

Representación gráfica de la mujer en el cine español: Análisis gráfico de pósteres de películas nominadas a los Goya desde 2018 a 2023

Julia de Miguel Casado, Universitat Oberta de Catalunya, juliademiguel@uoc, <https://orcid.org/0009-0002-9178-0075>

Jennifer García Carrizo, Universidad Rey Juan Carlos, jennifergarciacarrizo@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0264-1931>

//Recepción: 13/10/2023; Aceptación: 05/02/2024; Publicación: 20/03/2024

Resumen

Se investiga la representación gráfica de la mujer en el cine español a través de 30 películas nominadas como “mejor película” en los Premios Goya entre 2018 y 2023. Se examinan los carteles principales de las 19 películas que superan el Test de Bechdel (1986), considerando variables de diseño gráfico como línea, dirección, forma, composición, color, tipografía, encuadre y ángulo. El 63,3% de los carteles analizados logra una destacada representación femenina, empleando recursos como el primer plano (44,44%) y el ángulo natural (66,66%) para resaltar a la mujer como centro de interés en un 84,21% de los casos analizados.

Palabras clave

Mujer; cine; España; cartel; diseño gráfico

Graphic representation of women in Spanish Cinema. Graphic analysis of Goya-nominated film posters between 2018 and 2023.

Abstract

The graphic representation of women in Spanish cinema is analysed through 30 films nominated for the “Best Film” category at the Goya Awards between 2018 and 2023. We examine the main posters of the 19 films that pass the Bechdel Test (1986), considering graphic design variables such as line, direction, shape, composition, colour, typography, framing and angle. As a result, 63.3 % of the posters analysed achieved a prominent female representation, using resources such as the foreground (44.44 %) and the natural angle (66.66 %) to highlight women as a centre of interest in 84.21 % of the cases analysed.

Keywords

Women; cinema; poster; graphic design; Spain

Jennifer García Carrizo es beneficiaria de una Ayuda para Contratos Juan de la Cierva (FJC2020-044083-I).

cómo citar este artículo: de Miguel Casado, Julia; García Carrizo, Jennifer (2024) “Representación gráfica de la mujer en el cine español: Análisis gráfico de pósteres de películas nominadas a los Goya desde 2018 a 2023”. *grafica*, 25, pp. 59_69. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.341>

Introducción

El cine, como reflejo de la sociedad y sus dinámicas culturales, desempeña un papel fundamental en la promoción de la igualdad de género y la representación de la mujer (Arranz et al., 2011; Bini-melis, 2016). En los últimos años, la cuestión de cómo se retrata a las mujeres en la gran pantalla ha ganado una atención cada vez mayor en todo el mundo, y España no es una excepción (Anguiano y González, 2020).

Desde el auge del feminismo en 2018, la sociedad ha experimentado un cambio hacia un entorno más equitativo en todos los aspectos (Cobo, 2018). En este nuevo contexto feminista, esta investigación se centra en cómo ha evolucionado la representación de la mujer en el cine desde esta fecha, hasta 2023. Así, se pretende conocer si la mujer está representada en las películas en sí y de qué manera se traslada esto al diseño de los pósteres principales y/o promocionales de dichas películas.

En los últimos años, se han llevado a cabo diversas investigaciones que exploran la representación de la mujer en el cine, abarcando desde enfoques más generalizados (véase Bernárdez, 2015; Guarinos, 2008) hasta análisis más específicos que emplean el Test de Bechdel para evaluar la representación femenina en películas (véase Monroy Rodríguez, 2020; De Almeida, 2012). Asimismo, otros estudios se han focalizado en el análisis de pósteres cinematográficos, indagando en la composición (véase Ledezma, 2012), el diseño gráfico (véase Juárez Aguilar, 2018; Luna, 2016) o la comunicación visual (véase Sánchez de Lucas, 2018; Santanilla Cala, 2009). A diferencia de investigaciones anteriores, este trabajo no solo actualiza datos de 2018 a 2023, sino que se distingue al integrar dos ámbitos aparentemente separados: la representación femenina en las películas y su visualización en pósteres a través del diseño gráfico.

La novedad de este análisis radica en su capacidad para arrojar luz sobre cómo el cine español está respondiendo a las demandas de igualdad de género y cómo está contribuyendo a moldear la percepción de la sociedad sobre el papel de las mujeres en la cultura y en la vida cotidiana. Mediante un examen detallado de las películas nominadas a los Premios Goya, se busca contribuir al diálogo sobre la representación de la mujer en el cine y su impacto en la sociedad española.

Objeto de estudio

El objeto de estudio de esta investigación son las películas nominadas a los Premios Goya entre 2018 y 2023 en la categoría “Mejor Película”. El

objetivo principal de esta investigación es identificar tendencias y patrones en la representación de la mujer en las películas nominadas a los Premios Goya en la categoría “Mejor Película” entre los años 2018 y 2023. Se pretende analizar si existen cambios en la forma en que las mujeres son representadas en el cine español durante este periodo, tomando en consideración factores como la conciencia creciente sobre la igualdad de género en la sociedad. La investigación se centra no solo en la presencia de personajes femeninos, sino también en su relevancia en la trama y en la dirección de los largometrajes.

