



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

“Unidad Xochimilco”

**División de ciencias sociales y humanidades, licenciatura
en sociología**

TESINA: CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD Y GÉNERO EN LAS INFANCIAS DENTRO DEL FUTBOL PROFESIONAL MEXICANO

Alumna:

Laura Karina Martinez Retana

Asesora:

Fabiola De Lachica Huerta

Fecha:

3 de septiembre del 2026

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO 1: IDENTIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN DEL FUTBOL FEMENIL COMO OPORTUNIDAD DE MERCADO.....	10
1.1 El fútbol como fenómeno social e identitario.....	10
1.2 De la identidad barrial a la industria del entretenimiento.....	12
1.3 Fútbol Femenil: Evolución e hitos históricos.....	13
1.4 La Liga MX Femenil: Profesionalización y consolidación actual.....	15
1.5 Impacto Digital y Proyección Comercial.....	17
CAPÍTULO 2: CONSTRUCCIÓN SOCIAL-DEPORTIVA Y LA LUCHA CONTRA LAS NARRATIVAS SOCIALES.....	20
2.1 La construcción social de la realidad y la socialización primaria en las infancias.....	20
2.2 Habitus, dominación masculina y violencia simbólica en el ámbito deportivo.....	21
2.3 Sociología del deporte y el análisis situado de la mujer futbolista.....	22
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....	23
3.1 Enfoque de investigación: El paradigma cualitativo.....	23
3.2 Diseño y Alcance del Estudio.....	23
3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	24
3.3.1 Análisis de contenido cualitativo.....	24
3.3.2 Entrevistas semiestructuradas.....	24
3.3.3 Observación participante.....	25
3.4 Criterios de Selección de la Muestra (Sujetos de Estudio).....	25
3.5 Consideraciones Éticas.....	26
CAPÍTULO 4: SOCIALIZACIÓN DE LAS NIÑAS Y PADRES DE FAMILIA FRENTE AL FRACASO DE LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS.....	27
4.1 La cancha como espacio de socialización primaria: Apoyo, tensiones y discursos familiares.....	27
4.2 La experiencia en la cancha: El juego mixto como disputa del habitus corporal.....	28
4.3 Del ídolo a la identidad: Las jugadoras de la Liga MX Femenil como nuevos "otros significativos" e impacto digital.....	30
4.4 Espectacularización corporativa y la realidad con base a un análisis crítico de las narrativas digitales.....	31
CONCLUSIÓN.....	33
BIBLIOGRAFÍA.....	36
ANEXOS.....	39
Entrevista a 5 padres de familia y 5 niñas que practican fútbol soccer.....	39
Bloque 1: Cuestionario para Padres / Tutores.....	39
Bloque 2: Cuestionario para las Niñas.....	39
Respuestas Papás.....	40
Respuestas de las Niñas.....	42
Tabla Metodológica.....	44

AGRADECIMIENTOS

A mi madre, el amor de mi vida y mi mayor refugio: A ti, Nohemí. No me alcanzaría esta tesis ni la vida entera para agradecerte todo lo que eres y todo lo que me has dado. Gracias por ser mi pilar incondicional, mi guía y mi más grande ejemplo de resiliencia y valentía. En cada desvelada, en cada momento de duda, tu fe ciega en mí fue la fuerza que me levantó para seguir adelante. Este título universitario es el fruto de tu entrega, de tus sacrificios silenciosos y de tu amor inquebrantable. Gracias por sostener mi mano en cada paso, por ser mi confidente y mi motor; hoy puedo decir con el orgullo más grande que este logro es, antes que mío, completamente tuyo. Te amo con todo mi corazón.

A mi padre, mi gran pilar: A mi papá, Antonio. Por ser el primer espejo donde aprendí a mirar la vida con determinación. Gracias por heredarme la pasión, por esas inolvidables charlas de fútbol que siempre iban más allá de la cancha y por enseñarme, con tu ejemplo diario, que la disciplina y la congruencia son la base de todo. Gracias por creer en mis proyectos antes que nadie, por cada sacrificio compartido en silencio para salir adelante y por ser ese refugio seguro en los momentos de duda. Tu confianza incondicional me dio las alas necesarias para volar alto, sin miedo y con la certeza de que siempre tendré a dónde volver. Este logro es, en su totalidad, un testimonio de tu amor y tu esfuerzo.

A mis hermanos: Edgar y Tamara. Mis eternos compañeros de vida y mis mejores aliados en este camino. Gracias por sostenerme fuerte y estar conmigo en cada desvelada, por regalarme su paciencia infinita al escucharme hablar de este proyecto mil veces y por ser el refugio perfecto cuando el cansancio pesaba más. Gracias por recordarme siempre la importancia de mantenerme centrada en mis objetivos, y por celebrar cada pequeño paso como si fuera propio. Crecer a su lado es mi mayor fortuna; su alegría, su complicidad y su presencia constante son el motor que me impulsa a ser mejor y el aliciente más grande de este viaje.

A mi abuela Teo, por su amor incondicional y por ser el refugio más dulce a lo largo de toda mi vida. Gracias por tus oraciones silenciosas, que estoy segura de que me cuidaron en cada paso, y por ser ese faro de ternura que siempre sabe cómo abrazarme el corazón y calmar cualquier tormenta. Ver tu sonrisa iluminarse al saber que he alcanzado esta meta, y compartir contigo la dicha de este momento,

es uno de los regalos más bellos y significativos de todo este viaje. Este título también lleva tu nombre, tu amor y tus bendiciones.

En memoria de mis abuelitos, José Antonio y Aurora quienes ya no están físicamente conmigo para abrazarme en este momento, pero cuya esencia habita con fuerza en cada rincón de lo que soy y de lo que he logrado. Sé que su luz me sigue guiando en los días oscuros y sus bendiciones sostienen mi alma cuando las fuerzas faltan. Este título es un homenaje solemne a su memoria, a las raíces que con tanto esfuerzo plantaron y al amor incondicional que sembraron en mí; espero estar recorriendo con dignidad, orgullo y gratitud el camino que alguna vez soñaron para su nieta. Aunque me falte su presencia física hoy, sé que celebran conmigo, porque su recuerdo no es pasado, sino una presencia viva que sigue siendo mi eterna inspiración y mi mayor orgullo.

A mi asesora de tesis y profesores: A mi asesora, la profesora Fabiola. Gracias por tu paciencia infinita, por creer en esta investigación desde el primer momento y por el constante reto de ir más allá de lo evidente, su guía no sólo modeló esta tesis, sino también mi forma de entender la academia. Asimismo, extendiendo mi gratitud a los profesores que me acompañaron en el camino, por enseñarme a entrelazar la teoría social con las acciones humanas y permitirme abordar el deporte como un fiel reflejo de nuestra sociedad. Gracias por su confianza, por abrirme los ojos a nuevas perspectivas y por transmitirme ese amor por el conocimiento que transformó mi paso por la universidad. Este trabajo es, en gran medida, fruto de su generosidad y vocación.

A las niñas y familias de las escuelas de fútbol. A cada mamá, papá y, sobre todo, a cada una de las niñas por compartirme su experiencia desde lo más profundo de su corazón, las cuales me han ayudado para que esta tesina se realice.

¡Muchísimas gracias a todos!

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia moderna de México, el fútbol en México se entiende históricamente no solo como la manifestación deportiva de mayor arraigo popular, sino también como un potente dispositivo de socialización y un pilar fundamental en la configuración de la identidad nacional. Tradicionalmente asociado a la masculinidad hegemónica, donde el fútbol mexicano funcionó durante décadas como un espacio de exclusión, segregación y violencia simbólica hacia las mujeres, lo cual ha limitado la práctica del fútbol de manera profesional a un nivel amateur y obstaculizando su visibilidad.

No obstante, la creación de la Liga MX Femenil en el año 2017 marcó un punto de partida histórico en el panorama deportivo, económico y cultural del país, en casi una década de existencia, este proyecto de profesionalización ha alcanzado hitos mediáticos y de asistencia sin precedentes en el fútbol femenino global. Ejemplos de ello son la histórica final de 2023 entre Tigres y América, que convocó a 58,000 espectadores en el Estadio Universitario (Alba violeta, 2024) la consolidación de figuras mediáticas de renombre internacional como Charlyn Corral, Jacqueline Ovalle, Scarlett Camberos y Alicia Cervantes, han sido muy importantes para la liga, ya que se ha logrado visualización de manera mundial.

Asimismo, los patrocinios han ido evolucionado de forma visible, ya que existe un aumento en marcas que apoyan a la liga mx femenil a comparación de la falta de apoyos iniciales, hoy en día se cuenta con el patrocinio de grandes marcas comerciales globales como Nike, Kotex, Bonafont y Saba, y audiencias masivas que, hacia el año 2025, posicionaron al torneo mexicano como la liga de fútbol femenino con mayor alcance a nivel mundial Liga MX Femenil. (2025). Sumando un acumulado histórico de casi 68 millones de espectadores globales entre los torneos Apertura y Clausura Nielsen Sports. (2024).

A pesar de este éxito comercial y de los avances que se ven dentro de la liga MX femenil este se ve como un espacio inclusivo y demasiado accesible, aunque por otro lado existen contradicciones por lo que dentro de esta investigación se buscará analizar cómo es que las marcas y la propia liga MX femenil se han ido involucrando, así mismo ver si ha sido fácil o difícil el acceso para todas aquellas niñas que desean practicar este deporte

A pesar de los esfuerzos por posicionar a la Liga MX Femenil como un espacio de convivencia familiar caracterizado por dinámicas de proximidad y boletaje accesible, en las bases de la sociedad persisten barreras estructurales profundas. Entre ellas destacan la falta de escuelas de fútbol femenino de carácter gratuito, la persistencia de estereotipos de género se han visto radicados en los núcleos familiares y deportivos tradicionales, y una ausencia de referentes visuales y narrativos diseñados específicamente para las necesidades de las infancias.

Frente a este panorama me interesa cuestionar de qué manera los discursos de profesionalización e inclusión impactan y son significados para las nuevas generaciones de niñas. Por ello, la presente investigación plantea como pregunta general: ¿Cómo se ha construido en los últimos años la representación del fútbol femenino centrándose en las infancias? Y de manera específica: ¿Cómo se construye la representación del fútbol femenino a través de las jugadoras profesionales en los últimos años?

Para dar respuesta a estas preguntas, el objetivo general de este trabajo es analizar las formas en las que las marcas, los clubes y la Liga MX Femenil se acercan a las infancias. De manera particular, se busca identificar cómo las niñas perciben la figura de las jugadoras profesionales y se apropian de ella a través de la mediación familiar, social y de las redes sociales digitales.

