



Reseña de: Liberia Vayá, Irene y Bianca Sánchez-Gutiérrez (Coords.). *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas*. Sevilla: Advoook, 2020. 256 pp. ISBN:978-84-942969-9-4

María APARISI GALÁN

Institut d'Estudis de la Dona  
Universitat de València  
Valencia, España

[maria.aparisi@uv.es](mailto:maria.aparisi@uv.es)

<https://orcid.org/0000-0003-0154-0095>

En una sociedad en la que los discursos más explícitos sobre la inferioridad de las mujeres se han reducido notablemente, se hace necesario buscar los motivos por los que las mujeres continúan siendo desvalorizadas y sistemáticamente oprimidas en las prácticas cotidianas. Los medios de comunicación y los productos de la cultura masiva ocupan un lugar central en la perpetuación de la desigualdad, ya que construyen y transmiten una serie de valores que articulan un imaginario social patriarcal y misógino. La importancia de *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas* radica precisamente en visibilizar este imaginario mediante un análisis de las diferentes formas en las que la violencia simbólica se materializa en la representación mediática de lo femenino y en el papel que ocupan las mujeres en las industrias culturales.

Tal y como señalan Bianca Sánchez-Gutiérrez e Irene Liberia Vayá en la introducción del libro, el título y las imágenes que acompañan cada uno de los

Los contenidos de la revista se publican bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

Feminismo/s 36, diciembre 2020, pp. 331-335

capítulos evocan la historia de resistencia y lucha de las mujeres que fueron consideradas «brujas». De esta forma, se establece un paralelismo entre este combate y el objetivo del texto de convertir los medios de comunicación de masas y la cultura masiva en terrenos de combate y conquista de la construcción de la imagen propia y la imagen impuesta a la mujeres.

En el primer capítulo, «Literatura y mujeres: querella, genealogías y sororidades», Mercedes Arriaga Flórez contrapone los mecanismos de exclusión y de cancelación de las mujeres escritoras en el sistema literario español, italiano y francés con los esfuerzos de estas autoras para enunciarse como sujetos con pleno derecho a entrar en el sistema cultural literario. La autora describe los modelos de sororidad, presentes desde las primeras genealogías de la literatura escrita por mujeres, como actos para defenderse de los ataques misóginos y luchar contra la marginación a la que se ven sometidas. La genealogía y la sororidad serán dos componentes fundamentales para construir modelos femeninos que sustituyan a los masculinos considerados universales, y de esta manera poder subvertir el imaginario y lenguaje simbólico hegemónicos.

En el segundo capítulo titulado «Las revistas femeninas del siglo XXI: de modelo de mujer a mujer catálogo», Juana Gallego Ayala estudia la construcción del género en las revistas españolas «para mujeres». Gallego analiza las transformaciones que estas revistas han experimentado a lo largo del tiempo en función del modelo de mujer que han divulgado, hasta llegar a la «fase consumista» de las sociedades actuales postmodernas y post-industrializadas en la que las revistas se convierten en «*catálogos vivientes*» (69), impulsando un modelo de mujer cuyo empoderamiento se basa en el consumo y la cosificación de sus cuerpos. Esta etapa es consecuencia de la crisis experimentada con la entrada de la esfera virtual y los cambios sociales en los roles y estereotipos de género que difuminan los contornos de lo femenino y lo masculino.

Las autoras María Sánchez-Ramos y Belén Zurbano-Berenguer, en el capítulo «Las mujeres en el periodismo. Reflexiones desde, para y por una comunicación feminista», investigan las consecuencias que tiene la desigualdad en los procesos de elaboración discursiva de los medios de comunicación, centrándose en el estudio del escaso reconocimiento de las mujeres como sujetos válidos de enunciación y creación discursiva. De este modo, las investigadoras muestran los obstáculos que encuentran las mujeres en la

industria periodística a nivel de ocupación de puestos de responsabilidad, salario y conciliación familiar y reflexionan sobre el potencial emancipador y democratizante de los nuevos medios digitales, que ofrecen nuevos modos de hacer y entender el periodismo con perspectiva feminista.

En el siguiente texto, «La radio: una historia en femenino», Silvia Espinosa-Mirabet realiza un repaso de las aportaciones de las mujeres a la historia de la radio española y catalana desde sus inicios hasta la actualidad. En este recorrido, Espinosa-Mirabet demuestra que la radio, pese a su carácter conservador, fue un medio de comunicación que siempre contó con una presencia femenina considerable, que no feminista. La teórica destaca la crónica de la primera locutora de radio en España, María Cinta Balagué, así como de otras que le siguieron en tiempos franquistas, hasta llegar a figuras más contemporáneas.