En este sentido, los objetivos secundarios de este estudio son:

- Evaluar si la industria cinematográfica española se ha sumado a la corriente feminista, analizando las películas nominadas a los premios goya en la categoría “mejor película” entre 2018 y 2023.
- Examinar cómo se refleja visualmente la representación de la mujer en los pósteres de las películas estudiadas. Esto implica identificar y analizar los recursos gráficos utilizados para retratar a los personajes femeninos en la primera impresión visual que el público tiene de la obra cinematográfica.
- Determinar si ha habido avances en la representación de las mujeres en el cine español, no solo cuantitativamente, sino también en términos de la calidad de su representación en términos de relevancia en la trama y dirección de los largometrajes.
- Obtener una imagen clara de cómo se representa gráficamente a las mujeres en el cine español, lo que implica comprender visualmente cómo se proyectan los roles y la presencia de las mujeres en los pósteres de las películas nominadas a los Premios Goya.
- Proporcionar una comprensión más profunda de si el cine español refleja los movimientos sociales contemporáneos y cómo comunica esta reflexión al público a través del diseño, utilizando los pósteres como medio de expresión visual.

Fundamentación teórica

La cuarta ola del feminismo

En la actualidad, nos encontramos inmersos en lo que se ha definido como la cuarta ola del feminismo, un movimiento caracterizado por su enfoque en la lucha contra todas las formas de violencia hacia las mujeres, un problema persistente que afecta a nivel global y que ha permeado en la vida de mujeres de todas las edades y estratos socia-

les (Aguilar Barriga, 2020). Esta ola se distingue por su renovado énfasis en la interseccionalidad, la inclusión y el uso de recursos online para el activismo feminista (Posada, 2018).

Amparo Rubiales (2018) señala que la cuarta ola del feminismo comenzó a tomar forma con las manifestaciones de mujeres estadounidenses en respuesta a la ascensión de Donald Trump al poder, y posteriormente se vio impulsada por el movimiento #MeToo, culminando en las masivas manifestaciones del 8 de marzo de 2018 en todo el mundo.

De este modo, el feminismo se ha convertido en un aspecto omnipresente en la vida cotidiana, y cada vez son más las personas que, a través de sus acciones diarias, manifiestan su compromiso con la igualdad de género (Green, 2017; Arán-guez Sánchez, 2019). Este compromiso también ha permeado en la cultura, y específicamente en el ámbito del cine, que es el foco de atención en este artículo.

La representación de la mujer en el cine.

Cuando los espectadores se sumergen en una película, temporalmente aceptan la verosimilitud o la realidad de lo que están viendo, a pesar de reconocer que se trata de una creación imaginaria (López-Iglesias y Bellido-Blanco, 2023). Este fenómeno se conoce como “la suspensión de incredulidad”, concepto acuñado por Samuel Taylor Coleridge en su obra “*Biographia Literaria*” en 1817. Durante esta suspensión de incredulidad, el público se sumerge en la obra y acepta temporalmente la “realidad” que presenta, lo que otorga a la historia un mayor impacto emocional y persuasivo (Bernárdez, 2015).

Sin embargo, a menudo esa “supresión de incredulidad” se olvida por parte del espectador y, consiguientemente, ente, gran parte de nuestra comprensión del mundo que nos rodea está influenciada por las representaciones audiovisuales y los medios de comunicación, que desempeñan un papel fundamental en la construcción de conocimientos sociales y en la definición de la imagen de la mujer, siendo esencial su contribución al feminismo (Bernárdez, 2015). Consiguientemente, la representación de la mujer en el cine juega un papel fundamental en la forma en que percibimos y comprendemos a las mujeres en la sociedad

El cartel cinematográfico.

Los pósteres cinematográficos funcionan como la portada de un libro: son la primera impresión visual que las personas tienen de una película y a menudo son la única fuente de información visual

que el espectador tiene antes de tomar la decisión de visionar o no el largometraje (Cardozo, 2022).

En un mercado cinematográfico saturado, donde se estrenan innumerables películas cada día, los carteles tienen la difícil tarea de destacar y atraer la atención del público. Es el escaparate que debe seducir al espectador en un instante (Rolo y Kattau, 2019). Por lo tanto, su eficacia es crucial para atraer audiencias y garantizar el éxito en taquilla de cualquier producción (Pérez Rufi, 2011).

El cartel debe transmitir la esencia de la película, su género, su tono, es una reflexión de sí misma, de su trama y de sus personajes principales (Perales, 2017). Además, debe capturar la atención del espectador y despertar su curiosidad mediante un diseño visual impactante que combine elementos gráficos y textuales de manera efectiva.

En este contexto, el estudio de la representación de la mujer en los pósteres cinematográficos es especialmente relevante: el diseño del cartel influye en la percepción de la película en sí, pero, además, puede reflejar y perpetuar estereotipos de género. Es por ello por lo que, conocer la representación de las mujeres en los carteles es un paso importante hacia una industria cinematográfica más inclusiva y equitativa.

Metodología.