La justificación de este estudio responde a una doble relevancia. En el ámbito social, comprender cómo los clubes profesionales construyen su identidad y se aproximan a una afición infantil predominantemente femenina que permite visibilizar el fútbol como una herramienta de transformación que amplía el horizonte de expectativas de las niñas, demostrando que el deporte puede ser un proyecto de vida profesional viable y legítimo. En el plano académico, a pesar del auge de la Liga, México adolece todavía de un repertorio amplio de literatura científica sobre el fútbol profesional femenino desde una perspectiva sociocultural y centrada en la niñez; por lo tanto, esta investigación busca contribuir a subsanar dicho vacío documental.

Para sostener teóricamente este análisis, el trabajo se fundamenta en un marco conceptual de teorías básicas de la sociología, como lo son teorías del género y del deporte. Se recurre a la teoría de la construcción social de la realidad de Peter Berger y Thomas Luckmann para entender cómo se van aprendiendo estas normas de género en la socialización primaria; asimismo, se incorporan los

conceptos de *habitus*, dominación masculina y violencia simbólica de Pierre Bourdieu, esenciales para descubrir cómo las estructuras de opresión se incorporan en el ámbito deportivo. Finalmente, se retoman las aportaciones de Víctor Porres respecto a la sociología del deporte y el análisis situado de la mujer futbolista.

Metodológicamente, la investigación adopta un enfoque cualitativo de diseño de entrevistas semiestructuradas. La recolección de datos se articuló mediante, tres técnicas esenciales: el análisis de contenido cualitativo de las campañas publicitarias de la Liga; la aplicación de entrevistas semi estructuradas a padres y madres de familia en las canteras de los clubes Pumas y América; y la observación participante en grupos de niñas que entrenan en dichas escuelas formativas, lo que permitió captar de primera mano los procesos de apropiación de referentes y la construcción de su propia identidad en el terreno de juego.

Finalmente, el cuerpo de esta tesis se encuentra estructurado en cuatro capítulos fundamentales. El Capítulo 1 nos habla del contexto histórico del fútbol como fenómeno social e identitario en México, así como la evolución y los patrocinadores de la Liga MX Femenil. El Capítulo 2 expone el sustento teórico y conceptual que vamos a vincular con el estudio. El Capítulo 3 detalla la metodología y los instrumentos aplicados en el campo. Por último, el Capítulo 4 es el análisis de datos y la discusión de los hallazgos en campo, contrastando las entrevistas frente a las teorías ya establecidas.

CAPÍTULO 1: IDENTIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN DEL FUTBOL FEMENIL COMO OPORTUNIDAD DE MERCADO.

El fútbol hoy en día es un deporte de suma importancia, entre otras cosas porque se ha convertido en la herramienta de creación de lazos de unión más importante dentro de la sociedad. Tal como señalan Sigüenza y Mariel (2012), “junto con las telecomunicaciones, el deporte constituye el fenómeno social más relevante de la segunda mitad del siglo XX” (p. 468), ya que este deporte no solo fomenta la unión, sino que también involucra aspectos económicos, políticos, culturales y sociales. Ortiz (2010), citando a Angleotti, indica que “evidencia que el deporte, incluidos su práctica y disfrute, son experiencias influenciadas por factores extradeportivos” (p. 342). Se puede decir que este no es solo un espacio momentáneo, sino que va más allá: cada persona encuentra un sentido de pertenencia hacia algún equipo, creando lazos con diferentes personas que comparten el mismo sentimiento por esos colores. Por otro lado, vemos cómo las empresas, marcas y clubes pretenden generar ganancias a través de esta misma unión.

1.1 El fútbol como fenómeno social e identitario

Visto desde una perspectiva global, es indudable que el fútbol representa la práctica deportiva con el mayor arraigo e impacto cultural en el planeta ya que más de 5,000 millones de personas se consideran aficionadas al fútbol, mientras que cerca de 250,000 millones de personas lo practican de manera activa (FIFA, 2023). Este fenómeno se sustenta en la profunda carga emocional que evoca en sus seguidores; el fútbol trasciende el entretenimiento para consolidarse como un eje rector de su cotidianidad. Las agendas individuales suelen subordinarse a los calendarios de competencia de los clubes, convirtiendo el acto de presenciar un partido en una catarsis colectiva que permite canalizar las presiones diarias mediante la libre manifestación corporal y verbal, ya sea a través del festejo o del reclamo airado.

Al respecto, Hernández (s. f.) y Loli (2014) exponen en su análisis sobre la pasión y la pertenencia en el fútbol soccer que “cuanto más vinculado se siente un aficionado a su club más se hará como propios los resultados del equipo, más

humillado se sentirá hacia las derrotas y más afortunado y triunfador ante las victorias” Hernández (s. f.) y Loli (2014). Dicha respuesta emocional se intensifica notablemente en el espacio del estadio, escenario donde el individuo converge con miles de semejantes que experimentan la misma afinidad. Es en esa atmósfera donde la cohesión comunitaria genera un entorno de familiaridad y resguardo, propiciando que el sujeto se reconozca como parte integrante de una colectividad superior (Hernández, s. f.; Loli, 2014).

Para descifrar los orígenes de este arraigo identitario, Ortiz (2012) recupera los planteamientos de Angleotti (2010), quien argumenta que la consolidación del fútbol como referente simbólico e identitario responde a dos dinámicas específicas: por una parte, “su instrumentalización para alcanzar objetivos particulares que rebasan las lógicas del libre mercado y, por otra, la articulación de redes sociales cimentadas en una memoria colectiva”.

Históricamente, el desarrollo de este deporte en América Latina ilustra bien dicha transición. Introducido inicialmente por la influencia británica como un pasatiempo aristocrático, el juego fue paulatinamente apropiado por los sectores populares bajo distintas coyunturas regionales. En el contexto mexicano, los gobiernos posrevolucionarios promovieron activamente su práctica institucional como una herramienta de cohesión e integración social dentro de los proyectos de reconstrucción nacional; paralelamente, en la zona del Río de la Plata, su masificación se vinculó estrechamente a la emergencia de clubes gestados en núcleos obreros, tales como talleres ferroviarios y zonas portuarias (Galeano, 1994).

Sobre este proceso de expansión, Galeano (1994) apunta en sus reflexiones que “el crecimiento global de este deporte originalmente respondía a una estrategia de dominación de corte imperialista orientada a prolongar la subordinación e inmadurez de las sociedades oprimidas”. No obstante, las clases populares terminaron por subvertir dicha lógica, transformando el balompié en una propiedad comunitaria y en un vehículo de resistencia u organización civil. Un ejemplo emblemático de esta resignificación es la génesis del club Argentinos Juniors en 1904, bautizado inicialmente bajo el nombre de Mártires de Chicago como un homenaje explícito al movimiento obrero anarquista represaliado en mayo de 1886 (Galeano, 1994).

La adopción del fútbol por parte de las mayorías, favorecida por la simplicidad de sus directrices técnicas y la escasez de recursos económicos requeridos para su ejecución, facilitó su incorporación inmediata a la vida comunitaria de los barrios. Con el tiempo, este arraigo territorial provocó que las sociedades entrelazan el deporte con sus nociones de origen, incorporándose de manera definitiva a sus identidades locales, regionales y nacionales (Ortiz, 2010; Galeano, 1994).

1.2 De la identidad barrial a la industria del entretenimiento

Este masivo poder de convocatoria no pasó inadvertido para los agentes económicos, quienes identificaron en el fútbol un nicho de inversión sumamente lucrativo. Dicha transición mercantil reformuló las bases fundacionales de la disciplina, desplazando el sentido original de recreación y cohesión barrial hacia un esquema plenamente corporativo y profesional. Frente a esta mutación hacia el rendimiento óptimo, Galeano (1994) sintetiza el cambio de paradigma señalando que, “mientras en el pasado la consigna de los directores técnicos apelaba al juego, en la era contemporánea se reduce a un imperativo laboral”.

Las exigencias del capital corporativo modificaron sustancialmente la práctica: se priorizó el acondicionamiento psicofísico, se sofisticaron los esquemas tácticos, se convirtió a los futbolistas en atletas de alta competencia y se institucionalizó el rigor disciplinario. Esta reconfiguración propició el ingreso masivo del aparato publicitario, el cual ha capitalizado el sentido de pertenencia y los lazos identitarios de las aficiones para erigir a los jugadores como marcas comerciales y referentes de consumo (Galeano, 1994).

Bajo este panorama de mercantilización y crisis de gobernanza institucional, resulta pertinente cuestionar si los fallos administrativos o éticos debilitan la lealtad de las audiencias. Valdano (2016) argumenta que, por norma general, el aficionado difícilmente rompe el vínculo afectivo con su institución a pesar de los malos manejos o de las crisis deportivas. Asimismo, detalla cómo esta adhesión puramente emocional es conducida hacia una lógica de consumo masivo:

Estoy convencido de que a mi nieto le desvela una camiseta de su equipo, porque la fascinación que producen los héroes tiene ya más fuerza que el juego mismo. Mi nieto no sabrá que en el instante en el que compre esa camiseta, pasará de hinchas a cliente para activar un negocio cada vez más

grande. (Valdano, 2016, p. 13).

Debido a estas dinámicas, en la actualidad no existe otra manifestación social que posea la ubicuidad y la influencia geopolítica del fútbol. Es sintomático que el alcance de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) supere en representatividad al de la propia Organización de las Naciones Unidas. Para el año 2023, la entidad rectora del balompié global registraba un total de 211 federaciones afiliadas, en contraste con las 193 naciones soberanas que integran formalmente la ONU (Federación Internacional de Fútbol Asociación [FIFA], 2026; Naciones Unidas, 2026).

Décadas atrás, el censo global *Big Count* coordinado por la FIFA en 2006 con datos recopilados a través de sus entonces 207 organizaciones miembro, arrojó que aproximadamente 265 millones de personas de ambos sexos (equivalentes al 4 % de la población del planeta en ese momento) practicaban esta disciplina bajo regímenes federados (FIFA, 2006). Tras veinte años de evolución, es previsible que este volumen de practicantes se haya incrementado exponencialmente, aunado al hecho inequívoco de que el universo de personas que disputan encuentros con fines lúdicos e informales, fuera del control corporativo, supera con creces cualquier métrica oficial. Por consiguiente, resulta imperativo trazar un balance histórico sobre el desarrollo del fútbol practicado por mujeres, con el propósito de examinar su crecimiento institucional y sus proyecciones contemporáneas en este sector de la sociedad.

