su lengua, el comercio y los lazos diplomáticos, sobre todo con Estados Unidos y Latinoamérica (Oliver & Ohlbaum Associates Ltd., 2022).

El informe de GECA (2021), en sintonía con estos datos, indica que la explosión y el empuje de las plataformas dibujan un panorama cada vez más similar al estadounidense y, claramente, diferente del europeo. Por su parte, EGEDA (2023) explica que el crecimiento se mantiene avivado por un nuevo aumento de la inversión por parte de los actores globales, defendiendo la unidad de productores y creadores iberoamericanos para consolidar la industria, potenciar el español y los nexos culturales de los diferentes estados, creando así un catálogo diverso, competitivo y saludable.

Los profesionales de la industria audiovisual, entrevistados en investigaciones previas (Gago, Saavedra y Grijalba, 2022), coinciden en apuntar seis motores de la llamada “edad de oro” de las series de ficción españolas.

- 1 La competitividad de la producción española, fruto de una industria asentada y dinámica.
- 2 Bajos costes de producción respecto a otros mercados y alcanzando, a pesar de ello, un alto nivel técnico y una factura final talentosa.
- 3 La geolocalización del país, unida a un alto número de horas de luz óptimas para rodaje y a una potente red de transportes, que nos convierten en un atractivo plató para gran parte de las producciones.
- 4 El idioma español, clave imprescindible que ha hecho que la producción estatal haya pasado de ser local a internacional. Ahora ya no se produce para un público local, sino que las plataformas hacen que las miradas se expandan y se produzca para la globalidad, qué mejor si hay una comunidad con 600 millones de hispanohablantes. Además, la lengua es un elemento importante de proximidad cultural que hace que nuestras historias conecten con otros públicos y, por otro lado, en el caso de la internacionalización de productos televisivos, además, la circulación en un mismo espacio idiomático reduce los costes de doblaje, subtitulación y/o adaptación que suelen ir vinculados a la importación de producciones en lenguas extranjeras.
- 5 El diseño de tramas y argumentos de las historias: donde la pasión y el valor de lo emocional resaltan por encima de otros recursos.
- 6 Unido a esto, encontramos el sexto pilar, la libertad creativa, una cierta independencia temática que pretende reivindicar realidades no tan aceptadas en otras latitudes.

El éxito de las ficciones españolas provoca, además de la consolidación de la industria audiovisual, otras consecuencias positivas para la economía y la cultura nacional. De esta forma, tal y como afirma Straubhaar (2002), las series de ficción se convierten en vehículos de capital cultural, ya que los proyectos audiovisuales, en este caso, son representativos de cada comunidad: mantienen el idioma original del país de producción y cuentan con la participación de profesionales nativos.

Ante esto, el informe que presentamos en el Instituto Cervantes incluye una valoración sobre el crecimiento del turismo de pantalla, motivado por la localización de escenarios reales de nuestra geografía; y el aumento en el interés del aprendizaje del español. El vínculo emocional que los espectadores y las comunidades de *fandom* establecen con las obras es, en ocasiones, tan potente, que necesitan una inmersión total en el país de origen de la producción: visitan sus localizaciones, estudian sus tradiciones y monumentos, hasta deciden aprender el idioma en el que se desarrolla la producción.

Publicaciones científicas y participación en congresos de investigación 2024

- Saavedra, M., Grijalba, N. y Gago, R. (2024). Las series de ficción, espejo de la transformación social y motor de atracción hacia el país, su cultura y el español. En Instituto Cervantes (2024). *Anuario 2024. El español en el mundo*. McGraw Hill.
- Grijalba, N. (2024). *Capacidad discursiva y viral de Agnès Varda: narrativas híbridas de alcance social y político*. II Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital, Universidad Nebrija, Madrid, 14 y 15 de noviembre.





www.nebrija.com



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Cátedra Nebrija-EGEDA-Platino
Educa en Cine, Mujer y Educación