A nivel metodológico, esta investigación se divide en dos fases. En la fase 1, el propósito principal es examinar si las películas cumplen con el Test de Bechdel en cuanto a la representación de personajes femeninos, herramienta fundamental “para hacer visible la desigualdad de género en el cine” (Freitas et al., 2016, p. 35). En la fase 2, se pretende analizar de qué manera esta representación se refleja en los elementos visuales de los carteles principales promocionales asociados a estas películas tomándose estudios previos como referencia sobre el análisis gráfico general (como Dondis, 2000; Joly, 2003; Montes y Vizcaíno, 2015) y específico de carteles y portadas (véase Sánchez De Lucas, 2018; Vicente-Fernández y Arroyo-Almaraz, 2021).

El instrumento utilizado en la fase 1 es el Test de Bechdel, una herramienta conceptualizada por Alison Bechdel en 1985 a través de su tira cómica “The Rule” (Bechdel, 1986). Este test busca visibilizar la desigualdad de género en el cine mediante la evaluación de la representación de personajes femeninos en las películas. Originalmente, el test incluía tres condiciones: 1) la presencia de al menos dos personajes femeninos, 2) su interacción en algún momento de la trama, y 3) una conversa-



Figura 1.
Ejemplo de ficha de análisis gráfico realizado. Fuente: elaboración propia.

ción entre ellas sobre un tema que no involucrara a un hombre. Con el tiempo, se ha incorporado una cuarta característica, actualizándose así el instrumento y, actualmente, se exige que los personajes femeninos estén identificados individualmente con nombres (Selisker, 2015). La inclusión de la cuarta característica con respecto a la identificación individual de los personajes femeninos subraya la adaptabilidad de este instrumento a los cambios culturales y sociales. Consecuentemente, el Test de Bechdel sigue siendo relevante y útil en la actualidad debido a su capacidad para resaltar y evidenciar patrones de representación de género en el cine. Aunque su origen se remonta a 1985, su adaptabilidad y capacidad para poner de manifiesto la falta de diversidad en la representación de mujeres en películas lo han mantenido vigente, tal y como demuestran estudios recientes (Bouchat, 2019; Stigsdotter, 2022; Valentowitsch, 2023; Nguyen, 2023).

Partiendo de esta idea, en la fase 1 se toma como unidad muestral las películas nominadas en la categoría "Mejor película" en los Premios Goya entre 2018 y 2023. Así, se tienen en cuenta las 30 películas que son las consideradas como mejores en sus respectivos años, de acuerdo con la evaluación de más de 1.200 miembros del ju-

rado de la Academia de Cine. A continuación, se incluye una lista de los 30 largometrajes sobre los que se aplica el Test de Bechdel:

Adú	Alcarrás
Ane	As bestas
Campeones	Carmen y Lola
Cinco lobitos	Dolor y Gloria
El autor	El buen patrón
El reino	Entre dos aguas
Handia	Intemperie
La boda de Rosa	La librería
La maternal	La trinchera infinita
Las niñas	Libertad
Madres paralelas	Maixabel
Mediterráneo	Mientras dure la guerra
Modelo 77	O que arde
Sentimental	Todos lo saben
Verano 1993	Verónica

En la fase 2, se toman aquellos que superan dicho Test y se seleccionan sus carteles para ser analizados descriptivamente en función de su diseño y una serie de variables claves en el mismo: composición, líneas, dirección, formas y contornos, color, tipografía, encuadre, ángulo, iluminación, pose y mirada, funcionalidad de la imagen y la presencia (o no) de personajes femeninos en

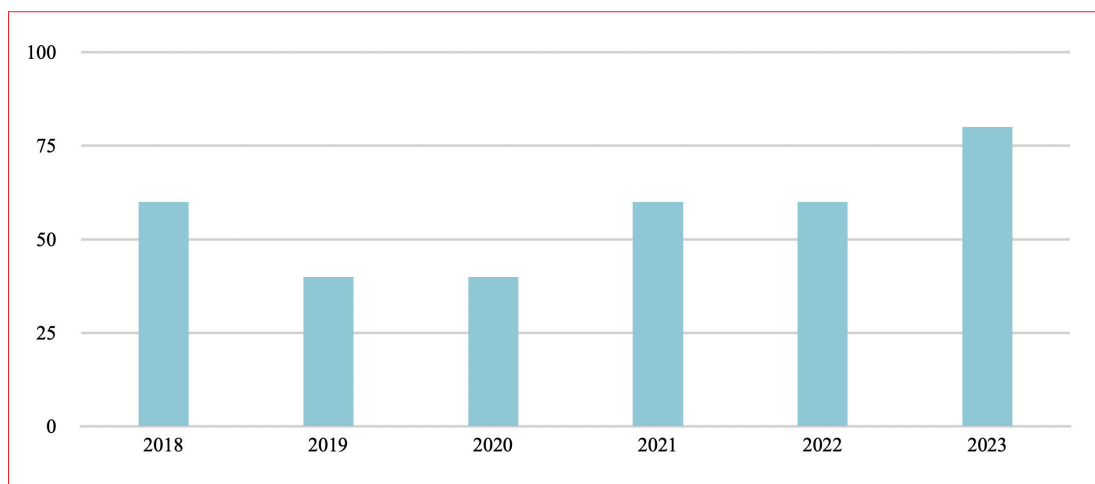


Figura 2.
Evolución entre 2018 y 2023 del porcentaje de películas analizadas que supera el Test de Bechdel. Fuente: elaboración propia.

el póster (ver figura 1). También se analiza si la mujer es el elemento clave en el póster, el tamaño que ocupa la mujer, el plano de la mujer, su expresión y ángulo de presentación. Nótese que estas variables de análisis han sido determinadas a través de la consulta de estudios similares vinculados al análisis del cartel y a la representación femenina (véase Flores y Montes, 2017; Porcel, 2018; Tabuenca et al., 2020; Machado, 2020; Terras et al., 2021; Kora, 2021; Vivas, 2023). Además, el análisis analizado al cartel de cada largometraje se recoge en una ficha similar a la aquí presentada en la figura 1. Todas las fichas resultantes de dicho análisis se incluyen en el Anexo I y han sido publicadas en abierto en Zenodo bajo el doi.org/10.5281/zenodo.8423126.