1.3 Fútbol Femenil: Evolución e hitos históricos

La vertiente femenina de este deporte ha experimentado un proceso de consolidación sostenido a lo largo del último siglo, teniendo que derribar barreras estructurales, prejuicios de género y exclusiones normativas fuertemente arraigadas en el ecosistema deportivo. Mientras que las primeras evidencias institucionales se sitúan en 1892 en Glasgow, Escocia, escenario del primer partido formal entre mujeres del que se posee constancia documental, fue posteriormente, en 1894, que la activista Nettie Honeyball fundó el *English Ladies Football Club*, constituyendo la primera organización atlética femenina orientada de forma exclusiva a esta disciplina y demostrando el carácter histórico de este movimiento (Luchadoras, 2022).

Durante las primeras décadas del siglo XX, la modalidad registró una fase de expansión coyuntural catalizada por los conflictos bélicos globales. El estallido de la Primera Guerra Mundial en 1914 reconfiguró los roles laborales en el Reino Unido; ante la movilización de la población masculina hacia los frentes de combate, las mujeres asumieron la producción industrial en las fábricas. Dentro de estos entornos laborales, la práctica informal del balompié se asentó como un mecanismo de recreación y descompresión para las trabajadoras. Pese al dinamismo y popularidad de estos torneos, la *Football Association* de Inglaterra postergó el reconocimiento oficial de la rama femenina hasta 1969 (Luchadoras, 2022).

En el plano nacional, el año 1971 representó un parteaguas para la disciplina en México, cuando la selección nacional disputó la final de un torneo de envergadura mundial en su propio territorio. Un sector considerable de dicho plantel se había desempeñado previamente en los grupos de animación del fútbol varonil, logrando congregar a más de 100,000 espectadores en las tribunas del Estadio Azteca el 5 de septiembre de ese año. A pesar de caer ante el representativo de Dinamarca, esta gesta deportiva visibilizó las capacidades y el potencial de las futbolistas en el país, consolidándose como el logro más relevante de la época bajo la guía técnica de Víctor Manuel Meléndez y Efraín Pérez, y con liderazgos deportivos en la cancha como los de Alicia Vargas y María Eugenia Rubio (López y Robles, 2019).

Sin embargo, tras dicha participación histórica, las atletas se vieron obligadas a retornar al estatus amateur debido a que el aparato mediático y directivo volcó de nuevo su atención de forma exclusiva al sector varonil. Las expectativas de un desarrollo estructurado se diluyeron, y el combinado nacional que venía de obtener un tercer puesto un año antes fue marginado por los círculos de analistas de la época. Durante ese periodo, la cobertura de la prensa escrita tendía a priorizar valoraciones estéticas o superficiales sobre el aspecto de las jugadoras en lugar de evaluar sus destrezas tácticas y atléticas; las subcampeonas mundiales debieron afrontar un entorno adverso para que se reconociera su calidad deportiva. Tuvieron que transcurrir 46 años para que se formalizaran las bases de una estructura profesional en el país (López y Robles, 2019).

Décadas más tarde, la llegada de Leonardo Cuéllar a la dirección técnica del representativo nacional impulsó al equipo hacia su primera Copa del Mundo avalada por la FIFA en la edición de Estados Unidos 1999. El bagaje de Cuéllar como ex

futbolista de los Pumas de la UNAM y su experiencia en el circuito universitario estadounidense proveyeron de herramientas competitivas al plantel. Ubicadas en el Grupo B, el panorama resultó sumamente adverso frente a potencias como Alemania, Italia y Brasil, acumulando 15 anotaciones en contra y un solo gol a favor, firmado por Maribel Domínguez, quien por su parte se consagró como la máxima artillera histórica del combinado con 82 anotaciones. Pese a los resultados adversos, dicho torneo inauguró una nueva etapa organizativa (López y Robles, 2019).

Bajo la misma gestión técnica, México aseguró su participación en los Juegos Olímpicos de Atenas 2004, contando con una plantilla donde destacaron figuras como la zaguera Mónica Vergara. Con el antecedente de una medalla de bronce en los Juegos Panamericanos de 2003, el conjunto mexicano avanzó hasta los cuartos de final en Atenas, instancia donde fue superado por Brasil, en un torneo dominado históricamente por los representativos de Estados Unidos, Alemania y el propio cuadro sudamericano.

1.4 La Liga MX Femenil: Profesionalización y consolidación actual

La formalización y anuncio del nacimiento institucional de esta división profesional se concretó a finales de 2016, arrancando oficialmente las competencias en el año 2017 (Infobae, 2026). El certamen inaugural se puso en marcha incorporando originalmente las estructuras femeninas de las franquicias de la Primera División nacional. La primera gran final de liga se celebró el 24 de noviembre de 2017, fecha en la que las Chivas de Guadalajara se adjudicaron el campeonato histórico tras vencer al Club Pachuca con una épica remontada en el partido de vuelta (Goal, 2017).

En aquella temporada de debut, diversas instituciones pactaron derechos de transmisión televisiva y coberturas mediáticas que visibilizan el torneo a gran escala. La final de vuelta del Apertura 2017 congregó a más de 32,000 asistentes directos en las gradas del Estadio Akron, un escenario de alta convocatoria que repitió a las mismas escuadras finalistas en la edición del Clausura 2022 con un nuevo triunfo para el conjunto tapatío (Chivas Femenil, s. f.), dentro de una competición que para entonces evidenciaba ya profundas transformaciones estructurales que mientras que en sus inicios el torneo imponía límites estrictos de edad para el registro de las

jugadoras con el fin de impulsar fuerzas básicas, las regulaciones vigentes se abrieron hacia un esquema plenamente profesional y de libre competencia, al tiempo que las remuneraciones económicas han mostrado un incremento gradual frente a las condiciones del arranque.

En el ámbito de la comunicación, los equipos periodísticos demuestran un mayor rigor y precisión en el seguimiento de las jugadoras, al tiempo que se ha consolidado la presencia de perfiles femeninos en los roles de narración, análisis y periodismo de campo, destacando figuras como Claudia Rodríguez, Danie Cortés, Daniella López, Georgina González, Ingrid Garibay, Karina Herrera, María Fernanda Mora, Monserrat Gómez y Zaritzi Sosa. Es pertinente destacar que, antes de la irrupción de este torneo, la Super Liga Femenil coordinada por la Liga Mexicana de Fútbol Femenil (LIMEFFE, 2025) constituyó el principal circuito de competencia para las mujeres en el país, manteniendo sus operaciones de manera independiente hasta el presente (LIMEFFE, 2026)

Asimismo, los análisis de audiencias coinciden en que los entornos de la Liga MX Femenil se distinguen por ser espacios sustancialmente más seguros, caracterizados por la ausencia de expresiones discriminatorias, homofóbicas, misóginas o racistas; conductas que, contrariamente, persisten normalizadas en las tribunas del balompié varonil (López y Robles, 2019).

En la actualidad, la Primera División Femenil de México denominada comercialmente como Liga BBVA MX Femenil constituye el circuito de máxima exigencia profesional en el país. Avalada y regulada formalmente por la Federación Mexicana de Fútbol (FMF), la competencia está conformada por los 18 representativos correspondientes a las franquicias de la Liga MX (Tribuna Noticias, 2026). Para el periodo correspondiente a la redacción de este análisis, el torneo se encuentra en el desarrollo del Clausura 2026, correspondiente al ciclo competitivo 2025-2026.

Las directrices operativas iniciales obligaban a los clubes a registrar plantillas formadas estrictamente en México y limitadas en rangos de edad menor. Estas restricciones de edad y de nacionalidad se reformaron y suprimieron progresivamente en las Asambleas de Dueños institucionales en aras de flexibilizar el mercado laboral, elevar la competitividad de la liga nacional y homologar el torneo a los estándares del mercado internacional (SDPNoticias, 2024). Aunque el diseño original contemplaba la paridad absoluta de franquicias con los equipos varoniles,

contingencias comerciales provocaron algunos ajustes temporales de plazas. Tras estabilizarse un total de 18 plazas fijas por torneo, la liga continuó con su plan de expansión, el cual incluyó la paulatina incorporación y renovación estructural de franquicias, permitiendo que la competencia mantuviera la solidez institucional y deportiva requerida (Tribuna Noticias, 2026).

Las reformas estructurales aplicadas al reglamento por las autoridades deportivas dinamizan el certamen internacional:

- **Apertura del mercado internacional:** Desde la inclusión inicial de jugadoras extranjeras permitida en 2021, la cuota se amplió progresivamente hasta alcanzar la temporada 2025-2026 con un reglamento flexible de plazas internacionales, diversificando la liga con talento global proveniente de más de 30 naciones (Tribuna Noticias, 2026).
- **Fuerzas Básicas:** Se institucionalizó la estructura obligatoria de categorías inferiores (Sub-17), evolucionando posteriormente hacia un sistema integral de fuerzas básicas femeniles diseñado para nutrir a la Primera División.

En términos de audiencias, el crecimiento ha quebrado récords de consumo internacional de forma sostenida. Para el año 2025, el torneo mexicano se consolidó y posicionó formalmente como la liga de fútbol femenino con mayor alcance de audiencia a nivel global, sumando un histórico acumulado de casi 68 millones de espectadores (37.5 millones en el Apertura 2025 y 30.3 millones en el Clausura 2025), superando en visualizaciones a circuitos consolidados como la *National Women's Soccer League* (NWSL) de EE. UU. y la *Barclays Women's Super League* de Inglaterra (Tribuna Noticias, 2026).

1.5 Impacto Digital y Proyección Comercial

La consolidación y el alcance masivo de la Primera División Femenil en México guardan una correlación directa con la penetración de internet y el ecosistema de redes sociales, plataformas que han funcionado como aceleradores de su posicionamiento en el mercado:

- **Visibilidad de alcance global:** Las plataformas digitales rompieron el monopolio de los medios tradicionales. La Liga MX y sus clubes

distribuyen contenidos multimedia, análisis y coberturas en tiempo real directamente a sus audiencias sin restricciones geográficas. Este ecosistema facilitó que en 2025 la liga acumulara 67.8 millones de espectadores globales (Claro Sports, 2026). Durante el Clausura 2026, la fase de cuartos de final registró por sí sola una audiencia acumulada de 21.23 millones de usuarios, reflejando un repunte masivo del +85% en comparación con el ciclo del año anterior (Tribuna Noticias, 2026).

- **Interacción y fidelización de comunidades:** Las redes sociales han horizontalizado la comunicación entre las instituciones, las jugadoras y la afición, propiciando canales de retroalimentación inmediata que robustecen los lazos de identidad y el sentido de comunidad en torno al torneo.
- **Diversificación de pantallas y transmisiones:** La distribución vía *streaming* y redes sociales se ha consolidado como un canal estratégico de acceso, permitiendo el consumo de partidos en vivo a audiencias que no dependen de sistemas de televisión restringida o suscripciones tradicionales de pago.
- **Valor de marca y mercado de transferencias:** La gestión de la marca personal de las futbolistas en entornos digitales ha incrementado su valor comercial y atractivo para patrocinadores no tradicionales. Este impacto comercial se traduce en transacciones históricas en el mercado de fichajes, tales como el traspaso de Lizbeth Ovalle en 2025, tasado en 1.5 millones de dólares.
- **Plataforma de narrativas de equidad:** Los canales institucionales de la liga sirven como vehículos de difusión para campañas orientadas a la equidad de género, inclusión social y derechos laborales, incidiendo directamente en la percepción pública del deporte.

