



## Liga BBVA MX Femenil: impulso de imagen y Popularidad

José Roberto Velasco Estrada  
Investigación Aplicada

---

**SUMARIO:** *El siguiente trabajo está centrado en el Fútbol Femenil Mexicano. Esta investigación se llevó a cabo a través de metodología de investigación para poder identificar y entender los problemas que esta liga presenta en cuanto popularidad y seriedad que las jugadoras y equipos femeninos reciben en México. Los resultados arrojaron una clara desigualdad en cuanto difusión y una posible ventana para mejorar sus condiciones laborales.*

## **Introducción**

Este proyecto de investigación se concentrará en los problemas que la actual Liga Femenil mexicana presenta y se buscará una solución o plan que pueda apoyar a mejorar su popularidad y llegar a mejorar sus condiciones laborales.

El fútbol femenino se encuentra en un auge muy grande y es relevante poder dar un salto mayor para que los equipos puedan tener mayores ingresos para invertir en sus plantillas, estadios, equipo técnico y cualquier otro ámbito relacionado a un buen desempeño de un equipo profesional de fútbol.

A través de una serie de preguntas en entrevista podremos analizar la perspectiva que el aficionado promedio tiene sobre los partidos femeniles y, a partir de los resultados, poder llegar a una conclusión que nos abra una oportunidad de crear una estrategia adecuada a los problemas resultantes.

## **Objetivo**

Encontrar la mejor manera de potenciar la imagen y la popularidad que tiene la Liga BBVA MX Femenil entre los aficionados nacionales y, posiblemente, mundiales.

Identificar las estrategias o campañas que se estén llevando a cabo para apoyar el desarrollo de la liga a nivel nacional.

Analizar la popularidad actual de la Liga BBVA MX Femenil entre los aficionados nacionales.

Encontrar los motivos y razones por los cuales algunos equipos de la liga femenil ya cuentan con gran popularidad y utilizarlo para apoyar a los otros equipos con baja popularidad.

## **PREGUNTAS INVESTIGACIÓN**

### **Popularidad liga**

¿De qué manera se puede potenciar la imagen y la popularidad de la LIGA BBVA MX entre aficionados nacionales y, posiblemente, mundiales?

¿Qué campañas o estrategias se están llevando a cabo para impulsar esta liga a nivel nacional?

¿Cuál es la popularidad actual de la Liga BBVA MX Femenil entre los aficionados nacionales.?

¿Cuáles son los motivos y razones por los cuales algunos equipos de la liga femenil ya cuentan con gran popularidad?

¿Cómo se puede utilizar para apoyar a los otros equipos con baja popularidad?

### **Justificación**

- 1) Nos encontramos en épocas donde la lucha feminista ha estado muy presente y ha tomado mucha fuerza en la búsqueda de la igualdad, equidad y respeto hacia las mujeres. Dentro del fútbol se ha empezado a brindar más apoyo entre ligas internacionales femenil y han comenzado a tener un gran auge en países como Francia y Estados Unidos. Este mismo auge debería comenzar a presentarse en la liga nacional mexicana.
- 2) El fútbol es el deporte más practicado a nivel nacional, sería de esperarse que tanto la liga femenil como la varonil tuvieran la misma importancia y audiencia, pero no es así. Aún se encuentran estigmas referentes a las mujeres jugando este deporte. Es importante demostrar que ambas ligas, aunque tienen sus diferencias, deben dejar los estereotipos atrás.

- 3) Dar valor al esfuerzo y trabajo arduo que las mujeres ponen cada día para poder sobresalir en el ámbito futbolístico. No verse mermadas por la sombra del futbol masculino.

## **Metodología**

A través de entrevistas en línea se realizarán diferentes preguntas relacionadas con la popularidad de la liga femenil, percepción, fanatismo y aspectos que les gustan o no. Se espera poder entrevistar entre 50 y 70 personas para poder tener una mejor visión de cómo se está percibiendo la liga en México.

## **Datos Esperados**

A través de este trabajo se busca dar una mayor visibilidad a la Liga Mexicana Femenil y poder encontrar opciones viables para mejorar sus condiciones laborales. Se espera poder realizar un impacto no solo en el aficionado mexicano promedio, sino un inicio de concientización nacional sobre el papel femenino dentro de nuestra sociedad.