«Accesos de las mujeres a la industria de la música popular» es el quinto capítulo en el que Teresa López Castilla analiza el restringido acceso de las mujeres a la industria musical dentro de una cultura heteropatriarcal hegemónica. Del mismo modo, la autora realiza una aproximación al discurso postfeminista neoliberal basado en una negación de la desigualdad de género fundamentada en el empoderamiento económico y la agencia de las mujeres a nivel de autorrepresentación corporal y sexual. López toma como objeto de estudio los discursos de Madonna y Rosalía, dos artistas internacionales que ponen en marcha una serie de representaciones y subjetividades que rompen con los cánones y valores de la cultura dominante y al mismo tiempo contribuyen a sustentarlos y reproducirlos.

La configuración de lo femenino en la imagen e industria fílmica es el objeto de estudio del capítulo de Irene Liberia Vayá titulado «Mujeres y cine: creación, investigación y activismo. La lucha por *contrar*». Primeramente, la investigadora repasa los estereotipos femeninos más generalizados en el aparato cinematográfico agrupados en «la vampiresa o mujer fálica y la sumisa y débil, pero virtuosa» (148). A continuación, realiza un resumen de las principales aportaciones de la Teoría Fílmica Feminista derivadas de la investigación de carácter historiográfico de las primeras mujeres cineastas, el análisis crítico del cine *mainstream* y el estudio de las formas en las que los filmes se dirigen a los/las espectadores/as. Para finalizar, Liberia reflexiona acerca de la división sexual del trabajo y los techos de cristal existentes en

la industria cinematográfica y los movimientos y organizaciones feministas que tratan de ponerles freno.

En el séptimo capítulo del libro, titulado «La televisión y las mujeres: construcción y difusión de estereotipos en el hiperreal», María Isabel Menéndez Menéndez estudia el papel de los *reality shows* en la construcción de los roles y estereotipos de género que degradan y cosifican a las mujeres. Con este propósito, Menéndez define el proceso de formación y las funciones que poseen los estereotipos en nuestra manera de organizar la realidad social, tomando como objeto de estudio las diferentes versiones españolas del *reality show* de origen estadounidense *Extreme Makeover*. Todos estos productos televisivos responden a la idea de que «la belleza en las mujeres es el bien principal y alcanzarla debe ser un objetivo por encima de cualquier otro y sin reparar costes» (177-178), incitando a las participantes a someterse a transformaciones en su apariencia física que supuestamente conllevan la felicidad y el éxito.

Por su parte, Bianca Sánchez-Gutiérrez investiga las posibilidades de emancipación de las mujeres a través de la publicidad comercial en el octavo capítulo titulado «La mujer en la publicidad comercial: de la violencia mediática al *femvertising*». La autora explica el tratamiento mediático de las mujeres en diferentes campañas publicitarias pasadas y contemporáneas que emplean la violencia hegemónica para perpetuar la dominación masculina. Tras una breve aproximación a la legislación de la industria publicitaria en materia de género, Sánchez-Gutiérrez concluye el capítulo tratando el fenómeno del *femvertising*, un tipo de publicidad que utiliza, con propósitos comerciales, el movimiento feminista y la ideología de la emancipación de las mujeres, vaciándolos de su significado político.

El penúltimo capítulo lleva el título de «Las mujeres en los videojuegos: horizontes de futuro» y su autora es Eurídice Cabañes Martínez. Por un lado, Cabañes estudia el contenido estereotipante y sexista de los videojuegos que emplea principalmente la hipersexualización para la representación de sus escasos personajes femeninos, así como expone el acoso que sufren las jugadoras de productos multijugador *online*. Por otro lado, la autora plantea la participación limitada de las mujeres en la industria del videojuego y la forma en que algunas empresas y colectivos de *gamers* como ARSGAMES

están tratando de cambiar la situación y la imagen de las mujeres en estos productos culturales.

En el décimo y último capítulo del libro, «Retos, utopías y adversidades del feminismo digital: un territorio en disputa», Isabel Villegas Simón y Celina Navarro Bosch examinan el papel que ha jugado el ciberespacio en la lucha feminista. En este, se realiza un repaso de los planteamientos utópicos del ciberfeminismo surgidos con el inicio de Internet, que han sido desmentidos cuando se ha descubierto que «las desigualdades presentes en la sociedad patriarcal se siguen reproduciendo en la esfera pública digital» (235). No obstante, las autoras señalan que existen otras plataformas sociales digitales que sirven de vehículo de divulgación de las ideas feministas, combatiendo así la apropiación que ejerce la cultura neoliberal actual sobre el feminismo.