Tras completar más de 18 certámenes oficiales hacia el Clausura 2026, la evolución de la Liga MX Femenil muestra un ritmo de desarrollo estructural y comercial acelerado en comparación con las etapas iniciales del profesionalismo varonil en México. La apertura hacia el mercado internacional con la flexibilización de plazas extranjeras para la temporada 2025-2026 y la incorporación de futbolistas de más de 31 nacionalidades confirma su maduración (Tribuna Noticias, 2026). Pese a los avances, persisten retos institucionales; corresponde a las esferas

directivas y a investigaciones académicas de esta índole proveer las herramientas necesarias para potenciar las condiciones laborales de las jugadoras, elevar la calidad de las producciones mediáticas y expandir el respaldo de las aficiones en todas las aristas de la disciplina.

CAPÍTULO 2: CONSTRUCCIÓN SOCIAL-DEPORTIVA Y LA LUCHA CONTRA LAS NARRATIVAS SOCIALES

Para comprender cómo las infancias femeninas en México se aproximan al fútbol profesional y construyen su identidad en un entorno históricamente masculinizado, es imperativo establecer un andamiaje teórico interdisciplinario. El análisis de este fenómeno requiere cruzar las fronteras de la sociología del conocimiento, la sociología del cuerpo y de género, y la sociología del deporte. En este sentido, el presente marco teórico se articula a partir de tres ejes conceptuales fundamentales: la socialización y construcción de la realidad, la incorporación del género mediante las estructuras de opresión y dominación, y el espacio del deporte como un territorio en disputa para la mujer futbolista.

2.1 La construcción social de la realidad y la socialización primaria en las infancias

La identidad de las infancias no constituye una esencia inmutable ni un correlato biológico determinista; por el contrario, es el resultado de un proceso dinámico de internalización y negociación con el entorno social. De acuerdo con los planteamientos de Peter Berger y Thomas Luckmann (2003), la sociedad se entiende en una doble dimensión: como realidad objetiva (instituciones, normas y discursos preexistentes) y como realidad subjetiva (la asimilación que el individuo hace de ese mundo). Los autores señalan que el individuo no nace miembro de una sociedad, sino que es inducido a participar en ella a través de dos fases críticas: la socialización primaria y la socialización secundaria pero mediante la socialización primaria ocurre durante la infancia y se caracteriza por una alta carga emocional; en esta etapa, las niñas y niños internalizan el mundo de sus "otros significativos" principalmente la familia y los entornos formativos inmediatos como el único mundo posible y real. Es aquí donde se asimilan las pautas de comportamiento, los roles esperados y las autopercepciones.

En el contexto de esta investigación, la aproximación de una niña al fútbol profesional a través del consumo mediático de la Liga MX Femenil o la práctica en escuelas de fútbol soccer se encuentra directamente mediada por este proceso. Si el núcleo familiar o los "otros significativos" reproducen estereotipos tradicionales de

género que dictan que el fútbol es un espacio exclusivo para varones, la realidad subjetiva de la niña asimila dicha exclusión como una norma social legítima. No obstante, la emergencia de nuevos referentes mediáticos (las jugadoras profesionales) introduce elementos de socialización secundaria que entran en tensión con los marcos tradicionales, abriendo canales para que las infancias renegocian y reconstruyan su propia identidad y horizontes de expectativa.

2.2 Habitus, dominación masculina y violencia simbólica en el ámbito deportivo

Para desentrañar de qué manera las estructuras de género operan y se fijan de manera profunda en el comportamiento y el cuerpo de las infancias, es indispensable acudir a la sociología del poder de Pierre Bourdieu (2000). Uno de los conceptos vertebrales de su obra es el de *habitus*, definido como un conjunto de esquemas de percepción, pensamiento y acción internalizados que las personas adquieren a través de su trayectoria social. El *habitus* funciona de manera inconsciente, haciendo que estructuras culturales e institucionales abstractas se convierten en disposiciones corporales duraderas; en palabras llanas, es la historia social hecha cuerpo.

Bourdieu (2000) aplica esta lógica en su obra *La dominación masculina* para explicar cómo la división sexual del trabajo y de los espacios se inscribe somáticamente. La sociedad asigna usos diferenciados del cuerpo: históricamente, a los varones se les ha incentivado al uso expansivo del espacio, la fuerza física, la competencia y el riesgo, elementos constitutivos del fútbol tradicional. Por el contrario, a las mujeres se les ha constreñido a un uso del cuerpo orientado a la discreción, la estética y el cuidado. Cuando estas pautas se internalizan a través del *habitus*, las desigualdades de género dejan de percibirse como construcciones sociales y pasan a verse como "leyes naturales".

Este fenómeno se sostiene mediante lo que Bourdieu denomina violencia simbólica: una forma de dominación que no utiliza la fuerza física, sino la imposición sutil de significados que las propias víctimas aceptan y reproducen al carecer de categorías de pensamiento alternativas. En el fútbol infantil mexicano, la escasez de escuelas formativas gratuitas para niñas o la falta de materiales visuales diseñados para ellas operan como mecanismos de violencia simbólica que sutilmente les

comunican que "ese no es su lugar". Por ende, cuando una niña rompe con este esquema, ingresa a una escuela de fútbol o se apropia de la figura de jugadoras profesionales como Charlyn Corral o Jacqueline Ovalle, está generando una ruptura en el *habitus* corporal preestablecido, transformando su cuerpo de un objeto de dominación pasiva a un agente de acción y autovaloración.

2.3 Sociología del deporte y el análisis situado de la mujer futbolista

Aterrizar estas teorías microsociológicas al campo específico de la cultura física requiere de las aportaciones de la sociología del deporte, y particularmente de los enfoques desarrollados por investigadores como Víctor Porres (2009). El deporte no es un mero fenómeno de recreación o un negocio neutral; es una institución socializadora de primer orden que refleja, refuerza o cuestiona los valores hegemónicos de una cultura. Porres (2009) argumenta que el juego y la actividad física en las infancias son fundamentales para la adquisición de la autoeficacia, la autoconfianza y la socialización colectiva. No obstante, el autor advierte que las estructuras deportivas tradicionales operan bajo sesgos androcéntricos que tienden a invisibilizar o subordinar la experiencia de las mujeres. El análisis situado de la mujer futbolista implica reconocer que las atletas profesionales no solo compiten en términos tácticos y físicos dentro de la cancha, sino que libran una batalla paralela contra las narrativas institucionales y comerciales que mercantilizan su imagen o que restringen su crecimiento estructural.

En el escenario mexicano actual, la Liga MX Femenil proyecta una representación idílica de inclusión familiar y equidad. Sin embargo, la perspectiva de Porres nos invita a contrastar este discurso con la realidad empírica que viven las infancias. Existe una marcada contradicción entre la espectacularización mediática del fútbol profesional femenino y las barreras estructurales tangibles que experimentan las niñas en la base de la pirámide social. Las jugadoras profesionales operan como referentes identitarios potentes gracias al impacto digital y de redes sociales; no obstante, para que esa inspiración se traduzca en una transformación social efectiva, las infancias requieren de entornos seguros, recursos formativos equitativos e instituciones que validen de manera real su derecho al juego, desmantelando la histórica asociación exclusiva entre el fútbol y la masculinidad hegemónica.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

Para dar cumplimiento a los objetivos de esta investigación, orientados a analizar cómo las marcas, los clubes y la Liga MX Femenil construyen la representación del fútbol femenino hacia las infancias, y de qué manera las niñas perciben y se apropian de dichas figuras mediáticas, se ha diseñado una ruta metodológica rigurosa de corte empírico.

3.1 Enfoque de investigación: El paradigma cualitativo

El presente estudio se inscribe dentro del enfoque cualitativo. De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos desde la perspectiva de los propios actores sociales en sus entornos naturales, permitiendo interpretar los significados, percepciones, experiencias y subjetividades que las personas atribuyen a su realidad. Dado que el objeto de estudio de este trabajo no busca cuantificar variables ni establecer correlaciones estadísticas, sino desentrañar procesos simbólicos profundos como la construcción de la identidad de género, la apropiación de referentes deportivos y la influencia de las dinámicas familiares en las infancias, el paradigma cualitativo resulta el idóneo. Este enfoque proporciona la flexibilidad necesaria para aproximarse de forma abierta y situada tanto a las narrativas mediáticas de la Liga MX Femenil como a las vivencias cotidianas de las niñas y sus familias dentro de las escuelas de fútbol.

3.2 Diseño y Alcance del Estudio

La investigación posee un diseño de entrevistas semiestructuradas, en conjunto con observación participante en particular a niñas que practiquen el fútbol soccer, la cual logra tener un alcance de tipo descriptivo-explicativo. Se explora las experiencias vividas por los sujetos (padres, madres y niñas) en torno al fútbol soccer, y es en la medida en que se introduce en los campos de entrenamiento para describir las interacciones sociales directas. El estudio se articula de manera multidimensional mediante una estrategia de triangulación metodológica, la cual consiste en utilizar múltiples técnicas de recolección de datos sobre un mismo fenómeno para otorgarle mayor validez, confiabilidad y profundidad científica al

análisis.

3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para capturar la complejidad del fenómeno desde sus aristas institucional, familiar y comunitaria, la fase empírica se estructuró a partir de tres técnicas esenciales:

3.3.1 Análisis de contenido cualitativo

El análisis de contenido se define como una técnica para interpretar textos u objetos comunicativos de manera sistemática y contextualizada. En este estudio, se aplicó un análisis de contenido cualitativo sobre las campañas publicitarias, comunicados institucionales y publicaciones de redes sociales (especialmente TikTok e Instagram) emitidas por la Liga MX Femenil y sus principales marcas patrocinadoras (como Nike, Kotex, Bonafont y Saba) durante el último año de competencia.

Instrumento: Se diseñó una Matriz de Análisis Categorical, cuyas unidades de análisis se enfocaron en identificar: códigos visuales (colores, encuadres, protagonismo infantil), narrativas discursivas (conceptos de inclusión, empoderamiento, profesionalismo) y la presencia o ausencia de referentes específicos orientados a las niñas. Esto permitió evaluar la brecha existente entre el discurso idílico de la industria y las realidades operativas del deporte. La tabla mencionada se agrega en los anexos para una mejor interpretación de los datos y una mayor contextualización al respecto.