## **Resultados Deseados**

A partir de este trabajo de investigación se espera poder crear un documento que ayude directamente a la liga femenil de fútbol femenino a obtener la misma popularidad que la liga varonil y por ende recibir mayor ingreso y se puedan mejorar las condiciones de trabajo que las mujeres tienen actualmente.

A futuro deseo poder crear un documento que pueda ser utilizado mundialmente para que más ligas femeniles logren tener la visibilidad, las oportunidades y el respeto que muchas jugadoras han luchado por obtener.

## **Hipótesis**

Al existir un gran estigma sobre las mujeres que juegan fútbol, se perjudica directamente la percepción que los aficionados al fútbol tienen sobre la liga femenil, en este caso la mexicana.

Hay una creciente popularidad de la liga, pero es a veces es ignorada frente a partidos de categoría masculina, existen puntos que pueden ser impulsados o mejorados para hacer un mayor impacto a la afición de México.

Los equipos más populares serán aquellos cuyos equipos masculinos tienen gran popularidad entre la sociedad, esto significa que aún se le da mayor valor a la liga varonil sobre la femenil.

### **Problema Específico a Resolver**

Eliminar el estigma negativo que la liga femenil tiene e impulsarla para mejorar su popularidad en la sociedad mexicana y así poder mejorar sus condiciones de trabajo y económicos.

### **Preguntas**

En el siguiente cuestionario se realizarán preguntas referentes al fútbol en México, específicamente de la liga femenil, para poder analizar la popularidad y seguimiento que esta categoría tiene actualmente entre los aficionados mexicanos.

.....

- ¿Te gusta el fútbol?

Si

No

- ¿Has visto algún partido de la liga femenil mexicana?

Si

No

.....

- Sexo

Mujer

Hombre

Otro

- Edad

Menor de 18 años

19 - 23 años

24 - 28 años

29 - 34 años

35 - 40 años

45 años o más

- Grado de estudios

Primaria

Secundaria

Preparatoria

Licenciatura

Posgrado

Doctorado

- En qué estado de la república vives

.....

- ¿Cuál es tu equipo favorito?

\_\_\_\_\_

- ¿Sigues a tu equipo favorito a través de las redes sociales?

Sí

No

Únicamente veo noticias generales de mi equipo

- ¿Sigues al equipo femenino de tu equipo favorito en redes sociales?

Sí

No

Sigo a otro equipo en la rama femenil: \_\_\_\_\_

- Por cuál medio sintonizas partidos de fútbol (Escoge los 2 que más uses)

Radio

Televisión

Internet

Redes Sociales

- ¿Cuántas veces has visto los partidos de la liga femenil?

1 - 2 veces al mes

2 - 3 veces al mes

4 o más veces al mes

Nunca

- ¿Alguna vez has asistido a un estadio para ver un partido de fútbol?

Sí, pero únicamente a partido varonil

Sí, pero únicamente a partido femenil

Sí, he ido a ambas categorías

No, nunca he ido a un estadio

.....

- Define la calidad del fútbol mexicano

Increíble

MB

B

M

MM

Pésimo

- Define la calidad de la liga femenil

Increíble

MB

B

M

MM

Pésimo

- ¿Consideras que el fútbol femenino es interesante?

Increíble

MB

B

M

MM

Pésimo

- ¿Cómo calificarías las instalaciones de los partidos de la liga femenil?

Increíble

MB

B

M

MM

Pésimo

Nunca he ido a un partido

- ¿Cómo calificarías un partido de fútbol femenino?

Increíble

MB

B

M

MM

Pésimo

- ¿Cómo es el desempeño de las jugadoras a la hora de jugar un partido?

Increíble

MB

B

M

MM

Pésimo

- ¿Cómo percibes la promoción que se le hace a la Liga Femenil?

Pésimo



MM

M

B

MB

Increíble

.....

- Podrías contar tu experiencia en el estadio brevemente. ¿En qué condiciones se encontraba?
- En algunas palabras explica qué aspectos o características diferentes te gustaría que tuviera la Liga Femenil

\_\_\_\_\_

- Consideras que se les dan las mismas oportunidades que a los hombres

Si

No

- ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

- Consideras que debería haber un cambio en la Liga Femenil

Si

No

- ¿Qué tipo de cambio?

