

Estrellato, ética y mercado: análisis del potencial feminista y la construcción de marca en el documental *Aitana Bonmatí Conca* (Movistar Plus+: 2024)

Stardom, ethics and the market: an analysis of feminist potential and brand-building in the documentary *Aitana Bonmatí Conca* (Movistar Plus+: 2024)

Nerea Cuenca Orellana¹
Sonia Dueñas Mohedas²
Natalia Martínez Pérez³

¹ Departamento de Comunicación y Sociología, Universidad Rey Juan Carlos, Instituto Universitario de Estudios de Género, Universidad Carlos III de Madrid, España.

² Departamento de Comunicación, Instituto Universitario de Estudios de Género, Universidad Carlos III de Madrid, España.

³ Departamento de Historia, Geografía y Comunicación, Universidad de Burgos, Instituto Universitario de Estudios de Género, Universidad Carlos III de Madrid, España.

Resumen

Este artículo examina la miniserie documental *Aitana Bonmatí Conca* (2024), dirigido por Xavi Torres, Jesús Muñoz y Santi Padró con el objetivo primordial de valorar el potencial feminista de los textos audiovisuales contemporáneos. La investigación se articula a través de un doble marco metodológico: por un lado, las categorías analíticas propuestas por [Richard Dyer \(2001\)](#), en cuanto a la configuración de las estrellas como fenómenos complejos de producción y consumo; y, por otro lado, se emplea el diseño de [Amanda D. Lotz \(2001\)](#), en torno a las herramientas de análisis crítico desde una perspectiva de género en entornos post-televisivos. Se sostiene que la obra construye una imagen de estrellato situada en una intersección dialéctica: la proyección mediática global de Aitana Bonmatí, vinculada a sus éxitos en el F. C. Barcelona y la selección española; frente a una narrativa de intimidad ética. Esta última, anclada en sus orígenes, amistades, compromisos sociopolíticos y la defensa de la lengua catalana, actúa como un contrapunto que modula la actual "economía de la atención" en el ámbito deportivo. El estudio analiza cómo esta tensión entre lo público y lo privado redefine el carisma de la deportista en la era de las plataformas. Asimismo, se argumenta que el documental despliega elementos disruptivos como el empoderamiento, la pluralización de las representaciones de género y el uso de estrategias feministas que visibilizan retos y procesos de superación personales y profesionales. No obstante, el análisis revela que estas narrativas de resistencia conviven inevitablemente con las lógicas industriales de marca, patrocinio y mercantilización del éxito. A través de un análisis textual apoyado en fuentes industriales, el artículo concluye que la figura de Bonmatí emerge como un modelo de estrellato híbrido que desafía los cánones tradicionales del deporte de élite, integrando la autenticidad cultural en un mercado globalizado.

Palabras clave: Estudios de género, deporte femenino, fútbol, documental, celebridad, Aitana Bonmatí.

Abstract

This article examines the documentary miniseries *Aitana Bonmatí Conca* (2024), directed by Xavi Torres, Jesús Muñoz and Santi Padró, with the primary aim of assessing the feminist potential of contemporary audiovisual works. The research is structured around a dual methodological framework: on the one hand, the analytical categories proposed by [Richard Dyer \(2001\)](#) regarding the configuration of stars as complex phenomena of production and consumption; and, on the other hand, it employs [Amanda D. Lotz's research \(2001\)](#), which focuses on tools for critical analysis from a gender perspective in post-television environments. It is argued that the work constructs an image of stardom situated at a dialectical intersection: the global media coverage of Aitana Bonmatí, linked to her successes at F.C. Barcelona and with the Spanish national team; set against a narrative of ethical intimacy. The latter is rooted in her origins, friendships, socio-political commitments and the defence of The Catalan language acts as a counterpoint that shapes the current 'attention economy' in the sporting sphere. The study analyses how this tension between the public and the private redefines the athlete's charisma in the age of streaming platforms. It also argues that the documentary employs disruptive elements such as empowerment, the pluralisation of gender representations and the use of feminist strategies that highlight personal and professional challenges and processes of self-improvement and professionals. However, the analysis reveals that these narratives of resilience inevitably coexist with the industrial logic of branding,

This is an open access article under the [CC-BY 4.0](#) license



sponsorship and the commodification of success. Through a textual analysis based on industry sources, the article concludes that Bonmatí emerges as a model of hybrid stardom that challenges the traditional norms of elite sport, integrating cultural authenticity into a globalised market.