3.3.2 Entrevistas semiestructuradas

La entrevista semiestructurada parte de una guía de preguntas preestablecidas, pero mantiene la apertura para que el investigador explore libremente temas emergentes de interés durante la conversación. Esta técnica se seleccionó para indagar en la mediación familiar y social de los "otros significativos" que plantean Berger y Luckmann (2003).

Sujetos e Instrumento: Se aplicó una Guía de Entrevista dirigida a padres, madres y tutores de niñas que practican fútbol de manera organizada. El instrumento se dividió en bloques temáticos específicos: contexto familiar e interés

deportivo, motivos de inicio del interés de la niña, la percepción familiar respecto al fútbol femenino, hábitos de consumo mediático de la Liga MX Femenil, y la identificación de estereotipos o diferencias percibidas respecto a las oportunidades materiales y de infraestructura de las niñas en comparación con los niños.

3.3.3 Observación participante

La observación participante implica la inmersión directa del investigador en el escenario social de estudio, interactuando activamente con los sujetos para captar de primera mano las conductas, expresiones y dinámicas del grupo en su cotidianidad.

Escenario e Instrumento: La observación se llevó a cabo en diversas escuelas de fútbol formativo donde entrenan grupos de niñas. El instrumento clave fue el Diario de Campo, complementado con una Guía de Observación Situada. El foco de atención se centró en registrar las interacciones de las niñas en la cancha (tanto en dinámicas de equipos mixtos como femeniles), sus expresiones de autoeficacia y personalidad, sus conversaciones explícitas sobre jugadoras profesionales (apropiación de referentes), y las barreras o dificultades que emergen corporal y socialmente durante el juego, permitiendo evaluar la configuración o ruptura de su *habitus* corporal (Bourdieu, 2000).

3.4 Criterios de Selección de la Muestra (Sujetos de Estudio)

Al tratarse de una investigación cualitativa, la muestra es de tipo no probabilística e intencional, seleccionada bajo criterios teóricos y de conveniencia por su relevancia para el objeto de estudio:

1. Infancias: Niñas de entornos urbanos en México en rangos de edad escolar que practican activamente el fútbol en escuelas deportivas o fuerzas básicas de manera formal o informal.
2. Padres/Tutores: Adultos a cargo del cuidado primario de las niñas seleccionadas, que actúen como sus principales facilitadores económicos y emocionales en el deporte.
3. Unidades Mediáticas: Campañas institucionales vigentes de la Liga MX Femenil con alta penetración digital durante los periodos competitivos recientes.

3.5 Consideraciones Éticas

Dada la participación activa de menores de edad en este estudio, la investigación se rigió bajo estrictos protocolos de ética y salvaguarda infantil. Se requirió de forma obligatoria la lectura y firma de un Asentimiento Informado por parte de las niñas y un Consentimiento Informado por escrito por parte de las madres, padres o tutores legales antes de realizar las observaciones y entrevistas. Asimismo, se garantizó el anonimato absoluto de todos los participantes mediante la codificación de nombres reales, asegurando que la información recopilada fuera utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación.

CAPÍTULO 4: SOCIALIZACIÓN DE LAS NIÑAS Y PADRES DE FAMILIA FRENTE AL FRACASO DE LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

El propósito central de esta investigación es analizar las experiencias, discursos y dinámicas identitarias de las niñas que practican fútbol soccer en escuelas formativas y canteras profesionales, estructurando los hallazgos empíricos a partir de las voces de las propias jugadoras, sus madres, padres y tutores. A través de un enfoque cualitativo sustentado en la sociología constructivista y de la práctica, se desentraña cómo el balompié deja de ser un mero juego recreativo para convertirse en un territorio de disputa, negociación y profunda configuración subjetiva para las infancias femeninas en México. Se ofrece una mirada crítica sobre cómo las infancias, respaldadas por sus entornos familiares y guiadas por nuevos referentes visuales y digitales, desafían la histórica codificación androcéntrica del fútbol para agenciar y transformar su propia realidad.

4.1 La cancha como espacio de socialización primaria: Apoyo, tensiones y discursos familiares

La aproximación de las infancias al fútbol está inevitablemente mediada por su entorno socio familiar inmediato. De acuerdo con Berger y Luckmann (2003), la socialización primaria es el primer filtro afectivo y cognitivo por el cual el individuo internaliza la estructura social, convirtiendo el mundo de sus otros significativos (madres, padres y tutores) en la base de su realidad subjetiva. Los testimonios recopilados evidencian que el interés de las niñas por el balompié suele irrumpir en el entorno doméstico mediante dos vías: la imitación de figuras masculinas protectoras y el consumo mediático compartido para analizar las narrativas de los padres respecto a los inicios de sus hijas, destaca que el ingreso a este espacio deportivo estuvo marcado por miedos somáticos o sesgos tradicionales que debieron ser negociados. Carlos (42 años, Pumas) relata que al principio me dio miedo por los golpes, pero ver su emoción me convenció. En un sentido similar, Sofía (41 años, América) expone que al inicio experimentó dudas operacionales cuando me pidió entrenar formalmente pensé en los horarios y las tareas, pero la vi tan decidida que acepté. Estos temores iniciales revelan cómo el fútbol sigue estando codificado en el imaginario social como una actividad de alto riesgo o

desgaste que altera las pautas convencionales de la crianza femenina.

Asimismo, la presencia de la familia extendida (abuelos o tíos) funciona como el eco de lo que Berger y Luckmann (2003) denominaría la "sedimentación de los estereotipos de la vida cotidiana". Las respuestas de los tutores confirman que el entorno familiar secundario opuso una resistencia discursiva inicial. Carlos (Pumas) recuerda que "mi familia extendida al principio decía el típico comentario de 'el fut es para niños'", mientras que Jorge (América) señala que "mis tíos decían que se iba a 'hacer ruda'".

No obstante, las entrevistas demuestran que el éxito deportivo y la institucionalización de las niñas dentro de clubes de alto renombre actúan como catalizadores que subvierten el prejuicio:

- "Todos presumen que la niña es buenísima" (Carlos, Pumas).
- "Los abuelos están fascinados, dicen que es el orgullo de la familia" (Elena, Pumas).

Esto demuestra que cuando la socialización primaria de la niña es respaldada firmemente por los padres nucleares, la resistencia del entorno exterior disminuye, legitimando la identidad de la niña como futbolista dentro de su propia red de parentesco.

4.2 La experiencia en la cancha: El juego mixto como disputa del habitus corporal

El juego infantil en espacios públicos o escolares constituye un escenario de incorporación de las estructuras de poder. Al cruzar las respuestas de las niñas sobre sus vivencias en la cancha con los conceptos de habitus y dominación masculina de Pierre Bourdieu (2000), se visibiliza de qué manera los cuerpos de los niños y las niñas han sido generados de forma diferenciada desde la infancia. Las niñas que transitan por ligas o retas mixtas reportan una sistemática segregación espacial y relacional que opera como violencia simbólica.

Valeria (12 años, Pumas) expone que en los contextos mixtos "los niños a veces son muy toscos a propósito para demostrar que son más fuertes, o no te la pasan porque piensan que la vas a perder". Esta misma experiencia de juicio

asimétrico es compartida por Camila (12 años, América), quien señala: "Sentía que los niños me juzgaban más si cometía un error que si lo cometía un niño".

De acuerdo con Bourdieu (2000), la dominación masculina inscribe en el varón un habitus de expansión, agresividad y monopolio del espacio de juego, mientras que a la mujer se le induce a la autolimitación. Los entrenadores, como agentes de reproducción institucional, suelen reforzar este habitus pasivo; Sofía (América) relata con molestia que a su hija "los entrenadores la ponían de defensa 'para que no le pegaran'".

Incluso cuando las niñas demuestran capacidades técnicas equivalentes o superiores, el habitus androcéntrico de los niños entra en crisis. Romina (13 años, América) manifiesta que en las retas escolares "a veces los niños se enojan si les haces un túnel o les ganas el balón, como que les das en el orgullo", y Elena (Pumas) añade que en la experiencia de su hija "los niños la cuidaban de más por ser niña, y ella se enojaba, quería que le jugaran igual". Estas reacciones de enojo o sobreprotección por parte de los varones evidencian que la presencia de una niña hábil en la cancha quiebra la "normalidad" de la dominación masculina, forzándolos a defender el monopolio simbólico de su virilidad deportiva.

Frente a esta hostilidad, la existencia de espacios formativos exclusivamente femeninos (como las fuerzas básicas de Pumas en Cantera o del América en Coapa) se erige como una trinchera de resistencia somática y bienestar psicosocial. Al ser cuestionadas sobre su preferencia, las niñas son contundentes:

- "Prefiero jugar con niñas porque el ambiente es más sano" (Camila, 12 años).
- "Nos comunicamos mejor y nos apoyamos si alguien se equivoca" (Ximena, 11 años).
- "Con las niñas me siento más en confianza de platicar y hacer amigas fuera de la cancha" (Renata, 11 años).

La cancha exclusiva para niñas desactiva la mirada juzgadora del varón, permitiendo que las infancias femeninas desplieguen su corporalidad con libertad, construyan lazos de solidaridad colectiva y reconfiguran un habitus corporal basado

en la fuerza, la velocidad y la resiliencia ante la frustración.

4.3 Del ídolo a la identidad: Las jugadoras de la Liga MX Femenil como nuevos "otros significativos" e impacto digital

El último eje analítico examina cómo la profesionalización de la Liga MX Femenil ha transformado las realidades subjetivas de las infancias, proveyéndoles de un horizonte de expectativas antes inexistente. Desde la perspectiva de la socialización secundaria (Berger y Luckmann, 2003), los medios de comunicación y las redes sociales funcionan como aparatos de transmisión que introducen nuevos "submundos" de conocimiento institucionalizados.

Los datos demuestran un vuelco histórico en los referentes de inspiración: las niñas ya no idolatran exclusivamente a figuras masculinas, sino que han adoptado a las futbolistas profesionales como sus principales modelos de vida. Valeria (12 años) expresa categóricamente: "¡Sí, quiero ser profesional en Pumas! Sigo en TikTok a Stephanie Ribeiro", mientras que Romina (13 años) proyecta una ambición global: "Mi sueño es ser profesional en el América y luego irme a Europa. Sigo en Instagram y TikTok a Kiana Palacios y a Sarah Luebbert".

Esta apropiación identitaria está profundamente potenciada por las narrativas transmedia de plataformas digitales como TikTok e Instagram. Las infancias ya no solo consumen el partido de noventa minutos por televisión o streaming (como ViX); consumen la cotidianidad de las atletas. Camila (12 años) utiliza Instagram para "ver sus historias de cómo entrena y lo que come para aprender de ella", y Renata (11 años) sigue a Karen Luna y Jana Gutiérrez porque "suben muchos videos divertidos de sus entrenamientos y tendencias de baile, así que las siento muy cercanas". Las redes sociales horizontalizan la figura de la heroína deportiva, haciéndola accesible y emulable para la niña aficionada.

