



## Aquelarre: La emancipación de las mujeres en la cultura de masas

Irene Liberia Vayá y  
Bianca Sánchez-Gutiérrez (Coords.)

Advook Editorial, 2020

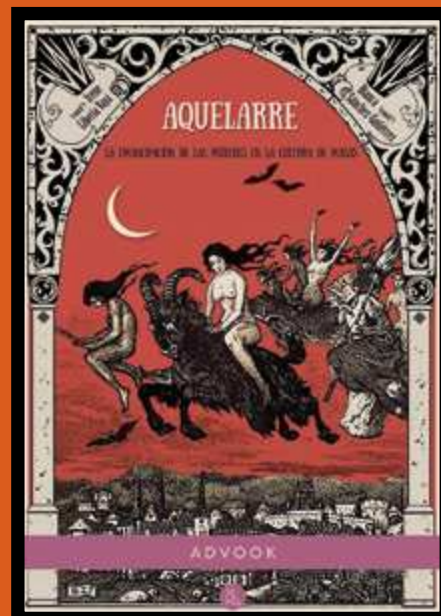
ISBN: 978-8494296994

256 páginas

**Cristina Fernández-Rovira**

cristina.fernandez1@uvic.cat

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya



El libro *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas*, coordinado por Irene Liberia Vayá y Bianca Sánchez-Gutiérrez, reúne a doce autoras para desgranar, en diez capítulos, la situación de las mujeres en los principales ámbitos del vasto mundo de la comunicación. La cuidada edición de Advook incluye sugerentes imágenes que acompañan a los textos desde la misma portada y que invitan a reflexionar desde una óptica crítica acerca del feminismo.

Mercedes Arriaga Flórez abre la conversación que plantea el libro acerca de las mujeres —y con mujeres— al hablar de literatura en el primer capítulo, titulado: *Literatura y mujeres: querella, genealogías y sororidades*. En él, la autora constata el olvido de las escritoras en la literatura española, italiana y francesa, y analiza las dificultades de las autoras para legitimar su talento. Resulta especialmente interesante el descubrimiento de Victorina Durán, polifacética dramaturga de la Generación del 27, que Arriaga pone como ejemplo paradigmático de la omisión de las mujeres en la literatura. Arriaga resalta la sororidad de las autoras al constituirse como modelos de referencia femeninos, lo que abre necesariamente un debate acerca de la importancia de mostrar a las que vienen variados roles femeninos en la actualidad. En el capítulo segundo, *Las revistas femeninas del siglo XXI: de modelo de mujer a mujer catálogo*, Juana Gallego Ayala repasa la evolución de las publicaciones dirigidas a las mujeres desde el cuestionamiento de la misma definición de *revistas femeninas* en un momento en que las concepciones del género se han transformado, de lo que se desprende, precisamente, la crítica al binarismo de género, y no solo, también al consumo, en una narración que invita al debate sobre la mujer como consumidora. En el tercer capítulo, al que María Sánchez-Ramos y Belén Zurbano-Berenguer han titulado: *Las mujeres en el periodismo. Reflexiones desde, para y por una comunicación feminista*, las autoras prestan atención al lugar que las mujeres ocupan en el ensamblaje de la industria periodística y de la comunicación, ahondando en este prometedor campo de estudio, menos analizado que los contenidos mediáticos sobre la presencia y representación de las mujeres. En todo caso, Sánchez-Ramos y Zurbano-Berenguer no dejan de confirmar la constante que se repite en cada capítulo, el silenciamiento de las mujeres, en este caso ejemplificado en que no son objeto de la agenda mediática. Las autoras destacan también el proyecto digital

expresamente feminista, Pikara Magazine, como un eslabón más del esfuerzo de las mujeres para ocupar un lugar justo en la sociedad.

El libro prosigue con los capítulos dedicados a la radio, la música y el cine. Se trata de *La radio: una historia en femenino*, de Sílvia Espinosa-Mirabet; *Accesos de las mujeres a la industria de la música popular*, escrito por Teresa López Castilla; y *Mujeres y cine: creación, investigación y activismo. La lucha por contar*, de Irene Liberia Vayá. Espinosa-Mirabet ofrece una cronología de la situación de las mujeres en la radio para explicar que, aunque es el medio en que más mujeres hay al frente de programas líderes de audiencia, sigue siendo complicado encontrar discursos feministas, si bien se ha avanzado en ello en las últimas décadas. En el mismo fenómeno de la ausencia de discursos feministas y del trabajo creativo de las mujeres ahonda López, a través de un análisis sobre artistas como Madonna y Rosalía, que profundiza en el debate sobre cómo las artistas son convertidas en mercancía. Ello abre una sugestiva reflexión sobre la conjunción entre capitalismo y patriarcado que las mujeres siguen sin poder obviar para triunfar, en este caso, en el mundo de la música.