Keywords: Gender studies, women's sport, football, documentary, celebrity, Aitana Bonmatí.

* Autora de correspondencia: Nerea Cuenca Orellana, nerea.cuenca@urjc.es

Recibido: Diciembre 10, 2025

Aceptado: Marzo 26, 2026

Publicado: Mayo 20, 2026

Cómo citar: Cuenca Orellana, N., Dueñas Mohedas, S., Martínez Pérez, N. (2026). Estrellato, ética y mercado: análisis del potencial feminista y la construcción de marca en el documental *Aitana Bonmatí Conca* (Movistar Plus+: 2024). *JUMP*, Monográfico: I Congreso Internacional de (Des)igualdades en el Deporte: Retos con Perspectiva de Género, 21-27. <https://doi.org/10.17651/jump.10192>

Introducción

El fútbol femenino ha emergido como símbolo de transformación social frente a las normas que tradicionalmente relegaban a las mujeres de los espacios deportivos públicos. Este proceso histórico se vincula al feminismo europeo del siglo XX, que contribuyó a cuestionar las barreras culturales que impedían la participación femenina en deportes dominados por hombres (Torrebadella-Flix, 2016). La investigación de Rodríguez Albán et al. (2023) confirma que, aunque la presencia de mujeres en el fútbol ha crecido, existen persistentes desigualdades laborales y de reconocimiento. Así, las futbolistas enfrentan condiciones laborales precarias, brechas salariales amplias y menos oportunidades de visibilidad mediática comparadas con sus homólogos masculinos.

Esta desigualdad continúa incluso después de la profesionalización formal de la Primera División Femenina (Liga F), puesto que muchas jugadoras dependen de contratos parciales y tienen menos protección social (Guevara, 2025). Sin embargo, se ha vivido un auge en la última década del fútbol jugado por mujeres, convirtiéndose en un fenómeno mundial, pero, al revisar el contenido mediático vinculado a esta cuestión, se aprecia uso de lenguaje sexista, misoginia, sexualización de las jugadoras y la existencia de una continua infravaloración hacia las jugadoras de fútbol profesional (Fenton et al., 2024).

El presente artículo analiza el documental completo *Aitana Bonmatí Conca* (Movistar Plus+: 2024) con el objetivo principal de determinar si la serie documental presenta a la futbolista ganadora de 3 Balones de Oro como una construcción cultural compleja. Para tal fin se ha utilizado la metodología de Richard Dyer (2001). Asimismo,

esta investigación revisa el modelo de análisis propuesto por Amanda D. Lotz (2001), que ofrece herramientas de análisis crítico con perspectiva de género con el fin principal de examinar cómo las nuevas formas de distribución y consumo audiovisual configuran representaciones, relaciones de poder y dinámicas de visibilidad en las narrativas contemporáneas.

Desigualdades estructurales en el fútbol femenino y el auge de los documentales sobre mujeres deportistas en plataformas OTT

El fútbol femenino es un espacio normalizado tanto por las industrias culturales como por las estructuras del fútbol masculino (Rodríguez Albán et al., 2023). Así, la cobertura mediática del fútbol femenino en los medios tradicionales sigue siendo significativamente inferior a la del fútbol masculino, en cantidad y en la forma de tratamiento (Roca-Marín y Navarro-García, 2022). Y es que, en Europa, el deporte considerado "estrella" se ha erigido como un "espacio (re) productor del modelo hegemónico de la masculinidad. En el caso de España, especialmente el fútbol era tenido como la matriz simbólica de la disputa por el poder de la masculinidad, espacio del cual la mujer quedó apartada" (Torrebadella-Flix, 2016, p. 326). Esta invisibilización y sesgo mediático es un factor clave que condiciona la percepción social de las futbolistas y su legitimación como figuras públicas (Roca-Marín y Navarro-García, 2022).