Así, con el fin de conocer cómo se representa a las mujeres en el cine mediante el diseño y de qué manera se realiza este proceso, se tienen en cuenta los elementos formales, como los componentes gráficos empleados, y se busca comprender los signos presentes en el mensaje visual para entender la manera en que el diseñador ha estructurado dicho mensaje, explorando también semántica de los elementos visuales utilizados.

Desarrollo y resultados

Fase 1: Aplicación del Test de Bechdel sobre las películas nominadas en la categoría “Mejor película” en los Premios Goya entre 2018 y 2023

Mediante la aplicación del Test de Bechdel a las treinta películas nominadas en la categoría “Mejor película” en los Premios Goya entre 2018 y 2023 y citadas anteriormente, se observa que

19 de 30 sí logran cumplir con los criterios establecidos en dicho Test. En otras palabras, el 63,3% de las películas analizadas en la fase 1 superan el Test de Bechdel.

Al realizar un desglose anual, se observa una evolución favorable en los últimos años en lo que respecta a la representación femenina en el cine español: mientras que en los años 2019 y 2020 solo un 40% de películas cumplen con el Test de Bechdel, en 2021 y 2022, el 60% de las películas nominadas incluyen representación femenina, y en 2023 un 80% de películas pasan favorablemente el Test (figura 2).

Por otro lado, al observar la relación entre el cumplimiento del Test de Bechdel y el género de la persona encargada de la dirección del largometraje, se aprecia que 10 películas de las 30 analizadas son dirigidas por mujeres y el 100% de ellas logran superar el Test. Por otro lado, son 20 de 30 los largometrajes dirigidos por hombres y solo 9 de ellas superan el Test, lo que supone un porcentaje del 45% de todos los dirigidos por hombres.

Fase 2: Análisis gráfico de las películas nominadas en la categoría “Mejor película” en los Premios Goya entre 2018 y 2023 que superan el Test de Bechdel.

Partiendo del análisis realizado en la fase 1, se seleccionan las 19 películas que han superado el Test de Bechdel para continuar con el análisis gráfico de sus pósters. Este análisis se realiza principalmente en torno a dos aspectos principales: 1) aspectos vinculados a la representación de la figura femenina en el cartel (tipo de plano,

Película	Solo ♀	N.º ♂	N.º ♀	♀ centro de interés	Tamaño ♀	Tipo de plano de la ♀	Expresión ♀	Pose ♀	Ángulo ♀	Color principal	Tipografía	Color tipografía	Caja tipografía	Ubicación tipografía	
														Vertical	Horizontal
Adú	No	5	1	No	1/3	1 ^{er}	Neutra	Perfil	Natural	Verde	Moderna	Rojo	Alta	Inferior	Centro
As bestas	No	3	1	No	2/3	1 ^{er}	Neutra	Frente	Natural	Marrón	Moderna serifa	Blanco	Alta	Inferior	Centro
Libertad	Sí	0	1	Sí	2/3	Gral.	Neutra	Frente	Cenital	Azul	Moderna	Amarillo	Alta	Superior	Centro
Carmen y Lola	Sí	0	2	Sí	1/3	1 ^{er}	Feliz	Arriba	Contra-picado	Rosa	Moderna	Rojo	Alta	Superior	Centro
Maixabel	No	1	1	Sí	2/3	1 ^{er}	Orgullo	Perfil	Contra-picado	Marrón	Moderna	Blanco	Alta	Inferior	Centro
Alcarrás	No	3	4	Sí	1/3	Gral.	N/A	Perfil	Natural	Naranja	Moderna	Crema	Alta	Inferior	Centro
O que arde	Sí	0	1	Sí	2/3	Gral.	N/A	Espalda	Natural	Verde	Clásica	Blanco	Alta	Inferior	Centro
La maternal	Sí	0	6	Sí	1/3	Medio	Feliz	N/A	Natural	Rosa	Moderna	Blanco	Alta	Superior	Centro
La boda de Rosa	Sí	0	1	Sí	3/3	Medio	Feliz	Frente	Natural	Rojo	Caligráfica	Blanco	Tipo oración	Inferior	Centro
La librería	Sí	0	1	Sí	2/3	Gral.	Neutra	Perfil	Natural	Verde	Moderna	Verde	Alta	Superior	Izq.
Madres paralelas	Sí	0	2	Sí	2/3	Medio	Neutra	Frente	Natural	Rojo	Moderna serifa	Negra	Alta	Superior	Centro
Todos lo saben	No	2	1	Sí	1/3	Medio	Neutra/Feliz	Perfil	Natural	Marrón	Moderna	Rojo	Alta	Medio	Centro
Ane	Sí	0	1	Sí	2/3	Medio	Neutra	Frente	Natural	Marrón	Moderna serifa	Crema	Alta	Medio	Centro
Verano 1993	No	1	2	Sí	1/3	1 ^{er}	Neutra/Feliz	Perfil	Natural	Marrón	Caligráfica	Blanco	Tipo oración	Medio	Izq.
Sentimental	No	2	2	Sí	1/3	1 ^{er}	Placer/Sorpresa	Perfil	Natural	Rosa	Moderna	Amarillo	Alta	Medio	Centro
Cinco lobitos	No	2	3	Sí	1/3	Medio	Feliz	Perfil	Picado	Azul	Moderna	Blanco	Baja	Superior	Centro
Las niñas	Sí	0	1	Sí	3/3	1 ^{er}	Neutra	Frente	Picado	Blanco	Caligráfica	Rojo	Tipo oración	Inferior	Centro
Verónica	Sí	0	1	Sí	2/3	1 ^{er}	Terror	Arriba	Picado	Blanco	Moderna	Rojo	Alta	Superior	Centro
Dolor y gloria	No	1	0	No	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Rojo	Moderna	Amarillo	Baja	Inferior	Izq.