\_\_\_\_\_

## **Estado del Arte**

El inicio de las ligas femeniles data desde 1892 en la ciudad de Glasgow, el enfrentamiento entre dos equipos locales. Posteriormente, dos años después, en 1984, una activista a favor de los derechos de la mujer Nettie Honeyball realizó la creación de un equipo llamado British Ladies Football Club con el cuál se iniciaba la lucha contra la exclusión de las mujeres en el ámbito futbolístico (Ornelas, 2019). En 1970 y 1971 se jugaron los primeros campeonatos internacionales femeninos sin ser avalados por la

FIFA. En dichas fechas se jugaron Italia y México respectivamente, pero estos fueron los primeros indicios para las mujeres acerca de una liga mundial poderosa y emergente. En Italia 1970, el equipo nacional mexicano logró obtener el 3er lugar, lamentablemente no fue vitoreado ni celebrado. (Ornelas, 2019)

Durante el mundial de México 86, un grupo de jugadoras se reunió para pedir, al entonces presidente de la FIFA, Joao Havelange, la realización de un torneo mundial oficial femenino. Se accedió a dicha petición y se originó el primer torneo en China 1990.

En 2003 se creó La LNCF (Liga Nacional de Clubes de Fútbol Femenil A.C.) organizada por un grupo de directivos y entrenadores bajo un esquema de “participación equitativa”, sin embargo, sus resultados siguen siendo muy pobres, ya que se carece de una planeación integral para el desarrollo de ligas y equipos, así como en la búsqueda de patrocinios y en la creación de instalaciones para que el fútbol femenino se desarrolle. Al crearse la “Superliga” (Liga mexicana de fútbol femenino) en el 2007, por la Liga Nacional de Clubes de Fútbol Femenil (LNCF). (Ornelas, 2019)

La historia del fútbol en tierra mexicana data desde los años 1901, en un partido entre los trabajadores de la compañía Minera Real del Monte y el Pachuca. No fue hasta 1943 que se creó la idea de la “primera división”, hoy conocida como la Liga BBVA MX.

El 5 de diciembre de 2016, después de 73 años de existencia de la liga varonil en México, se anunció la creación de la Liga MX Femenil. En julio de 2017 se inició el primer torneo oficial en donde se disputó la final entre Chivas y Pachuca. Las campeonas fueron las Chivas en el Estadio Chivas con un aforo de 32 mil 466 aficionados.

Actualmente existen más de 300 equipos de fútbol femenino registrados ante la Federación Mexicana de Fútbol, pero sólo 23 participan constantemente en los torneos de la Superliga y Liga Mx. (Arago, 2016)

Dentro de la liga existen muchas diferencias, los estadios son normalmente los lugares de entrenamiento de las categorías masculinas, son casos especiales como Pumas que

ambas escuadras utilizan las instalaciones del Estadio Olímpico Universitario. Otra diferencia es el uso del nuevo sistema VAR (Video Assitant Referee), en la categoría femenina no existe dicha tecnología lo cual refiere a que aún existe cierta distinción sutil. Si bien nuestra liga femenil está teniendo gran auge, los estereotipos y categorizaciones han afectado directamente el desarrollo de la misma. Las jugadoras reciben un salario deplorable y de mucha diferencia a comparación de los jugadores varoniles.

“Otro de los obstáculos que el fútbol femenino ha tenido en nuestro país es la censura que tienen las jugadoras al expresar su opinión, pues al externar su postura sobre la dirección y organización de la FMF (Federación Mexicana de Fútbol), son vistas como transgresoras y como un peligro a la institucionalidad del fútbol, al respecto, el diario La Jornada en la nota “FIFA rechazó a Maribel Domínguez; no existe el futbol mixto: Blatter” publicada el lunes 20 de diciembre de 2004, describe el caso de Maribel Domínguez, conocida por el sobrenombre de Marigol, quien en el 2004 solicitó unirse al equipo de fútbol masculino Atlético Celaya, argumentando que en el reglamento no existía ninguna norma que prohibiera los equipos mixtos. En ese sentido, la FIFA no le negó la oportunidad, sin embargo, la FMF rechazó la petición y poco tiempo después Marigol fue llamada para jugar en el equipo F.C. Barcelona, donde fue reconocida por la Federación Internacional de Fútbol Asociación como la sexta mejor jugadora del mundo.” (Arago, 2016)

Existen muchas jugadoras de gran capacidad en la liga mexicana, lamentablemente ninguna de estas recibe la atención merecida. Charlyn Corral es una de las figuras más importantes y referentes para muchas jugadoras de hoy en día, actualmente se encuentra jugando en la Liga Española con el Atlético de Madrid.