Acerca de los estereotipos que pesan sobre las mujeres versan especialmente los capítulos sobre *La televisión y las mujeres: construcción y difusión de estereotipos en el hiperreal*, de María Isabel Menéndez Menéndez; *La mujer en la publicidad comercial: de la violencia mediática al femvertising*, de Bianca Sánchez-Gutiérrez; y *Las mujeres en los videojuegos: horizontes de futuro*, de Eurídice Cabañes Martínez. Contando con el gran poder que la televisión, la publicidad y los videojuegos tienen sobre la conformación de los imaginarios sociales, especialmente de niños y adolescentes, se constata la constante difusión de estereotipos, como el culto a la belleza y el cuerpo femenino con unas determinadas características, promovidos por programas que contravienen incluso la ética y que embadurnan la belleza en el lodo de la mercancía. Además, desde este tipo de programas se promueve el individualismo y se erradican las alternativas, lo que también ocurre en la publicidad. Sánchez-Gutiérrez destaca la misoginia imperante en los spots, pero también señala que a lomos de la cuarta ola feminista cabalga la necesidad de crear una publicidad feminista, si es que ello no plantea una contradicción de términos. De ahí que se analice el fenómeno del *femvertising* y que se discutan sus límites, puesto que se invita a la reflexión sobre hasta qué punto el capitalismo está asimilando, también, al movimiento feminista. Sobre la industria de los videojuegos, Cabañes indica que solo se ha acercado a las mujeres con propósitos comerciales, con productos estereotipados. Además, la autora resalta la toxicidad de la cultura *gamer* y las violencias que sufren las jugadoras online. Como contrapunto de esperanza, el capítulo ofrece una relación de pioneras de los videojuegos que pueden servir de referentes a futuras generaciones.

Para acabar, el último capítulo, *Retos, Utopías y adversidades del feminismo digital: un territorio en disputa*, escrito por Isabel Villegas Simón y Celina Navarro Bosch, estimula una reflexión sobre el papel que juega internet en la difusión del pensamiento y del movimiento feminista en el siglo XXI. Desde una perspectiva crítica de los mitos que encarnan tanto la red de redes, como su sucedáneo privatizado y oligopolizado, las redes sociales, se plantea un análisis de las *influencers* y el uso de Instagram, Twitter y Facebook. Aunque se observa que no se subvierten los géneros en internet y que se sigue reproduciendo la desigualdad, el texto también señala el uso de las nuevas herramientas tecnológicas, en principio colaborativas, como herramientas útiles para

la difusión de, incluso, el mensaje del feminismo más radical, que las autoras ligan al anticapitalismo y que ejemplifican en varios casos de perfiles feministas. El texto abre la puerta a un debate final, quizás no planteado, sobre lo tecnológico, desde luego interesante, y que marca no solo un reto para el movimiento feminista radical, sino para todo el universo anticapitalista ligado a la movilización social. Al describir el comportamiento propio de las redes oligopólicas —Facebook, Instagram y Twitter, en el mundo occidental— tipificado por las autoras como masculino, es decir, excluyente —en el caso de, por ejemplo, los perfiles feministas bloqueados por la propia estructura polarizada, anti-dialogante, *machista* de las redes —que, por cierto, están llenas de CEO hombres, al igual que casi todas las tecnológicas— ¿no es el propio uso de las redes, que son la máxima expresión del neoliberalismo extremo, de la apropiación y explotación del trabajo gratuito de las mujeres —más que la prostitución, en términos de una economía de la atención— una forma de reproducir, de dar vida, de recrear y, en última instancia, de validar el propio universo patriarcal que se pretende abolir desde las bases del feminismo?

*Aquelarre* es un necesario ejercicio de contextualización de las dificultades que han soportado y que padecen, todavía hoy, las mujeres al respecto de la cultura de masas y debe constituir un sólido eslabón para la formulación de propuestas innovadoras que ayuden a superar los escenarios de discriminación y olvido sufridos por la mitad de población a lo largo de la historia.