Figura 3.
Síntesis del análisis gráfico de los carteles de las películas nominadas en la categoría “Mejor película” en los Premios Goya entre 2018 y 2023 que superan el Test de Bechdel. Fuente: elaboración propia.

tamaño que ocupa, pose, ángulo, presencia/ausencia de personajes masculinos) y 2) aspectos compositivos del cartel (color, tipografía). Ambos análisis se sintetizan en la figura 3.

El análisis realizado lo relativo a los aspectos vinculados a la representación de la figura femenina en el cartel, de esta que en el 52,63% de los pósteres analizados, aparecen personajes femeninos solos, mientras que en el 47,36% de los casos, los personajes femeninos están acompañados por personajes masculinos. Además, en el 84,21% de los pósteres, las mujeres son el centro de interés, mientras que solo en un 15,78%, están subordinadas a otros centros de interés o personajes masculinos.

En cuanto al espacio que ocupan los personajes femeninos en el póster, en el 11,11% de los carteles analizados, ocupan todo el tamaño, el 44,44% ocupan un tercio del espacio y otro 44,44% ocupan dos tercios del espacio. consiguiendo, las mujeres suelen aparecer en un 44,44% de los casos en primer plano, en un 33,33% en un plano medio y en un 22,22% en un plano general. En términos de expresión facial, el 47,36% tienen una expresión neutra, el 31,57% se muestra feliz, y en un 21,05% se representa con expresiones minoritarias, como el terror y el placer.

En cuanto a los ángulos utilizados para representar la figura femenina en los pósteres, el ángulo natural es predominante en un 66,66% de los casos, seguido del plano picado en un 16,66%, el contrapicado en un 11,11%, y el ángulo cenital en un 5,55%. La postura corporal más común es el perfil, presente en un 42,10% de los pósteres, seguido de la postura de frente en un 31,57%. Solo en una película de las 19 analizadas (0,05%), la protagonista mira directamente al espectador.

Por otro lado, en lo relativo a los aspectos compositivos de los carteles de las películas seleccionadas, destacan aspectos vinculados al color y la tipografía. El 26,31% de los pósteres analizados tiene una composición cromática en la que dominan los colores marrones y los tonos tierra; el 15,78% presenta colores verdes, rosas y rojos y los azules y blancos están presentes en un 10,58% cada uno.

En cuanto al rotulado de los títulos de los largometrajes en los carteles, el 47,36% de los carteles utilizan el color blanco o crema para resaltarlos del fondo, el 26,31%, recurre al rojo y, el 15,78% de los carteles hacen uso del amarillo. También en lo referente a los títulos, cabe destacar que la tipografía moderna prevalece en un 78,94% de los pósteres, mientras que la clásica y la caligráfica están presentes en un 10,52%. Además, el 42,10% de los títulos se encuentra ubicado en la

parte inferior del cartel y el 36,84%, en la parte superior en el eje vertical. En el eje horizontal, el 84,21% de los títulos se colocan en el centro. Predomina la caja alta en un 73,68% de los pósteres, seguido de la tipografía en estilo de oración en un 15,78%, y la caja baja en un 10,52%.

Finalmente, es importante destacar que, de los 19 pósteres analizados, el referente a la película *Dolor y Gloria* no representa a ninguna mujer en su póster, a pesar de haber superado el Test de Bechdel.

Conclusiones

Los principales resultados de la presente investigación, centrada en analizar la representación de la mujer en el cine español a través de sus carteles cinematográficos, respaldan los hallazgos de trabajos previos que resaltan la influencia de la cuarta ola feminista en la cultura contemporánea (Green, 2017). Además, se confirma la idea de que cada cartel constituye una reflexión en sí mismo y sobre los personajes principales de la película (Perales, 2017), en este caso, las mujeres, quienes transmiten sus mensajes a través de elementos como la composición, el color, la forma, el tamaño, la tipografía, entre otros. El análisis de las 30 mejores películas nominadas a los Goya entre 2018 y 2023 revela algunas tendencias interesantes sobre los avances en la representación de la mujer en la industria cinematográfica española.

