

Irene Liberia Vayá y Bianca Sánchez-Gutiérrez (coords): *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas*. Sevilla: Advook Editorial, 2020, 247 pp.

*Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas* es una obra colectiva coordinada por Irene Liberia Vayá y Bianca Sánchez Gutiérrez que fue publicada, significativamente, el 8 de marzo de 2020. Este cuidado ensayo es el primero de la colección “Comunicación y Feminismo” que dirige Pilar Medina Bravo, profesora de la Universidad Pompeu Fabra. Una colección necesaria que advierte la trascendencia que tienen los medios de comunicación –no en vano se les supone *el cuarto poder*– en la socialización diferenciada por cuestión de sexo y en la perpetuación de modelos hegemónicos.

*Aquelarre* es un libro feminista, y lo es porque busca la emancipación y la liberación de las mujeres en todos los ámbitos, también en el de la cultura en todas sus formas, como aquella pensada para un público consumidor amplio que se ha tenido a bien llamar, desde hace algunas décadas, “cultura de masas”. Las coordinadoras del volumen, Liberia Vayá y Sánchez-Gutiérrez, han escogido a diez mujeres especializadas en un producto en concreto de la industria mediática y cultural para que brinden al lectorado una panorámica general del empoderamiento de la mujer, así como de las dificultades que han soportado y soportan, todavía hoy, muchas de ellas en ese escenario. Capítulo a capítulo este volumen se detiene en la literatura, en las revistas femeninas, en el periodismo, en la radio, en el cine, en la televisión, en la publicidad, en los videojuegos y en las redes sociales. Es de esta manera como esta obra se convierte en un ineludible manual de contextualización, desde la perspectiva de género, de la situación de las mujeres en la cultura *mainstream* y de su gradual, pero todavía no conseguido, empoderamiento dentro de ella.

Que las autoras sean expertas en cada uno de los ámbitos de análisis escogidos es uno de los principales aciertos de *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas*, si no, habría sido muy difícil que consiguieran condensar en las pocas páginas de sus contribuciones –no más de veinte cada capítulo– una historia completa de la mujer en esa esfera. Así, el capítulo de literatura y obstáculos encontrados por las mujeres escritoras está escrito por Mercedes Arriaga Flórez, catedrática en Filología en la Universidad de Sevilla. El de revistas femeninas y su amplio debate sobre mujer-objeto o sujeto-consumidor, lo firma Juana Gallego, profesora de Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona. La contribución sobre la mujer en el periodismo está escrita a cuatro manos por Belén Zurbano-Berenguer, profesora experta en “Comunicación y

Género” de la Universidad de Sevilla, y María Sánchez-Ramos, cuya tesis doctoral se centró en la representación mediática de la violencia hacia las mujeres. Sobre radio conversa Sílvia Espinosa Mirabet, profesora de la Universidad de Gerona y autora de una tesis doctoral sobre las primeras locutoras de radio en Cataluña. El capítulo quinto sobre música popular corre a cargo de Teresa López Castilla, profesora tanto en la Universidad Internacional de la Rioja como en la Universidad de Jaén, y especialista en el binomio “Música y Género”. Irene Liberia Vayá, además de coordinadora del volumen, desarrolla en el capítulo sexto su principal línea de investigación que es aquella que atraviesa el cine desde el feminismo. En el capítulo siete, María Isabel Menéndez Menéndez, profesora de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos, pone el foco de atención en la televisión y en la construcción de estereotipos femeninos que trae aparejada. La segunda coordinadora del volumen, Blanca Sánchez-Gutiérrez, de la Universidad de Sevilla, se dedica a analizar a la mujer en la publicación comercial, una suerte de violencia mediática que impacta especialmente en nuestros días. Acerca de los videojuegos nos habla Eurídice Cabañes Martínez, especialista en Filosofía de la Tecnología y codirectora de ARSGAMES, una organización centrada en el videojuego como herramienta de transformación social. Su texto evidencia como solo se ha utilizado a las mujeres en esta industria con propósitos comerciales. Finalmente, Isabel Villegas Simón, de la Universidad Pompeu Fabra, y Celina Navarro Bosch, de la Universidad Autónoma de Barcelona, cierran el volumen atestigüando el reto que suponen las redes sociales por su aparentemente inocua cotidianización digital. Todas estas autoras tienen diferentes metodologías, enfoques y estilos, pero comparten la necesidad de visibilizar cómo la realidad mediática se ha convertido en la realidad más tangible en tanto generadoras de múltiples realidades que redundan en el sostén del complejo engranaje patriarcal. Ya sea en la literatura, la radio o la televisión, las investigadoras de este volumen se detienen en la forma en que las mujeres aparecen representadas y, también, en el lugar que han ido ocupando a través del devenir en sus estructuras profesionales. Además, en cada una de estas aportaciones, encontramos estudios de caso y una rigurosa y amplia bibliografía.

Coherente con su planteamiento, *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas* es un volumen realizado íntegramente por mujeres, desde las dos coordinadoras hasta las autoras de los capítulos, la prologuista —excelente texto escrito por la ensayista, investigadora, escritora y crítica feminista Pilar Aguilar Carrasco— y hasta la dirección editorial y la maquetación. Una atractiva edición de Advoock que inserta entre capítulo y capítulo imágenes de la cultura bruja. Una suerte de analogía transhistórica que manifiesta que, de alguna manera, la emancipación de las mujeres sigue siendo perseguida todavía hoy.

Al principio de esta reseña indicaba que estábamos ante un libro feminista en sus objetivos. Pero es que, además, es un libro feminista también en sus claras intenciones políticas. Las coordinadoras del volumen y la dirección editorial no buscaban repetidos textos académicos sobre el consumo cultural que se circunscribieran a un público experto y limitado, sino que había que contar lo mismo, pero de una manera lo suficientemente accesible como para llegar a

más gente. Y es que la sociedad necesita, con urgencia, claves para entender y, también, herramientas para provocar un verdadero cambio social que pasa por la creación de productos culturales de calidad, esto es, igualitarios y que transformen la cultura de masas generando referentes distintos a los tradicionales. Después de todo, la estrecha relación que se da entre la industria cultural y el imaginario colectivo hace más que necesario truncar la casi inercial reproducción de muchas de las dinámicas patriarcales actuales.

YASMINA ROMERO MORALES  
Universidad de La Laguna  
yromerom@ull.edu.es