La representación mediática de las mujeres deportistas no solo es escasa, sino que a menudo reproduce estereotipos de género o minimiza logros deportivos. Los deportes femeninos han sido tratados con menor seriedad, o se ha enfatizado

más la apariencia física que las habilidades deportivas. No obstante, se observa un cambio gradual en la inclusión de modelos femeninos positivos y narrativas más empoderadoras, especialmente cuando las deportistas mismas utilizan redes sociales para reconfigurar su imagen pública (Cancela et al., 2024).

La proliferación de documentales que ponen en el centro de la narrativa a mujeres deportistas refleja un cambio significativo en la estrategia de producción de contenidos deportivos en las plataformas *Over The Top*. Estos productos no solo cuentan historias de éxito, sino que incorporan elementos de denuncia, cuestionamiento de estructuras de poder y exploración de experiencias personales de discriminación y resistencia (Torres-Martín et al., 2023). Un ejemplo es *Alexia: Labor Omnia Vincit* (2022) —un documental disponible en Amazon Prime Video sobre la futbolista Alexia Putellas, que retrata tanto su trayectoria profesional como los desafíos personales y de salud que enfrentó, ampliando la presencia de las mujeres futbolistas en plataformas de gran alcance (Cuenca Orellana et al., 2024). Otro ejemplo reciente es *#SeAcabó: Diario de las Campeonas* (Netflix: 2024), que documenta el trato de las jugadoras de la selección española tras el Mundial 2023 y se centra en figuras como Jennifer Hermoso, Alexia Putellas, Irene Paredes y Aitana Bonmatí, abordando temas sensibles como el sexismo institucional y el ataque a las futbolistas por parte de la prensa (Dueñas Mochedas et al., 2025). Estos contenidos no solo documentan hitos deportivos, sino que también se entrelazan con discursos socioculturales sobre igualdad, autonomía y resistencia frente al machismo dentro y fuera del campo de juego.

Feminismo y representación en contenidos documentales sobre mujer y deporte

Los documentales sobre mujeres deportistas se han convertido en espacios discursivos de contrapoder, donde las deportistas pueden reconfigurar su imagen pública como figuras de alto rendimiento y como sujetos políticos en la lucha por la igualdad de género. Este enfoque amplía la visibilidad y transforma la percepción social sobre el papel de las mujeres en el deporte. Desde una perspectiva feminista, estos funcionan como dispositivos narrativos que problematizan las estructuras patriarcales que históricamente han invisibilizado y subvalorado

la participación de las mujeres en el ámbito deportivo. Estos documentales relatan hechos y contextualizan esas historias dentro de relaciones de poder, mediación cultural y resistencia social (Izquierdo Castillo y Torres-Romay, 2023), problematizando las estructuras patriarcales que históricamente han invisibilizado y subvalorado la participación de las mujeres en el ámbito deportivo. Esto resalta la importancia de la narración mediática en la construcción de modelos de identidad y rol social de las mujeres, otorgando agencia a las propias deportistas para contar sus experiencias frente a narrativas dominantes que tradicionalmente las han relegado al margen (Cancela et al., 2024). Y, es que, “el fútbol conserva todavía hoy una elevada carga simbólica y sufraga el habitus institucional de los mayores dispositivos que ejercen el condicionamiento social de la masculinización y la feminización” (Torrebadella-Flix, 2016, p. 326). Aunque puede afirmarse que ha habido un aumento de visibilidad, persisten tensiones entre la promoción de modelos feministas de éxito y la permanencia de narrativas estereotipadas o sexualizantes. Las representaciones mediáticas habían ofrecido muy pocos modelos femeninos positivos, pero hay un cambio de paradigma con nuevos contenidos que muestran la determinación, el esfuerzo físico y la agencia de las deportistas (Cancela et al., 2024). En este sentido, estos documentales han catalizado discusiones sobre la necesidad de políticas más equitativas en el deporte, reflejando una intersección entre producción cultural, consumo mediático y agendas feministas. Las futbolistas que aparecen en estos documentales ya no son solo objetos deportivos, sino relatos complejos que tocan política, género e identidad (Torres-Martín et al., 2023).