El 63,3% de las películas en la muestra logra mostrar una representación femenina significativa a través del Test de Bechdel, lo que refleja un avance en términos de equidad de género en la industria cinematográfica. Sin embargo, sigue siendo preocupante que el 36,7% de las películas carezcan de esta representación, subrayando la necesidad continua de trabajar en la inclusión y diversidad de género en el cine español. Como De Almeida (2012) remarca en su trabajo, la mayoría de su muestra analizada pasa el Test, pero con matices, puesto que si aplicáramos el Test de manera inversa (hacer cumplir las tres reglas a los personajes masculinos) todas saldrían victoriosas de manera inequívoca.

Es importante destacar que la mayoría de las películas que incluyen representación femenina presentan a las mujeres como protagonistas en la trama, ya sea en solitario o junto con otros protagonistas. Sin embargo, las películas que no superan el Test de Bechdel muestran una falta significativa de representación femenina cuando las mujeres no forman parte de la trama principal.

Se ha observado una tendencia positiva en el aumento de la representación femenina en las pe-

lículas nominadas a los Goya desde 2018. A pesar de una disminución en 2019 y 2020, los años posteriores mostraron un aumento significativo, alcanzando un impresionante 80% en 2023. Esto refleja una creciente conciencia sobre la importancia de la representación de la mujer en la industria cinematográfica, como también refleja Monroy Rodríguez (2020) en su estudio sobre la representación del género en películas nominadas a los Óscars en 2020.

Otro aspecto relevante, es que todas las películas dirigidas por mujeres analizadas pasaron el Test de Bechdel, lo que sugiere que las directoras están contribuyendo significativamente a una representación más equitativa de las mujeres en el cine. Sin embargo, las películas dirigidas por hombres muestran una variación considerable en la representación de género, con más del 50% de ellas careciendo de una representación significativa de la mujer. Esto evidencia aún más la necesidad de promover la dirección de largometrajes por parte de mujeres en la industria cinematográfica (Domínguez, 2010; Pisters, 2020).

En lo relativo al análisis gráfico de los carteles principales de las películas analizadas, cabe destacar que las mujeres desempeñan un papel central en la mayoría de los pósteres, captando gran parte de la atención visual. Estos pósteres utilizan estratégicamente la imagen de las mujeres para transmitir mensajes y atraer al público, destacando su presencia y relevancia en la trama de las películas. Se observa además una tendencia hacia la representación de las mujeres protagonistas con gestos neutros y expresiones que invitan a la reflexión. Los ángulos naturales y la iluminación suave se utilizan para transmitir cercanía y autenticidad. El diseño tipográfico es principalmente moderno y se ubica en la parte superior o inferior del póster. Las protagonistas femeninas ocupan gran parte del espacio visual. Con todos estos elementos gráficos se busca capturar la esencia de la protagonista y transmitir al espectador una idea sobre su historia y personalidad, cuyo papel en la trama de la película es fundamental (Barney y Kaya, 2019). No obstante, existen una serie de tendencias y diferencias identificadas; cada película tiene su propio enfoque estético y narrativo, muy relacionado con el género del film, lo que demuestra la diversidad en la promoción cinematográfica. Esto tiene relación con el estudio de Sánchez de Lucas (2018), en el que concluye que, una vez que el espectador mira el cartel, ya sabe a qué género pertenece por el uso del encuadre, la pose del modelo o el lenguaje no verbal del modelo.

Aunque estos resultados se limitan a un análisis vinculado a los largometrajes premiados en los

Premios Goya y, consecuentemente, la muestra es limitada al ámbito nacional, gracias al análisis realizado se puede sugerir que la cuarta ola feminista está dejando huella en la cultura española, y el ámbito cinematográfico no es una excepción. El cine español está reflejando una representación cada vez más aceptable y equitativa de las mujeres. Aunque no se ha identificado una tendencia clara en los conceptos gráficos utilizados para representar a la mujer en los pósteres, se han encontrado indicios prometedores que podrían guiar investigaciones futuras. Por ejemplo, sería interesante desarrollar un análisis de la evolución a largo plazo de la representación de las mujeres en el cine, con el propósito de determinar si las tendencias observadas son duraderas y sostenibles en el tiempo. Además, sería interesante investigar el impacto de la dirección a cargo de mujeres en la representación de género tanto en la pantalla como en los pósteres, permitiendo entender cómo la perspectiva de las directoras influye en la forma en que se presentan las mujeres en la industria cinematográfica. También sería valioso explorar si el género del personaje principal tiene un impacto significativo en la representación de las mujeres en la película, y si esto varía en función de si el personaje principal es masculino o femenino. Finalmente, como futura línea de investigación también sería de relevancia profundizar en la significación de las distintas representaciones gráficas de la mujer que han sido halladas en este estudio.

Los resultados de este estudio nos llevan a una profunda reflexión sobre el impacto del feminismo en la industria cinematográfica y su influencia en la representación de las mujeres. Aunque el cine español ha experimentado avances notables hacia una mayor visibilidad y empoderamiento femenino, se hace evidente que aún enfrentamos un largo camino por recorrer en la consecución de la equidad de género en este ámbito.