Al igual que Maribel Domínguez, Charlyn se ha encontrado en polémica por haber criticado algunas direcciones, en específico el Director Técnico. En Canada 2015, previo a un partido, en una entrevista, la jugadora alzó la voz en contra del Director Técnico Cuellar, argumentando que dicha persona retrasa el progreso de las jugadoras femeninas y debería ser sustituido. Posteriormente, para otro certamen internacional, la jugadora no fue llamada a participar con el equipo nacional siendo tajantemente

censurada y bloqueada (Arago, 2016). A diferencia con los jugadores varoniles en los que muchos pueden decir muchas blasfemias sobre la federación o cuerpo técnico y muchas veces se les ven como héroes al levantar la voz contra la injusticia.

*“en la selección femenil de México “no hay libertad de expresión”. Tweet escrito por Charlyn Corral después de no haber sido convocada a los Juegos Panamericanos.*

Aún con sus grandes habilidades, Charlyn, ha recibido muchas ofensas y críticas por su aspecto. En un mundo globalizado por ideas misóginas, las jugadoras se esperan que aún practicando el deporte mantengan un carácter femenino y la delicadeza con la que siempre se han categorizado.

Anteriormente, dentro de la selección mexicana femenil existían algunos obstáculos en la convocatoria. Muchas de las jugadoras que eran seleccionadas eran procedentes de otras ligas mundiales como la de Estados Unidos, Francia, Inglesas y otros lugares, pero de México procedían muy pocas. Esto debido a la poca oportunidad que se les brindaba. Si nos percatamos, las ligas de donde provenían son de lugares en donde las ligas femeniles tienen un auge muy grande y que actualmente son potencia en los torneos mundiales. “El caso particular de las jugadoras que también pertenecen a equipos universitarios estadounidenses, es que cuentan con doble nacionalidad (Estadounidense y mexicana), lo que les permite pertenecer a esta selección, pero han vivido desde siempre en Estados Unidos, teniendo usos y costumbres distintas al resto de las jugadoras, las cuales provienen de ligas amateurs del país, pues en la mayoría de los casos, las primeras no hablan español, lo que ocasiona que exista poca relación identitaria entre ellas, así como una falta de reconocimiento por parte de la afición mexicana” (Arago, 2016).

A partir de este tipo de reclutamientos lograron muchas victorias y acontecimientos como calificar a la Copa Mundial 1999 o los Juegos Olímpicos de 2004, pero esto hace pensar que la Federación Mexicana de Fútbol no está otorgando el apoyo suficiente a la cantera mexicana. Este es el único punto que ambas ligas, tanto la varonil como la femenil pueden compartir, el poco apoyo a los talentos emergentes en suelo mexicano, los cuales son obligados a emigrar a otras ligas para poder desarrollar su potencial.

Lamentablemente, esto hace que “no sientan amor por la camiseta” y terminen desechando la idea de jugar con la selección nacional.

“En México, como en otros países de Latinoamérica, se ha relacionado a este deporte como una manifestación de masculinidad, por lo que socialmente se siguen reproduciendo los estereotipos que relacionan a las mujeres futbolistas con una identidad masculinizada y con una orientación sexual lésbica, ya que en diversos casos las jugadoras apropian elementos conductuales que definen al fútbol masculino, lo que creemos que es producto de la falta de difusión de modelos femeninos dentro de este escenario, que son escasas las mujeres que son vistas como estrellas e íconos de este deporte y como modelos a seguir (como se hace y se explota con la imagen de jugadores como Messi, Neymar, Cristiano Ronaldo, el chicharito, Rafa Márquez, entre otros ). (Arago, 2016)

Esto nos dice que muchas de las jugadoras solo tienen como referente a jugadores masculinos para poder desempeñar su imagen pública. Actualmente muchas jugadoras han salido adelante y forman su propia identidad apoyando a nuevas generaciones en tener un modelo a seguir femenino. Este tipo de identificación puede apoyar a nuevas jugadoras para poder desarrollar un carácter no basado en ligas masculinas (es posible que cuenten con ídolos masculinos, pero tener jugadoras femeninas a seguir puede ser un peso mucho más importante).