Metodología

El presente estudio se centra en la miniserie documental *Aitana Bonmatí Conca* (2024). Para ello, se realiza un análisis textual-discursivo desde la matriz de Dyer (2001), en cuanto la aplicación de la pauta de Lotz (2001) a escenas, tramas y dispositivos enunciativos y, a su vez, una discusión sobre industria, legitimación y marca a partir de comunicaciones oficiales y cobertura especializada, situando el documental en el auge del *sport-doc* europeo y la centralidad del fútbol femenino en agendas mediáticas. De forma más específica, Dyer conceptualiza la estrella

como una construcción cultural mediatizada, cuyo valor emerge del entrecruzamiento de fuerzas industriales, como son la economía, la publicidad, la moda o el propio medio; y semióticas, en tanto signos, polisemias y contradicciones; complementadas por la creencia social en una “magia” o carisma que naturaliza el talento. En esta investigación, interesan las variables para estudiar el estrellato en relación con el consumo: 1) fenómeno de producción, teniendo en cuenta la economía (capital/inversión/mercado), manipulación (publicidad), moda, naturaleza del medio, magia y talento; y 2) fenómeno de consumo, que evalúa las relaciones de identificación público-estrella y necesidades/sueños/inconsciente colectivo, atendiendo a cómo el documental narra, exhibe y organiza estas dimensiones.

Por su parte, Lotz propone rehabilitar categorías críticas y definir atributos postfeministas en textos televisivos, incorporando el análisis de instituciones, industria y formatos. A partir de estas consideraciones, se han adaptado sus postulaciones para examinar el objeto de estudio de forma idónea, teniendo en cuenta que su narrativa se articula en torno a cuestiones como la biografía de la jugadora, el deporte y la esfera pública: 1) si el texto reproduce relaciones que empoderan a las mujeres, 2) si ofrece una conceptualización plural del género, 3) si representa estrategias feministas como respuesta a la opresión y 4) si muestra los retos de las mujeres y su capacidad de superación. Esta pauta resulta idónea para un documental que articula biografía, deporte y esfera pública.

Resultados

La naturaleza del medio permite observar que *Aitana Bonmatí Conca* fue concebido, en primer lugar, como un documental televisivo catalán, pero posteriormente se ha distribuido no solo en formato de largometraje, sino también como docuserie, compuesta por tres episodios. Esto permite la construcción de la estrella para audiencias heterogéneas, como los catalanoparlantes, hispanohablantes, el *fandom* del Barça y, en particular, de la deportista; y el público generalista. Asimismo, representa un caso de estudio paradigmático sobre la hibridación entre el servicio público de comunicación y las nuevas estrategias de distribución transmedia. La producción no se limita a un modelo de emisión lineal, sino que se articula como un activo estratégico para

la plataforma 3Cat (la plataforma digital vinculada al medio TV3), buscando capturar nichos de audiencia jóvenes mediante una lógica de consumo bajo demanda que trasciende la temporalidad televisiva tradicional. Esta miniserie también supone una colaboración entre esta cadena autonómica y la agencia de representación de la futbolista, WOM Sports Management. Esta alianza evidencia una convergencia de intereses donde la producción funciona simultáneamente como contenido de prestigio para la televisión pública, reforzando la identidad cultural, el compromiso con el deporte femenino y la lengua catalana al mismo tiempo; y como herramienta de marca de la propia futbolista como deportista de élite. En este sentido, se alimenta el valor de mercado de la jugadora en un entorno donde el *star system* deportivo exige una narrativa de autenticidad para sostener contratos de patrocinio a nivel global con el fin de visibilizar sus cualidades, talento y capacidad de esfuerzo ante el objetivo de mostrar a Bonmatí como símbolo de estrellato.