Esta construcción identitaria impacta directamente en la personalidad de las menores en su vida pública extramuros. Los padres reportan de manera unánime que el fútbol ha modificado positivamente la conducta de sus hijas:

- Seguridad y Liderazgo: "Antes era muy tímida en la escuela, ahora es la que organiza los equipos" (Carlos, Pumas).

- Competitividad y Carácter: "Es súper competitiva y líder. No le da miedo hablar ni enfrentarse a retos grandes" (Jorge, América).
- Estructura y Autonomía: "El fútbol le dio estructura. Es muy organizada con sus tareas para que no le quiten el entrenamiento" (Sofía, América).

De este modo, el fútbol profesional femenino en México, operando a través de la pantalla digital y el entrenamiento en campo, dota a las niñas de herramientas para agenciar su propia realidad. El fútbol soccer deja de ser un juego ajeno y se convierte en un pilar fundamental de su subjetividad, permitiéndoles enunciarse como seres fuertes, independientes y capaces de disputar cualquier espacio social.

4.4 Espectacularización corporativa y la realidad con base a un análisis crítico de las narrativas digitales

La profesionalización de la Liga MX Femenil ha detonado un interés sin precedentes por parte de marcas globales de higiene, vestuario y cuidado personal (como Nike, Kotex y Saba), las cuales han encontrado en el fútbol practicado por mujeres una plataforma idónea para articular discursos de empoderamiento, diversidad e inclusión. Sin embargo, al contrastar el análisis de contenido cualitativo de sus campañas digitales con las experiencias recogidas en campo, emerge una clara brecha entre la narrativa publicitaria y la realidad operativa de las infancias.

Como se evidencia en la Matriz de Análisis Categorical (ver Anexo 1), campañas emblemáticas como Reescribe la Historia de Nike optan por encuadres épicos que ensalzan la figura de la mujer adulta como una super atleta consagrada. Si bien esta construcción discursiva posiciona el profesionalismo y la resistencia, adolece de puentes visuales y narrativos que conectan dicho éxito comercial con las niñas de sectores populares. La representación del legado se vuelve así un producto de consumo de élite que invisibiliza el hecho de que el acceso a infraestructura, calzado y uniformes adecuados sigue siendo un privilegio económico en la pirámide social mexicana (Porres, 2020).

Por otro lado, la instrumentalización de la infancia en las estrategias publicitarias se hace patente en iniciativas como Canchas Propias de Kotex o las publicaciones institucionales de la Liga MX Femenil. En estos productos

comunicativos, las niñas son representadas de manera predominantemente pasiva o testimonial: aparecen como espectadoras en las tribunas, aplaudiendo o validando el ambiente familiar del estadio. Se vende la idea idílica de una liga inclusiva y accesible; no obstante, se omite que la propia liga y los clubes carecen de redes de visturía estructuradas a nivel nacional o de academias formativas gratuitas destinadas a recibir a la masa de niñas inspiradas por el fenómeno mediático.

Tan solo en estrategias puntuales, como la dinámica urbana desarrollada por la marca Saba en TikTok, se logra colocar a la niña como un agente activo en interacción directa con la jugadora profesional. A pesar de este acierto comunicativo, persiste la contradicción estructural señalada por Porres (2009): los entornos digitales construyen un relato donde el talento de la calle ya no tiene límites, encubriendo el abandono sistemático, la inseguridad y la priorización masculina que sufren las canchas comunitarias y barriales en México. En suma, las marcas y los clubes promueven un discurso de emancipación mercantilizado que capitaliza el deseo de las niñas por jugar, sin asumir el compromiso material de transformar las bases del fútbol infantil femenino.

Por su parte, el compromiso de las propias jugadoras profesionales con las nuevas generaciones se siente honesto y sincero. Mensajes como el de Annie Karich (2025): Juega con pasión, defiende tus colores y recuerda que abrir camino hoy es dejar la puerta abierta para las que vienen detrás, o lo expresado por Rebeca Bernal (2022): Seguiré trabajando para que cada vez seamos más mujeres dentro del fútbol, amo ser mujer, amo ser futbolista, demuestran que las futbolistas asumen con cariño el papel de abrir brecha. Aun así, esa tarea no debería recaer únicamente en los hombros de las jugadoras.

Para que el fútbol femenino en México siga creciendo de forma sólida, se necesita que las marcas, los clubes y las directivas pasen del discurso publicitario a los hechos comunitarios. Hace falta abrir más visores en diferentes estados, crear escuelas formativas gratuitas con entrenadores capacitados, dar mantenimiento a las canchas públicas y ofrecer material deportivo adecuado para las niñas. Solo cuando el impulso llegue a las canchas de barrio y no se quede únicamente en las pantallas, el sueño de jugar al fútbol será una oportunidad real al alcance de cualquier niña en México.

CONCLUSIÓN

A casi una década de la fundación de la Liga MX Femenil, el balompié en México ha dejado de funcionar como un coto cerrado reservado para la masculinidad hegemónica para transformarse en un terreno donde se renegocian los significados del género, el uso del cuerpo y las posibilidades de futuro para las infancias femeninas. La presente investigación analizó la manera en que la representación del fútbol femenino construida por clubes, marcas patrocinadoras y jugadoras profesionales es recibida, significada y apropiada por las niñas que entrenan en escuelas formativas, observando el modo en que estos referentes moldean la construcción de su identidad y su visión de mundo. La articulación entre el análisis de contenido mediático de las narrativas digitales, las entrevistas semi estructuradas a padres y madres de familia y la observación participante en las instalaciones de Cantera (Pumas) y Coapa (América) permitió contrastar el discurso de las pantallas con la vivencia cotidiana en las canchas de entrenamiento, arrojando hallazgos fundamentales sobre la dimensión de esta transformación cultural.

En primer lugar, los datos cualitativos confirman que la profesionalización del fútbol femenino rompió el monopolio visual de los ídolos masculinos, abriendo un nuevo horizonte de expectativas para las menores. Las niñas que hoy practican este deporte ya no necesitan adaptar su imaginación a referentes varoniles para soñar con el profesionalismo, pues futbolistas de la Liga MX Femenil como Kiana Palacios, Scarlett Camberos, Stephanie Ribeiro, Dania Padilla, Jana Gutiérrez o Karen Luna han asumido el rol de nuevos otros significativos dentro de su proceso de socialización secundaria. Esta relación se encuentra estrechamente condicionada por el ecosistema digital transmedia, donde plataformas como Tik Tok e Instagram no solo funcionan como vitrinas deportivas, sino como espacios de proximidad en los que las jugadoras comparten sus rutinas de entrenamiento, hábitos de alimentación, gustos musicales y vivencias personales. Esta cercanía mediática humaniza a la atleta y vuelve accesible su trayectoria, permitiendo que las niñas no solo repliquen gestos técnicos o festejos dentro del campo, sino que incorporen esquemas de autodisciplina, competitividad y resiliencia que transforman al fútbol en un proyecto de vida profesional, legítimo y realizable en el México contemporáneo.

En segundo lugar, el paso por el juego mixto y la posterior transición a equipos integrados exclusivamente por mujeres evidencian cómo el deporte moldea la corporalidad infantil. En los entornos mixtos, escolares o comunitarios, las niñas suelen enfrentarse a dinámicas de dominación masculina y violencia simbólica que se manifiestan en la negación del pase, la sobreprotección adulta, el juicio desproporcionado ante el error técnico o la brusquedad física orientada a marcar territorio, dinámicas que refuerzan históricamente disposiciones de fragilidad, contención y reserva espacial. Por el contrario, el ingreso a escuelas formativas femeniles desactiva la mirada escrutadora del varón, permitiendo que la equivocación se despoje del estigma y se convierta en un recurso pedagógico apoyado por el grupo. Al disputar el balón hombro a hombro, barrerse en el pasto, comunicarse a gritos en la cancha y celebrar con libertad, las niñas modifican su *habitus* corporal, pasando de la contención a la apropiación activa del espacio, un cambio somático que trasciende el plano deportivo y permite que niñas inicialmente tímidas desarrollen mayor seguridad personal, liderazgo para organizar a sus pares y capacidad para expresarse sin temor en su vida cotidiana.

En tercer lugar, la mediación familiar en la socialización primaria se consolida como el pilar indispensable que legitima y protege esta nueva identidad infantil. Aunque en la estructura social extendida persisten prejuicios residuales expresados por tíos, abuelos o vecinos mediante comentarios sobre la "pérdida de feminidad" o el miedo a que la niña se vuelve ruda que intentan preservar la división tradicional de los juegos, el acompañamiento directo, económico y emocional de los padres primarios opera como un escudo valioso. El esfuerzo logístico de las familias, que implica reorganizar horarios laborales, adaptar presupuestos y realizar traslados prolongados desde la periferia urbana hacia las sedes de entrenamiento, constituye un acto de compromiso afectivo que valida el derecho de la niña a jugar. Conforme la menor muestra avance técnico y constancia, el orgullo familiar suele neutralizar los prejuicios del entorno secundario, reeducando a la propia red familiar y convirtiendo a la niña deportista en un referente positivo dentro de su comunidad.

Finalmente, el estudio revela una profunda paradoja estructural entre la espectacularización de la Liga y la realidad material de sus bases. Si bien marcas globales y los propios clubes difunden narrativas publicitarias centradas en el

empoderamiento, la inclusión y la ruptura de techos de cristal, el análisis de contenido muestra que la infancia suele ser representada de forma testimonial o como recurso emotivo dentro de las campañas. En el plano operativo cotidiano, persisten marcadas desigualdades en la asignación de presupuestos, la calidad de la infraestructura fuera de los clubes de élite, los horarios de uso de canchas primarias y la cobertura mediática en comparación con las categorías varoniles, a lo que se suma una escasez crítica de escuelas formativas gratuitas o subvencionadas en zonas vulnerables que convierte a la formación deportiva de calidad en un privilegio accesible solo para aquellas familias con la capacidad de sostenerla.

En conclusión, la Liga MX Femenil ha impulsado un cambio cultural irreversible en la subjetividad de las niñas en México, demostrando que la cancha es un espacio fértil para la construcción de autonomía, fortaleza física y lazos de sororidad. Sin embargo, para que esta transformación no se limite a una aspiración mediática o al privilegio de unos cuantos sectores, se requiere que los clubes, las marcas patrocinadoras y los organismos públicos asuman el compromiso de construir una infraestructura deportiva incluyente y accesible desde la base, garantizando que cada niña, independientemente de su origen socioeconómico, pueda ocupar la cancha con dignidad y libertad como un derecho pleno dentro de las infancias femeninas en México.