La comunicación ha jugado un papel importante en el desarrollo de esta categoría. Las transmisiones en vivo de la liga tardó en llegar y las opciones de cámaras son muy escasas, esto comparando con todas las opciones de ángulos y jugadas especiales que un partido varonil pueda tener. Las cadenas nacionales de televisión no ven remunerado la transmisión de dichos partidos, pero como mencionamos anteriormente, la liga femenil tiene una diferencia de más de 70 años de creación a comparación de la liga masculina. Con el apoyo de campañas específicas a la liga femenil es posible lograr mayor difusión y atracción de aficionados a esta categoría. El lenguaje utilizado para narrar partidos o para referirse a las jugadoras es fundamental para comenzar a dar un giro en la mentalidad de las personas y aficionados que aún tienen prejuicios con las mujeres.

## Marco Teórico

### Aguja Hipodérmica

### Justificación

La Aguja Hipodérmica surge en un periodo muy fuerte para el ser humano, específicamente en el periodo entre Guerras Mundiales con el objetivo de estudiar toda la propaganda utilizada por parte de los nazis.

La propaganda fue un recurso muy utilizado y poderoso para poder convencer a personas en combatir en pro de la guerra nazi y unirse al ejército. Este tipo de métodos resultan ser muy efectivos para influenciar a un gran número de personas.

	<p>Para este trabajo de investigación vamos a considerar esta teoría como una de las más importantes y relevantes debido al poder de los medios de comunicación para poder cambiar las perspectivas que se puedan tener de algún evento, en este caso en específico de la Liga Femenil.</p>
	<p>Los medios de comunicación pueden ser la clave para impulsar esta liga.</p>
<b>Aguja Hipodérmica</b> <b>Audiencias</b>	<p>Esta teoría sostiene que existen dos tipos de individuos dentro de las audiencias: Aisladas y atomizadas.</p>
	<p>Estos individuos reaccionan de diferentes maneras, pero, al fin y al cabo, el mensaje siempre atacará a todas las personas, con diferentes efectos.</p>

	<p>Este tipo de teorías atacan directamente a las masas, este cúmulo de personas que no cuentan con una opinión propia de alguna situación y pueden ser fácilmente influenciadas.</p>
<p>Ortega y Gasset</p>	<p>Originó el ideal de “las masas”, situación que va muy de la mano con la teoría de la Aguja Hipodérmica.</p>



## Aguja Hipodérmica

### Efectos

Una audiencia puede reaccionar de diferente manera. Si dentro de los medios de comunicación se comienza a utilizar otro tipo de lenguaje para referirse a la Liga Femenil es posible que la perspectiva que el aficionado tiene sobre esta liga vaya modificándose paulatinamente.

Una buena campaña publicitaria puede quedarse en la mente del público por mucho tiempo sin que la audiencia tenga la menor idea de que está siendo influenciada.

## Harold Lasswell

En la época de los 50's propuso un modelo que fuera en contra de la Aguja Hipodérmica. Dicho modelo integraba una serie de preguntas en el cual el acto de comunicarse debían de responderse:

“Análisis del Emisor: Quién dice;  
Análisis del Contenido / Mensaje: Qué;  
Análisis del Medio: En qué Canal;  
Análisis de la Audiencia: A Quién;  
Análisis del Efecto: Con qué Efecto.”

(<https://www.comunicologos.com/teorias/comunicación-aguja-hipodérmica/>)

Parte de su teoría fracasó ya que muchas audiencias demostraron ser más críticas de lo que se pensaba.