Teniendo en cuenta la gran cantidad de documentales deportivos que conviven en la actualidad, la intimidad mostrada en la serie ilustra los sueños y necesidades de una mujer deportista desde el prisma de cercanía y naturalidad como referente femenino para las nuevas generaciones ella misma enfatiza el arraigo territorial para potenciar esa imagen de sencillez y espontaneidad al continuar vinculada a su pueblo natal, en el que sigue manteniendo las mismas amistades. También se puede apreciar cómo su rutina se rompe con los viajes con el equipo o la evolución de sus lesiones. De este modo, la sobriedad en el estilo de vida de Bonmatí se erige como valor diferencial frente al barroquismo propio de los documentales protagonizados por deportistas masculinos en los que se potencia la ostentación como clave de su masculinidad. La autenticidad se convierte en un activo del estrellato que opta por el sentido de pertenencia a pesar del éxito, al contrario de lo que sucede con los homónimos masculinos, cuya imagen tiende a proyectar un valor global que desarraiga al futbolista. Esto se aprecia especialmente en las secuencias relacionadas con su pueblo, realizándose la entrevista en el interior de su casa junto a imágenes conversacionales con sus padres, amistades etc. Estos espacios, que funcionan como “escenografía moral” con el fin de garantizar continuidad y arraigo, expresan un retorno literal y simbólico,

habilitando una lectura de clase y territorio: desde la Cataluña interiorizada a través del catalán y la escuela pública, en la que trabajan sus padres como profesores de literatura catalana; hacia el mundo global que conlleva el F. C. Barcelona y la selección española. El montaje refuerza el contraste sin exotizar, mostrando la idea de la estrella como hija de su comunidad.

En la economía simbólica del deporte femenino, Bonmatí encarna deseos de ruptura del techo de cristal de “reconocimiento merecido” y de figura clave para abrir camino a las nuevas generaciones de mujeres futbolistas, siendo esto último clave en los minutos finales del documental, en los que se observa a la jugadora en el campo de fútbol del pueblo junto a niñas y adolescentes. A esto se suma su labor social, no solo con la colaboración con ACNUR, sino también con el apoyo público mostrado a las instalaciones deportivas cercanas a su domicilio como “estrella cívica”. Esto contrasta con las imágenes en las que se propone una identidad asociada a marcas, eventos y premios, como el Balón de Oro otorgado en 2023 y otros afines, los cuales operan como “ceremoniales” que sacralizan el talento y anclan la narrativa en los discursos globales del mérito. Igualmente, la serie muestra el rendimiento a través de hitos, materializándose en la conjunción de excelencia deportiva, ética de trabajo y modestia pública, un triángulo que produce carisma respetable y consolidación profesional. A su vez, Este tipo de imágenes se conectan e intercalan con entrevistas y piezas complementarias que cuentan con la colaboración del exjugador y entrenador Pep Guardiola, actuando como legitimación simbólica masculina; por parte del propio ídolo de Bonmatí. Durante la conversación entre ambos, se tocan temas como el papel de las mujeres en el club, la presión social y la importancia de la psicología y salud mental, codificando una ética de alto rendimiento. Sin embargo, su diálogo no muestra una relación entre iguales, como el documental pretendía, sino que se establece un lazo entre maestro y alumna por el que Guardiola aconseja sobre su futuro a la jugadora, mientras ella escucha con atención y acepta el mensaje. Este espacio de acercamiento entre ambos unifica lo deportivo, mediático y publicitario, estabilizando y revelando una “promesa de valor” compatible con campañas y patrocinios.

Desde una perspectiva de género, el documental articula múltiples identificaciones: desde

la niña que tuvo que jugar siempre con niños, que escuchaba comentarios despectivos; hasta la joven que vuelve al pueblo, la profesional que gestiona, en su día a día, la presión mediática; y la referente en materia de igualdad. Por tanto, se encuentran las capas de barrera de género, raíces y comunidad, salud mental y psicología y compromiso social, respectivamente, como conceptos para captar la atención de otros públicos no estrictamente seguidores de los deportes y crear un *fandom* ético en torno al deporte.

Bonmatí es mostrada como agente de su carrera al gestionar entrenamiento, entorno y decisiones. Sin duda, la serie hace hincapié en cómo modela relaciones de sororidad y amistad al proyectar autoridad profesional sin renunciar a la afectividad. Estos elementos contribuyen a un marco de empoderamiento práctico, material y simbólico, revelando una mujer líder cuyo modelo que feminiza un deporte masculinizante, y que posee un estilo performativo que valora la técnica, la inteligencia táctica y la constancia. Así, se desmarca de estereotipos de “fragilidad” o de “excepcionalidad” inclinándose a una pluralidad interseccional entre el género, la cultura y la lengua, muy poco habitual en los *biopics* deportivos; lo que permite densificar a la protagonista más allá del rendimiento.