BIBLIOGRAFÍA

- Angleotti, G. (2010). Fútbol e identidad. En Fútbol y sociedad (pp. 335-345). Editorial de Ciencias Sociales.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2001). La construcción social de la realidad. Amorrortu Editores. (Obra original publicada en 1966).
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2003). La construcción social de la realidad: Tratado de sociología del conocimiento. Amorrortu Editores.
- Bourdieu, P. (2000). La dominación masculina. Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2007). El sentido práctico. Siglo XXI Editores.
- Chivas Femenil. (s. f.). Historia del Club Deportivo Guadalajara Femenil. Portal Oficial de Chivas Femenil.
- Chivas Femenil. (s. f.). Historia e hitos deportivos en el Estadio Akron. Sitio Oficial del Club Deportivo Guadalajara.
- Claro Sports. (2026). Récor de consumo internacional en el balompié femenino. Claro Media.
- Claro Sports. (2026, 12 de mayo). La Liga MX Femenil, la más vista del mundo sobre las ligas de Estados Unidos e Inglaterra. Claro Sports.
- Else, B., & Nadel, J. (2019). Futbolera: A History of Women and Sports in Latin America. University of Texas Press.
- Federación Internacional de Fútbol Asociación [FIFA]. (2006). Big Count: Censo global de practicantes de fútbol. FIFA Communications.
- Federación Internacional de Fútbol Asociación [FIFA]. (2026). Asociaciones Miembro y Estructura Global. FIFA.com.
- Galeano, E. (1994). El fútbol a sol y sombra. Siglo XXI Editores.
- Goal. (2017, 25 de noviembre). Chivas hace historia como primer campeón de Liga MX Femenil. Goal.com México.
- Hernández, R. (s. f.). Pasión y pertenencia en el balompié: Un análisis de las identidades colectivas. Repositorio Digital de Sociología Deportiva.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Education.

Infobae. (2026, 8 de marzo). 8M: así fue cómo inició la Liga Mx Femenil. Infobae Deportes México.

Loli, J. (2014). El espacio del estadio como atmósfera de cohesión comunitaria. *Revista de Antropología del Deporte*, 6(2), 45-58.

López, A., & Robles, M. (2019). Cien mil almas en el Azteca: El mundial femenino de 1971 y la invisibilidad del fútbol practicado por mujeres en México. Editorial Deporte y Equidad.

Luchadoras. (2022). Cada cancha alberga nuestras raíces: historia, actualidad y porvenir del fútbol femenino. LUCHADORAS.

Milenio Digital. (s. f.). Liga MX Femenil, el sueño hecho realidad de las futbolistas en México. Milenio. <https://www.milenio.com/futbol/liga-mx/liga-mx-femenil-el-sueno-hecho-realidad-futbolistas-en-mexico>

Naciones Unidas. (2026). Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas. ONU Órgano Informativo.

Ortiz, J. (2010). El deporte y sus factores extradeportivos: Una mirada desde las redes sociales. *Revista Latinoamericana de Estudios Sociales*, 12(4), 340-352.

Ortiz, J. (2012). Memoria colectiva y articulación identitaria en el balompié latinoamericano. *Estudios Sociológicos del Deporte*, 8(1), 112-128.

Porres, V. (2009). Deporte, infancia y escuela: Hacia una actividad física inclusiva. Paidotribo.

Porres, V. (2020). Sociología del deporte: Análisis en torno a la mujer futbolista. Editorial Académica Española.

Scott, J. W. (2008). Género e historia. Fondo de Cultura Económica.

SDP Noticias. (2024, 4 de julio). Liga MX Femenil también sufre cambios tras

Asamblea de Dueños; te decimos cuáles son. SDP Deportes.

Sigüenza, M., & Mariel, J. (2012). Las telecomunicaciones y el deporte como fenómenos de masas en la segunda mitad del siglo XX. *Historia y Comunicación Social*, 17, 465-478.

Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.

Tribuna Noticias. (2026). La Liga BBVA MX Femenil se convierte en la más vista del mundo tras los resultados presentados en la Asamblea Ordinaria 2026. *Tribuna Deportes*.

Valdano, J. (2016). *El fútbol: El juego infinito*. Conecta.

Wikiwand. (s. f.). Super Liga Femenil y la Liga Mexicana de Fútbol Femenil (LIMEFFE). Recuperado el 7 de julio de 2026 de la plataforma informativa Wikiwand.

ANEXOS

Entrevista a 5 padres de familia y 5 niñas que practican fútbol soccer

Bloque 1: Cuestionario para Padres / Tutores

1. **Introducción y Contexto Familiar:** ¿A qué se dedica usted? ¿Usted tiene interés por el fútbol? (¿Tiene interés por algún equipo?, ¿va al estadio?) ¿A quién trae a jugar hoy?
2. **Inicios y Acercamiento al Fútbol:** ¿Cómo fue que su hija empezó a jugar fútbol? ¿Por qué empezó ese interés o acercamiento? ¿Qué pensó cuando su hija le dijo que quería practicar fútbol? ¿Cómo ha sido su experiencia jugando en equipos mixtos?
3. **Red de Apoyo y Opinión Familiar:** ¿Ustedes cómo la apoyan o motivan? ¿Su demás familia tiene algunos comentarios positivos o negativos de que su hija juegue fútbol? ¿Qué opinan en general sobre que practique este deporte?
4. **Consumo de Fútbol y Liga MX Femenil:** ¿Su hija ve los partidos de la Liga MX Femenil? ¿Por dónde los ven? ¿Tiene alguna jugadora favorita o referente en el torneo?
5. **Desarrollo Personal e Impacto del Deporte:** ¿Siempre ha jugado en equipos de puras niñas o también en mixtos? ¿Cómo creen que el fútbol ha influido en la personalidad y carácter de su hija?
6. **Percepción de Género e Igualdad en el Deporte:** ¿Cree que existen diferencias entre lo que se espera de un niño jugando fútbol y una niña que lo juegue? ¿Consideran que hay las mismas oportunidades (apoyos, recursos, entrenadores e instalaciones) para las niñas? ¿Cómo viven ustedes el apoyo hacia el fútbol femenino o qué opinión tienen sobre los recursos actuales?

Bloque 2: Cuestionario para las Niñas

1. **Tu Historia con el Fútbol:** ¿A qué edad empezaste a jugar fútbol? ¿Por qué te gusta el fútbol? ¿En tu familia te apoyan para que juegues fútbol?
2. **Experiencia en la cancha (Equipos Mixtos vs. Femeninos):** ¿Te gusta jugar más con niños o con niñas? ¿Por qué? ¿Alguna vez has notado o vivido alguna diferencia entre niños y niñas que juegan fútbol? ¿Has tenido problemas o dificultades dentro del fútbol por ser niña? ¿Cuáles?
3. **Inspiración, Redes Sociales y Futuro:** ¿Te gustaría ser jugadora profesional algún día? ¿Por qué? ¿Ves partidos de fútbol femenino? ¿A qué jugadoras o equipos sigues en redes sociales? ¿Qué tanto contenido o referencias de fútbol femenino encuentras en tus redes y cuáles plataformas usas más para esto (Instagram, TikTok, etc.)?

Respuestas Papás

Papá 1 (Pumas): Carlos, 42 años, Empleado administrativo

Introducción: Traigo a mi hija Valeria. Yo soy contador. A mí me encanta el fútbol, soy Puma de corazón, así que venir a Cantera es un sueño.

Inicios: Valeria empezó a los 6 años porque su hermano mayor jugaba. Ella se metía a la cancha a patear el balón. Al principio me dio miedo por los golpes, pero ver su emoción me convenció. En mixtos le costó porque los niños no le pasaban el balón, pero eso la hizo más fuerte.

Apoyo familiar: Mi esposa y yo nos turnamos para traerla tres veces por semana. Mi familia extendida al principio decía el típico comentario de "el fut es para niños", pero ahora que la ven en Pumas, todos presumen que la niña es buenísima.

Liga MX Femenil: Ve todos los partidos de Pumas Femenil por ViX o Facebook. Su ídola máxima es Stephanie Ribeiro y Cristina Torres, le encanta cómo pelean cada balón.

Personalidad: El fútbol la hizo súper disciplinada y segura de sí misma. Antes era muy tímida en la escuela, ahora es la que organiza los equipos.

Género e Igualdad: Sí hay diferencias en lo que se espera. A los niños se les exige ganar; a las niñas se les pide "demostrar que pueden". En Pumas el apoyo ha mejorado, nos prestan buenas canchas, pero sabemos que el presupuesto fuerte se lo sigue llevando el equipo varonil.

Mamá 2 (Pumas): Elena, 38 años, Profesora de primaria

Introducción: Traigo a Ximena. Soy maestra. A mí el fútbol no me llamaba la atención, pero por ella le he agarrado el gusto.

Inicios: Empezó en el recreo de la escuela. Cuando me dijo que quería entrenar bien, pensé: "¿Dónde voy a conseguir un equipo de niñas?". Jugó un año en un equipo mixto de la colonia. Al principio los niños la cuidaban de más por ser niña, y ella se enojaba, quería que le jugaran igual.

Apoyo familiar: La apoyamos pagando sus uniformes, viniendo a los partidos y cuidando su alimentación. Los abuelos están fascinados, dicen que es el orgullo de la familia.

Liga MX Femenil: Ve los partidos de Pumas y a veces las finales. Le gusta mucho Ana Mendoza ya que es una gran defensora.

Personalidad: Le ha dado mucha resiliencia. Ha aprendido a manejar la frustración cuando pierde un partido o cuando no le salen las jugadas.

Género e Igualdad: Siento que a las niñas se les exige el doble de técnica para ser tomadas en serio. Aunque estamos en Cantera y hay instalaciones dignas, todavía notas que los horarios estelares de las canchas son para los varones.

Papá 3 (América): Jorge, 45 años, Comerciante

Introducción: Traigo a mi hija Romina. Me dedico al comercio de ropa. Soy americanista a morir, venimos desde Ecatepec a Coapa.

Inicios: Romina veía los partidos conmigo. Un día me dijo: "Papá, yo quiero estar ahí en el Azteca". Sentí un orgullo tremendo cuando me pidió jugar. Nunca estuvo en mixtos, entró directo a una filial femenil y de ahí la visorearon para Coapa.

Apoyo familiar: Es un sacrificio enorme por las distancias y el tráfico, pero lo hacemos con gusto. Mis tíos decían que se iba a "hacer ruda", pero esos comentarios se acabaron cuando vieron el nivel del club.

Liga MX Femenil: No se pierde un partido del América por ViX. Su referente es Kiana Palacios y le dolió muchísimo cuando se fue Katty Martínez, la sigue admirando.