## Análisis de Resultados

El resultado de 35 entrevistas arrojaron los siguientes datos:

Análisis demográfico				Total
1. Género	Hombre - 60%	Mujer - 40%		100%
2. Edad	Media - 26 - 30 años (40.6%)	Mediana - 21 - 25 años (28.1%)	Moda - 26 - 30 años	
3. Grado de estudios	Licenciatura - 68.8%	Preparatoria - 18.8%	Posgrado - 12.5%	100%
4. Estado de la república donde reside	CDMX - 84.2%	Edo. mex - 10.6%	Otro - 6.2%	100%

Preguntas de Control			Total
	SI	NO	
1. Te gusta el fútbol	75%	25%	100%
2. Has visto algún partido de la Liga Femenil MX	62.5%	37.5%	100%

Existe un aumento en el número de personas que NO ha visto un partido de la Liga Femenil, aún cuando la gran mayoría le gusta el fútbol.

Equipos y redes sociales			Total
	SI	NO	
1. ¿Sigues a tu equipo en redes sociales?	38.7%	61.3%	100%
2. ¿Sigues al equipo femenino de tu equipo?	16.1%	83.9%	100%

El número de personas que siguen a sus equipos en redes sociales es bajo y aún más bajo en liga femenil.

Equipos nacionales y medios de comunicación				Total
1. A través de qué medio sintonizas los partidos	Televisión - 93.5%	Radio e internet - 25.8% c/u	Redes sociales - 22.6%	100%
2. ¿Cuántos partidos de la liga femenil has sintonizado en la temporada?	1 - 2 partidos - 54.8%	3 - 4 partidos - 38.7%	Más de 10 partidos - 6.4%	100%
3. ¿Cuál es tu equipo favorito?	Pumas y Chivas- 30% c/u	Ningún equipo 16.7%	Otros - 53.3%	100%
4. ¿Conoces al actual campeón de la liga varonil?	No - 71.9%	Sí - 28.1%	-	100%
5. ¿Conoces al actual campeón de la liga femenil?	No - 75%	Sí - 25%	-	100%

Pumas es de los que más apoyo brinda a sus plantillas, al igual, sus aficionados son de los más 'fieles'. Las personas que contestaron el cuestionario tan solo han visto 1 o 2 partidos de la liga femenil lo cual indica que la afición en el equipo varonil no influye en el apoyo al equipo femenil.

Percepción de calidad del fútbol mexicano			
1. ¿Cómo calificarías la calidad del fútbol mexicano?	BUENA - 71.4%	MALO - 14.3%	MUY MALO O PÉSIMO - 14.3%
2. ¿Cómo calificarías la calidad del futbol femenino mexicano?	BUENA - 62.5%	MUY BUENA - 18.8%	MALA - 9.4%

La percepción hacia el futbol femenino es mucho mejor que la de la liga varonil, esto indica un mayor gusto por la liga femenino.

La liga femenino es muy bien catalogada entre los fanáticos del fútbol. Existe mucho interés, sin embargo hay muy poca visión de esta. Aunque las personas están conscientes de la poca difusión que recibe la liga.

En general, las personas perciben el ambiente de los estadios como muy hostil, insalubre y con poca comodidad, en la gran mayoría las personas únicamente han asistido a los partidos de categoría masculina.

Tabla de contenido - preguntas abiertas	
En pocas palabras explica qué aspectos o características	Más difusión, mejores salarios para las jugadoras, más apoyo interno y que los DT también sean mujeres.

## Tabla de contenido - preguntas abiertas

diferentes te gustaría que tuviera la Liga Femenil

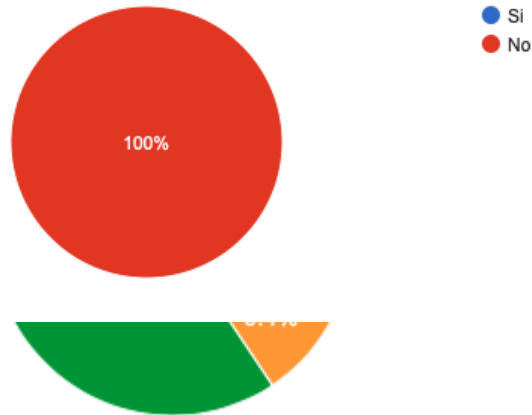
Necesitan tener equipos que den espectáculo y sean competitivos entre sí, jugadoras estrella que vendan mucho y hagan marketing, volverlo un producto igual que el de hombres. También necesita inversión en instalaciones, jugadoras, publicidad, etc.