Discusión y conclusiones

Aitana Bonmatí Conca cumple con la doble dimensión de Dyer: como producción, optimiza una economía híbrida, ya que se emitió en la televisión pública 3Cat y se aloja en la plataforma *Over The Top* Movistar Plus+. La elección de esta figura deportista por parte de la cadena catalana responde claramente a la concepción de Bonmatí como icono y representante del catalán en el ámbito público, puesto que ella misma expresa que es su lengua materna — inculcada por sus padres, ambos profesores de literatura catalana— y que le aporta una mayor comodidad frente al castellano, lo que ha terminado configurando su identidad. De esta forma, se alinea con la tendencia del docu-deporte íntimo y el valor del esfuerzo —más que del talento natural, como se suele potenciar en el caso de las figuras deportivas masculinas—, respaldado por los premios y el “sello Guardiola”; mientras que se intentan habilitar y satisfacer el deseo colectivo de igualdad y mérito. Por su parte, desde Lotz, se exhibe empoderamiento,

pluralidad del género, estrategias ante la opresión y un arco robusto de superación.

De forma más específica, no se evade la economía afectiva de las plataformas, sino que la capitaliza con un tono sobrio y una estética de proximidad que encaja con la figura pública de Bonmatí. En este sentido, la estrella es una mercancía con "excedente" simbólico que se construye como coherente (ética) debido al esfuerzo, al empeño y, sobre todo, al sacrificio desde la infancia. Desde una perspectiva feminista, esto no se inscribe como un manifiesto, sino como una narrativa de agencia, pluralidad y respuesta a la opresión social, cuyo discurso dominante problematiza a la mujer en el deporte.

Los contenidos en torno a la figura de la deportista se expanden a través de entrevistas, especiales y cobertura diaria; mientras que se tiende a hibridar ventanas, teniendo en cuenta la presencia de la serie en la televisión pública, privada, plataformas de *streaming* y redes sociales. Esta visibilización del estrellato deportivo femenino ofrece a las nuevas generaciones una imagen de consecución del éxito pese a los obstáculos, desmitificando la falsa idea de ausencia de talento y capacidad deportiva entre las mujeres, sino mostrando la falta de reconocimiento previo. No obstante, Bonmatí expresa la necesidad de la lucha feminista en el fútbol en tanto brechas profesionales con el objetivo de conseguir un escenario igualitario para las futuras deportistas.

Aplicaciones prácticas

La serie documental *Aitana Bonmatí Conca* contribuye a consolidar cuatro tendencias: 1) el trasfondo ético (cuidados, salud mental) como núcleo narrativo; 2) la transversalidad de públicos (deportivo/generalista) vía intimidad; 3) la serialización del universo (entrevistas, docuseries, piezas complementarias); y 4) el estrellato femenino y feminista. Los resultados de esta investigación presentan diversas aplicaciones prácticas en el ámbito académico, educativo, industrial y sociocultural, especialmente en relación con el estudio del estrellato, el género y la producción audiovisual contemporánea. En primer lugar, el análisis del documental contribuye al desarrollo de marcos metodológicos aplicables al estudio del estrellato deportivo femenino en entornos post-televisivos. La combinación de

las categorías de Richard Dyer con el enfoque crítico de género propuesto por Amanda D. Lotz ofrece una herramienta aplicable en futuras investigaciones centradas en figuras mediáticas femeninas.

En segundo lugar, la investigación aporta un modelo de análisis feminista de los textos audiovisuales, sobre todo, aquellos vinculados al deporte y a la cultura popular. El estudio evidencia cómo estrategias narrativas basadas en la intimidad ética, la visibilización de los cuidados, la agencia femenina y el compromiso sociopolítico pueden funcionar como elementos disruptivos frente a los relatos hegemónicos del éxito individual y la masculinidad competitiva. Desde una perspectiva educativa, los resultados son aplicables a la docencia universitaria en Comunicación, estudios de género, estudios culturales y sociología del deporte. Este objeto de estudio puede emplearse como caso para abordar cuestiones como la construcción mediática de la identidad, la intersección entre género, nación y lengua, o las tensiones entre autenticidad y mercantilización en la economía de la atención.