Es innegable que la presencia de mujeres en la industria audiovisual ha ido en aumento, contribuyendo con perspectivas únicas y enriquecedoras. Sin embargo, los resultados de este estudio ponen de manifiesto una preocupante disparidad. Más del 50% de las películas dirigidas por hombres carecen de una representación mínima de la mujer en base al Test de Bechdel, lo que subraya la persistencia de desafíos en la inclusión y la diversidad de género.

El impacto del feminismo se refleja en los logros alcanzados hasta ahora. Se ha trabajado arduamente para romper con estereotipos y ofrecer personajes femeninos más complejos y empoderados. La representación de mujeres fuertes y diversas en la pantalla no solo es un reflejo de la

realidad, sino que también influye en la percepción y construcción de roles de género en la sociedad. Sin embargo, a pese a estos avances, es crucial reconocer que la igualdad de género en la industria del cine no se trata solo de la cantidad de mujeres involucradas, sino también de la calidad y profundidad de sus representaciones. La presencia femenina no debe limitarse a un mero cumplimiento cuantitativo, sino que debe aspirar a una representación auténtica y significativa que refleje la diversidad de experiencias y voces femeninas.

Así, mientras celebramos los avances logrados gracias al feminismo en la industria cinematográfica española, también debemos ser conscientes de las brechas persistentes y comprometernos a continuar trabajando hacia una representación equitativa que refleje la riqueza y complejidad de la experiencia femenina. La colaboración entre todos los actores de la industria, junto con una mayor conciencia y acción, son fundamentales para forjar un futuro cinematográfico más inclusivo y representativo.

Referencias bibliográficas

- Aguilar Barriga, Nani (2020). Una aproximación teórica a las olas del feminismo: la cuarta ola. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar De Estudios De Género*, 5(2), 121-146.
<https://doi.org/10.20318/femeris.2020.5387>
- Anguiano, Fabiola y González, Fanny (2020). Miradas feministas en el cine contemporáneo. *El ojo que piensa. Revista de cine iberoamericano* 21, 37-52.
<https://doi.org/10.32870/eloquepiensa.v0i21.353>
- Aránguez Sánchez, Tasia (2019). La metodología de la concienciación feminista en la época de las redes sociales. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, 238-257.
<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.14>
- Arranz, Fátima, Aguilar, Pilar, Callejo, Javier, Pardo, Pilar, París, Inés, & Roquero, Esperanza (2011). Cine y género en España. Una investigación empírica. *Reis* 135, 123-138.
https://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_135_071310382375362.pdf
- Barney, Gabriel y Kaya, Kris (2019). Predicting genre from movie posters. *Stanford CS 229: Machine Learning*.
<https://cs229.stanford.edu/proj2019spr/report/9.pdf>
- Bechdel, Alison (1986). *Dykes to watch out for*. Nueva York: Firebrand Books.
- Bernárdez, Asunción (2015). *Mujeres en medio(s)*. Madrid: Fundamentos.
- Binimelis, Mar (2016). Perspectivas teóricas en torno a la representación de las mujeres en el cine. *Secuencias*, 42.
<https://doi.org/10.15366/secuencias2016.42.001>
- Bouchat, Kathryn (2019). *Testing the Bechdel Test*. Portland State University
<https://doi.org/10.15760/honors.731>
- Cardozo, Grover Ernesto (2022). *Análisis de la película Boliviana Juana Azurduy Guerrillera de la Patria Grande a objeto de demostrar la pertinencia de que el diseñador gráfico asuma el rol del diseñador de producción cinematográfico*. Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés.
<http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/30309>
- Cobo, Rosa (2019). La cuarta ola feminista y la violencia sexual. *Revista Universitaria de Cultura* 22, 134-138.
<https://hdl.handle.net/10630/17716>
- Coleridge, Samuel Taylor (1817). *Biographia Literaria*. Oxford: Oxford University.
- De Almeida Daniel, Fátima Cristina (2012). *Representación de la mujer en el cine comercial del siglo XXI. Análisis de los años 2007-2012*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
<https://hdl.handle.net/20.500.14352/46494>
- Dondis, Donis (2000). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Flores, Marta y Montes, Manuel (2017). Construyendo cultura visual a través del cartel de cine: Análisis de afiches de las sagas cinematográficas. *Información, cultura y sociedad*, (37), 127-144.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17402017000200009&script=sci_abstract&lng=en
- Freitas, José Nahuel, v, Milena, y Muller, Stephanie (2016). Automatización del Test de Bechdel-Wallace. *Journal Ética y Cine* 6(3), 35-39.
<https://doi.org/10.31056/2250.5415.v6.n3.16498>
- Green, Barbara (2017). *Feminist Periodicals and Daily Life*. Berlín: Springer.
- Guarinos, Virginia (2008). Mujer y cine. En Núñez Domínguez, Trinidad y Loscertales, Felicidad (Eds.), *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 103-120). Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
<http://hdl.handle.net/11441/26775>
- Herrera, Sandra (2018). Pautas de la comunicación visual de los carteles de las principales plataformas de vídeo OTT en España: Netflix y HBO. *Arquetipo*, (17), 103-122.
<https://revistas.ucp.edu.co/index.php/arquetipo/article/view/85>
- Joly, Martine (2003). *La imagen fija*. Buenos Aires: La Marca.
- Juárez Aguilar, Jonathan Ernesto (2018) *El diseño gráfico de pósteres para cine: Finales del siglo XX y principios del siglo XXI*. La Asunción: Universidad Rafael Landívar.
- Kora, Dinesh (2021). Typography as a Communicative Tool: A Visual Analysis of Malayalam Cinema. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 25(6), 11314-11321.
<https://www.annalsofrscb.ro/index.php/journal/article/view/7594>
- Ledezma, Angelis (2012). *Análisis de la composición gráfica de los carteles de cine venezolano (1970-1990)*. Guayana: Universidad Católica Andrés Bello.
- López-Iglesias, Matías y Bellido-Blanco, Santiago (2023). La bruja escarlata y la manipulación de la ficción en el Universo Marvel: De la suspensión de la incredulidad a la desaparición del relato. *CuCo, Cuadernos de cómic*, 1(20), 7-28.
<https://doi.org/10.37536/cuco.2023.20.2085>
- Luna, Pablo Andrés (2006). *El cine con problemas de cartel*. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana.