Igualdad de difusión, apoyo y salarios.

Que sea más reconocida como la liga varonil

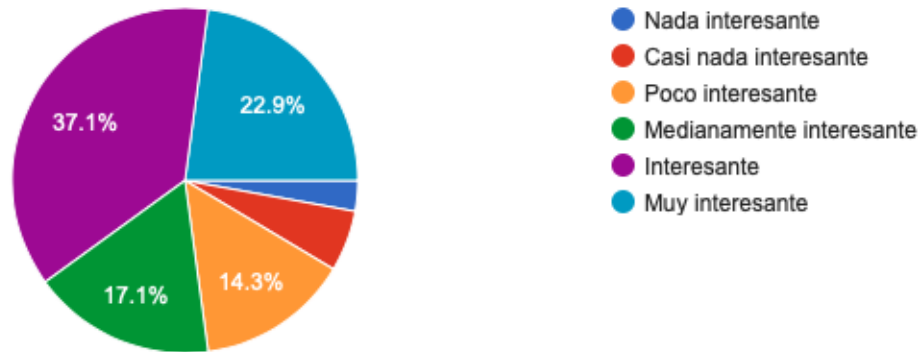
La liga femenil tiene todo el potencial posible para poder crecer, el hecho que la asociación de futbol no le de el suficiente apoyo hace que las personas no volteen a ver a estos partidos. Si la FMF (Federación Mexicana de Fútbol) iniciaría una campaña publicitaria, la liga pudiera explotar exponencialmente.

¿Cómo Consideras que las jugadoras reciben las misma atención mediática que los jugadores  
33 responses  
32 resp



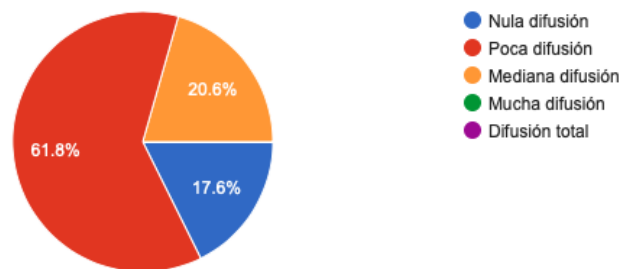
¿Consideras que el fútbol femenil es interesante?

35 responses



¿Cómo percibes la difusión en medios que se le hace a la Liga Femenil?

34 responses





## Tabla de contenido - preguntas abiertas

¿Qué tipo de cambio debería de existir en la liga femenil?

Tienen que haber demasiados cambios (culturales, institucionales, de corrupción, de preparación de jugadoras, de publicidad, etc.) que le den importancia al fútbol femenil en todos los sentidos

Mayor difusión en todos los medios

Mismo trato y paga a hombres y mujeres

Mayor apoyo económico, mayor difusión, más atención de los medios. Dejar de difundir sólo por el físico de las jugadoras.

Las personas están de acuerdo que el trato dado a las jugadoras es terrible y que debe existir un gran cambio en el fondo para que puedan mejorar.

FALTA UNA ENTREVISTA. SE PIDIERON TRES.

## Tabla de contenido - Entrevista 1 ¿A QUIEN?

¿Cómo puede la liga femenil avanzar para su mejora?

La liga femenil ha pasado a través de muchos problemas, la poca difusión que se tiene es un golpe muy importante, además, si le agregas que la poca difusión que tiene a veces es referente al cuerpo de las jugadoras o algún otro tipo de sexualización innecesaria. Estoy de acuerdo que a los jugadores masculinos también les pasa esto, pero para una liga bien plantada eso es diferente, la promoción le suma, en nuestro caso es difícil hacerlas notar por el talento y no únicamente por su físico. Es necesario cambiar este paradigma y comenzar a darle mucho más valor a las jugadoras que se esfuerzan día con día para mejorar, solo cuando las personas comiencen a ver todo el potencial que tienen, en ese momento la liga femenil podrá crecer.



## Tabla de contenido - Entrevista 2 ¿A QUIÉN?

¿Cómo perciben las jugadoras esta diferencia entre ligas?