Personalidad: Es súper competitiva y líder. No le da miedo hablar ni enfrentarse a retos grandes. El América te inyecta esa mentalidad de ganar o ganar.

Género e Igualdad: Al América Femenil se le exige igual que al varonil porque la afición es muy apasionada. En Coapa tienen excelentes instalaciones, pero a nivel nacional los sueldos y los patrocinios para las niñas todavía están muy lejos de lo que gana un canterano hombre.

Mamá 4 (América): Sofía, 41 años, Diseñadora gráfica

Introducción: Vengo con Camila. Soy diseñadora independiente. El fútbol me gusta socialmente, por el ambiente.

Inicios: Camila empezó en cursos de verano. Cuando me pidió entrenar formalmente pensé en los horarios y las tareas, pero la vi tan decidida que acepté. Estuvo en mixto y los entrenadores la ponían de defensa "para que no le pegaran", lo cual nos molestaba. Qué bueno que ya está en puras niñas.

Apoyo familiar: La motivamos recordando que disfrute el proceso. Mi familia es muy abierta, todos la apoyan y van a Coapa a verla jugar los fines de semana.

Liga MX Femenil: Ve la liga constantemente. Le encanta el juego de Scarlett Camberos por la velocidad que tiene por la banda.

Personalidad: El fútbol le dio estructura. Es muy organizada con sus tareas para que no le quiten el entrenamiento. Físicamente se siente fuerte y sana.

Género e Igualdad: La sociedad espera que la niña juegue "bonito" y el niño "fuerte", y es un error. En el América el apoyo es muy profesional, tienen nutriólogo y psicólogo, pero el fútbol femenino en general en México necesita más difusión y apoyo en estadios.

Papá 5 (América): Fernando, 39 años, Ingeniero en sistemas

Introducción: Traigo a Renata. Soy ingeniero. Juego fútbol los fines de semana en ligas locales, así que compartimos la pasión.

Inicios: Empezó a los 7 años jugando conmigo en el parque. Me emocionó mucho que quisiera jugar fútbol en lugar de otras actividades. En su equipo mixto le iba muy bien porque jugaba de delantera y metía muchos goles, los niños la respetaban por su nivel.

Apoyo familiar: Hacemos el esfuerzo económico de los viajes y torneos. Mis papás

(sus abuelos) al principio tenían dudas por las lesiones, pero ahora son sus fans número uno.

Liga MX Femenil: Sigue mucho al América y a la Selección Nacional. Su jugadora favorita es Irene Guerrero; le gusta su garra para defender y sumarse al ataque.

Personalidad: Le ha dado un sentido de pertenencia y compañerismo increíble. Sus mejores amigas están aquí en la cancha.

Género e Igualdad: Sí hay brechas. Las instalaciones de Coapa son de primer nivel para ellas, pero vas a otras canchas de la liga y se nota el abandono. Falta que las marcas crean más en ellas sin compararlas con los hombres.

Respuestas de las Niñas

Niña 1 (Pumas): Valeria, 12 años

Historia: Empecé a los 6 años porque veía a mi hermano. Me gusta el fut porque me siento libre en la cancha y me encanta correr. En mi casa todos me echan porras.

En la cancha: Jugué en mixtos y prefiero jugar con niñas. Los niños a veces son muy toscos a propósito para demostrar que son más fuertes, o no te la pasan porque piensan que la vas a perder.

Inspiración y Redes: ¡Sí, quiero ser profesional en Pumas! Sigo en TikTok a Stephanie Ribeiro y en Instagram a la cuenta oficial de Pumas Femenil. En TikTok me salen muchos videos de jugadas y edits de la Liga Femenil, consumo casi todo por ahí.

Niña 2 (Pumas): Ximena, 11 años

Historia: Juego desde los 8 años. Me gusta porque es un deporte de mucha estrategia y me divierto con mis amigas. Mis papás me compran mis tenis y siempre van a mis partidos.

En la cancha: Me gusta más jugar con niñas porque nos comunicamos mejor y nos apoyamos si alguien se equivoca. En los equipos mixtos los niños gritaban muy feo o se burlaban si una niña fallaba.

Inspiración y Redes: Sí quiero ser profesional y jugar un Mundial con México. Veo los partidos en la tele con mi papá. En Instagram sigo a Dania Padilla y a Alexia Putellas del Barcelona. Uso mucho Instagram para ver resúmenes de partidos y entrenamientos.

Niña 3 (América): Romina, 13 años

Historia: Juego desde los 7 años. Me gusta el fútbol porque me encanta la adrenalina de meter un gol y la competencia. Mi familia me apoya muchísimo, mi papá es el más emocionado.

En la cancha: Yo no estuve en mixtos, pero en las retas de la escuela juego con niños y niñas. A veces los niños se enojan si les haces un túnel o les ganas el balón, como que les das en el orgullo.

Inspiración y Redes: Mi sueño es ser profesional en el América y luego irme a

Europa. Sigo en Instagram y TikTok a Kiana Palacios y a Sarah Luebbert. En TikTok hay muchísimos edits de ellas y sigo cuentas de creadores que analizan la Liga MX Femenil.

Niña 4 (América): Camila, 12 años

Historia: Empecé a los 8 años en un curso de verano. Me gusta porque te enseña a trabajar en equipo y te mantiene fuerte. Mis papás me apoyan en todo, nunca me faltan a un partido.

En la cancha: Prefiero jugar con niñas porque el ambiente es más sano. En el equipo mixto donde estuve, sentía que los niños me juzgaban más si cometía un error que si lo cometía un niño.

Inspiración y Redes: Sí quiero ser profesional. Veo los partidos por ViX en mi tablet. Sigo a Scarlett Camberos en Instagram. Me gusta ver sus historias de cómo entrena y lo que come para aprender de ella.

Niña 5 (América): Renata, 11 años

Historia: Empecé a los 7 años jugando con mi papá. Me gusta el fútbol porque es divertido y me reta a ser mejor cada día. Mi familia me apoya al 100%, mis abues van a todos los juegos.

En la cancha: A mí me daba igual jugar con niños o niñas porque metía goles y me respetaban, pero con las niñas me siento más en confianza de platicar y hacer amigas fuera de la cancha.

Inspiración y Redes: ¡Claro que quiero ser profesional! Sigo a Karen Luna y a Jana Gutiérrez en TikTok e Instagram. Ellas suben muchos videos divertidos de sus entrenamientos y tendencias de baile, así que las siento muy cercanas. Uso mucho TikTok para ver contenido de fútbol.

Tabla Metodológica

Datos de Identificación	Códigos Visuales (¿Cómo se ve?)	Narrativas Discursivas (¿Qué dice?)	Referentes para niñas (¿Están las niñas?)	Brecha / Observaciones (Análisis crítico)
Fecha: 8 de marzo de 2026 Plataforma: Instagram Autor: Nike México / Liga MX Femenil Post: Campaña colectiva "Reescribe la Historia"	Encuadres épicos en plano contrapicado (hace ver a las jugadoras poderosas y gigantes). Colores oscuros y de alta intensidad. Aparecen solo jugadoras profesionales consagradas de primera división.	Discurso centrado en el profesionalismo, el esfuerzo y el romper techos de cristal. Palabras clave: "Poder", "Legado", "Resistencia".	Ausencia total de infancias. El referente es la mujer adulta superatleta. No hay un puente visual que conecte ese "legado" con las niñas que juegan en el barrio.	Brecha evidente: El discurso vende la idea de que "el camino está abierto", pero comercializa una narrativa de élite. Ignora que el acceso a uniformes y calzado adecuado sigue siendo un privilegio para las niñas de sectores vulnerables.
Fecha: 22 de abril de 2026 Plataforma: Tik Tok Autor: Kotex México Post: Video-reportaje "Canchas Propias"	Tonos morados y rosados (asociados a la marca). Tomas dinámicas de juego. Al inicio, un plano de 3 segundos muestra a un grupo de niñas de una academia local aplaudiendo desde la	Narrativa enfocada en el empoderamiento femenino y la higiene menstrual libre de tabúes en el deporte. Se habla de "romper prejuicios" y "jugar sin miedo".	Presencia pasiva de las niñas. Las infancias aparecen solo como espectadoras o admiradoras del éxito de las adultas, no como protagonistas activas del juego o del	Brecha evidente: La marca utiliza la "inclusión" de las niñas en la tribuna para generar empatía (discurso idílico), pero la campaña se consume y comercializa para un

Datos de Identificación	Códigos Visuales (¿Cómo se ve?)	Narrativas Discursivas (¿Qué dice?)	Referentes para niñas (¿Están las niñas?)	Brecha / Observaciones (Análisis crítico)
	tribuna.		beneficio de la campaña.	mercado adulto, sin proponer apoyo estructural a las ligas infantiles sin recursos.
Fecha: 14 de mayo de 2026 Plataforma: Instagram (Reel) Autor: Liga MX Femenil (Oficial) Post: Promocional de Liguilla / Récord de asistencia	Edición rápida tipo videoclip. Planos generales de estadios llenos (Estadio Akron / Estadio Azteca). Rostros de jugadoras sonriendo y tomas rápidas de familias con niñas usando playeras de los equipos.	Discurso institucional sobre el crecimiento de la liga. Se menciona con orgullo el concepto de ser "la liga más vista del mundo" y un espacio de comunidad familiar.	Presencia testimonial. Las niñas aparecen como consumidoras de entretenimiento (aficionadas), validando el ambiente familiar del estadio.	Brecha evidente: Existe un fuerte contraste entre el éxito de taquilla en primera división (industria) y la falta de visores oficiales, escuelas formativas gratuitas y torneos infantiles organizados por la propia liga para recibir a esas niñas inspiradas.
Fecha: 1 de junio de 2026 Plataforma: Tik Tok Autor: Saba México	Iluminación natural, estética de "fútbol de barrio" o urbano. Encuadres en	Narrativa de inclusión y cercanía. El discurso verbal afirma que "el talento está en	Presencia activa. La niña es el eje central del video, interactuando directamente	Brecha evidente: Aunque visualmente reduce la distancia entre

Datos de Identificación	Códigos Visuales (¿Cómo se ve?)	Narrativas Discursivas (¿Qué dice?)	Referentes para niñas (¿Están las niñas?)	Brecha / Observaciones (Análisis crítico)
Post: Reto de dominadas en calle con jugadoras profesionales	planos medios. Aparece una jugadora profesional conviviendo y retando a una niña que entrena en una cancha comunitaria.	las calles" y que "las nuevas generaciones ya no tienen límites".	con su referente deportivo como iguales a través del balón.	la élite y la base, el video oculta las realidades operativas: las canchas de barrio siguen estando marginadas, inseguras o priorizadas para ramas varoniles, haciendo que el "talento de calle" difícilmente llegue al profesionalismo .