En el ámbito del deporte profesional y la comunicación institucional, los hallazgos permiten reflexionar sobre nuevas estrategias de gestión de la imagen pública de las deportistas. El caso de Bonmatí sugiere que es posible articular discursos de éxito que integren valores feministas, identidad cultural y compromiso social, ampliando los referentes simbólicos disponibles para las generaciones más jóvenes.

Por último, la investigación tiene una aplicación directa en el diseño de políticas culturales y de igualdad, al evidenciar el papel de los productos audiovisuales en la normalización de liderazgos femeninos en espacios históricamente masculinizados. El documental se configura como una herramienta de intervención simbólica capaz de contribuir a la transformación de imaginarios colectivos en torno al deporte, el género y la cultura global.

Financiación

Esta publicación está financiada por el Instituto de las Mujeres, por la resolución de fecha 3 de octubre de 2024, de la Convocatoria de Posgrados y Actividades año 2024.



Referencias

- Cancela, N., Puig-Fontrodona, L., Cordal, A., Palau, L., Picas, N., Perdomo, O., Iglesias, A., & Álvarez, T. (2024). Tensions and challenges in depictions of women's sport in audiovisual media: perspectives of Spanish sportswomen. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 37, 123–144.
- Cuenca Orellana N., Dueñas Mohedas S., & Martínez Pérez N. (2024). La creación de un mito: Putellas como estrella del fútbol femenino en *Alexia, labor omnia vincit* (2022). *Historia y Comunicación Social*, 29(2), 315-324. <https://doi.org/10.5209/hics.98674>
- Dueñas Mohedas, S., Martínez Pérez, N., & Cuenca Orellana, N. (2025). "The 15 Players' Tantrum": Social Networks and Women's Football through the Documentary #SeAcabó: Diario de las campeonas. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional de Cultura Visual*, 17(2), 217–227. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5761>
- Dyer, R. (2001). *Las estrellas cinematográficas*. Madrid: Paidós.
- Fenton, A., Ahmed, W., Hardey M., Boardman, R., & Kavanagh, E. (2024). Women's football subculture of misogyny: the escalation to online gender-based violence. *European Sport Management Quarterly*, 24(6), 1215-1237. <https://doi.org/10.1080/16184742.2023.2270566>
- Guevara, I. (2025, 7 de marzo). Radiografía de las futbolistas y las baloncestistas en España: precariedad laboral y una brecha salarial inabarcable. *El País*. <https://elpais.com/deportes/futbol/2025-03-08/radiografia-de-las-futbolistas-y-las-baloncestistas-en-espana-precariedad-laboral-y-una-brecha-salarial-inabarcable.html>
- Izquierdo-Castillo, J., & Torres-Romay, E. (2023). Women in the documentary industry: Continuing inequality in the streaming age. *Profesional de la información*, 32(1), e320107. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.07>
- Lotz, A. D. (2001). Postfeminist television criticism: Rehabilitating critical terms and identifying postfeminist attributes. *Feminist Media Studies*, 1(1). <https://sites.lsa.umich.edu/wp-content/uploads/sites/45/2014/02/FMS-Postfem.pdf>
- Roca-Marín, D., & Navarro-García, E. M. (2022). Visibilidad del deporte femenino en la prensa deportiva digital española. *Multidisciplinary Journal of Gender Studies*, 11(3), 297-321. <https://doi.org/10.17583/generos.7772>
- Rodríguez Albán, M. C., Abad Ordóñez, G. R., & Vega Pisco, K. E. (2023). Mujeres futbolistas: desigualdades, resistencias, nuevos sentidos. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 153, 253–270.
- Torredadella-Flix, X. (2016). Fútbol en femenino. Notas para la construcción de una historia social del deporte femenino en España, 1900-1936. *Investigaciones Feministas*, 7(1), 313–334. https://doi.org/10.5209/rev_INFE.2016.v7.n1.52710
- Torres-Martín, J. L., Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2023). Análisis de los documentales deportivos en Netflix, Amazon Prime y HBO en España desde una perspectiva de género. *Miguel Hernández Communication Journal*, 14(1), 135–159. <https://doi.org/10.21134/mhjourn.v14i.1682>