<https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/tc068159.pdf>

- Machado, Helena (2020). Design & Cinema: an analysis of the graphic language as a narrative strategy in Hollywood's contemporary films. Sra. da Hora: ESAD Matoshinos. <http://hdl.handle.net/10400.26/32277>
- Monroy Rodríguez, Oxana (2020). Representación de género en los filmes nominados al Oscar 2020 en la categoría de mejor película. *RAUDEM. Revista De Estudios De Las Mujeres* 8, 58-83. <https://doi.org/10.25115/raudem.v8i0.3640>
- Montes, Manuel y Vizcaino, Ricardo (2015). *Diseño gráfico publicitario. Principios fundamentales para el análisis y la elaboración de mensajes visuales*. Madrid: OMMPress.
- Nguyen, Jeremy (2023). The economic case for equality in screenplays: The Bechdel test, female dialogue and box office revenue. *Journal of Screenwriting*, 14(2), 173-190. https://doi.org/10.1386/josc_00124_1
- Núñez, Trinidad (2010). Mujeres directoras de cine: un reto, una esperanza. *Pixel-Bit* 37, 121-133. <http://hdl.handle.net/11441/12823>
- Perales, Francisco (2007). *Cartel e intertexto*. Madrid: Fragua
- Pérez Rufi, José Patricio (2011). El cartel de cine hoy. *Pensar la Publicidad* 4(2), 71-88. <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010220071A>
- Pisters, Patricia (2020). *New Blood in Contemporary Cinema: Women Directors and the Poetics of Horror*. Edimburgo: University Press.
- Posada, Luisa (22 de octubre de 2018). El sujeto político feminista en la 4a ola. *elDiario.es*. www.eldiario.es/opinion/tribuna-abierta/sujeto-politico-feminista-ola_129_1874112.html
- Rolo, Elisabete y Kattau, María (2019). Graphic Design and Cinema: Portuguese Movie Posters from the Nouvelle Vague Period. En *Advances in Ergonomics in Design: Proceedings of the AHFE 2019 International Conference on Ergonomics in Design* (pp. 609-620). Washington: Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-20227-9_57
- Rubiales, Amparo (3 de abril de 2018). La cuarta ola del feminismo. *Diario de Sevilla*. www.diariodesevilla.es/opinion/tribuna/cuarta-ola-feminismo_0_1232877105.html
- Sánchez De Lucas, Irene (2018). Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures. *Grafica* 6(12), 67-75. <https://raco.cat/index.php/Grafica/article/view/339051>
- Santanilla Cala, Diana (2009). *Análisis semiótico-visual de películas ganadoras a mejor fotografía en el festival de San Sebastián*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/5223>
- Selisker, S. (2015). The Bechdel Test and the social form of character networks. *New Literary History*, 46(3), 505-523. <https://www.jstor.org/stable/24542676>
- Stigsdotter, Ingrid (2022). After the A-rating movie: The Bechdel test in Swedish screen culture and beyond. *Journal of Scandinavian Cinema*, 12(2), 135-144. https://doi.org/10.1386/jsca_00069_1
- Tabuenca, María, González-Díez, Laura y Puebla, Belén (2020). *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 14(2), 269-281. <https://doi.org/10.5209/pepu.72134>
- Terres, Mariana, Torres, Marília y Heberle, Viviane (2021). The Visual Representation of Mature Women on the Posters of the Netflix Series "Grace and Frankie". *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 59, 2309-2329. <https://doi.org/10.1590/01031813916721620210125>
- Valentowitsch, Johann (2023). Hollywood caught in two worlds? The impact of the Bechdel test on the international box office performance of cinematic films. *Marketing Letters*, 34(2), 293-308. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09652-5>
- Vicente-Fernández, Pilar y Arroyo-Almaraz, Isidoro (2021). La comunicación gráfica en la prensa femenina: estudio de las portadas de la revista *Telva* (2011-2020). *Grafica*, 9 (18), 125-134. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.210>
- Vivas, Vicente (2023). Diseño gráfico y políticas de difusión cultural: los carteles del Arxiu Valencià del Disseny (Archivo Valenciano del Diseño). *Tsantsa. Revista de Investigaciones artísticas*, (14), 183-197. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/tsantsa/article/view/5032>