Es un enojo colectivo, si vieras lo mucho que estas chicas se esfuerzan por mejorar, las personas tendrían otra visión de los partidos. Pero al mismo tiempo existe una idea de querer mejorar, no todo se queda en el enojo por la clara diferencia entre ligas, muchas veces esto les impulsa para poder salir adelante. Existen veces que se utiliza el término "juegas como hombre" con un significado que apunta a que nosotras damos un 200% más que ellos. Estar pensando en eso todo el tiempo simplemente distraería el gran trabajo que se lleva a cabo, pero nosotras estamos poniendo las primeras piedras para que las futuras generaciones puedan tener mejor calidad en cuanto sus carreras futbolísticas.

**Interpretación de resultados (NO ES INTERPRECCIÓN Y DEBE MEDIR AL MENOS TRES CUARTILLAS. RELACIONAR CON EDO. DEL ARTE y MT)**

El fútbol femenino es posicionado como un deporte muy interesante, importante y atractivo para la sociedad mexicana en general. El gran problema de esta se relaciona con la poca o nula difusión que se le otorga en el país, muchas personas afirman que la liga femenil y muy superior a la liga varonil, pero existe un problema que resurge que es la poca audiencia que estos partidos tienen.

En el 100% de la pregunta “Consideras que las jugadoras reciben la misma atención mediática que los hombres”, la respuesta fue NO. Los aficionados están **consciente** y aún así no consumen más de este espectáculo que las jugadoras se esfuerzan tanto día con día.

Una de las soluciones mas plausibles para este problema sería aumentar considerablemente las campañas publicitarias y la difusión que reciben, si agregamos una buena campaña seleccionando a las mejores jugadoras es posible que aumenten los ratings y por ende mejorar el ingreso que los equipos puedan llegar a **tener.**

**Muchas personas comentaban que al tener una “líder” como una** imagen de marketing podrá ayudar considerablemente a que las personas volteen a ver a las jugadoras y a los equipos de fútbol. Es una idea muy negativa el tema de cosificar a una jugadora, pero en la liga varonil esta práctica se lleva a cabo y funciona.

## Conclusión

La Liga Femenil en México es una liga muy tierna, a comparación de los años que la liga varonil lleva oficialmente en nuestro territorio es muy amplio. Aunado con esto, los estereotipos que las mujeres reciben son un factor que las detienen de avanzar y poder alcanzar unas condiciones laborales mejores y dignas.

Es también trabajo del aficionado nacional de apoyar este tipo de partidos; los juegos son muy interesantes, las jugadoras dan una entrega muy diferente y se siente un ambiente mucho más amigable y decente que en cualquier otro partido varonil. Pero, es importante recalcar que se debe de dejar de comparar ambas ligas, hacer una distinción entre ambas será una pieza fundamental para poder iniciar un nuevo camino en la Liga Femenil.

Los medios de comunicación serán fundamentales para este cambio, otorgar respeto y considerar a estas jugadoras más de lo que se consideran será un apoyo monumental y un gran camino para nuevas jugadoras. Al poder tener unos nuevos ídolos en la liga femenina atraerá a muchas mujeres que quieren ser partes de este crecimiento y lograrán una liga mucho más competitiva y completa.

Es un hecho que las ligas femeniles tienen un desarrollo diferente a lo largo del mundo, en Europa ya se tienen equipos altamente competitivos y otros países que han demostrado, en los Mundiales, que su nivel de fútbol ha aumentado exponencialmente al incluir apoyo directo a las jugadoras y acompañando estos sueños que muchas mujeres han tenido por mucho tiempo.

Estamos en una época que los estereotipos están cambiando y es cuestión de tiempo para que tengamos una nueva era en donde las mujeres reciban el respeto que se merecen desde hace mucho tiempo.

## Referencias

Arago, D. H. (2016). *El fútbol femenino profesional. una perspectiva de género desde argentina, costa rica y méxico* . México: Tesis.

Añorve D. (Enero, 2019). EL DESARROLLO DEL FÚTBOL FEMENIL EN MÉXICO: ENTRE LA POLICÍA Y LA POLÍTICA EN LOS PROCESOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN . Brasil, Ponta Grossa: 1.

<https://revistas.apps.uepg.br/index.php/sociais/article/view/13684>

Campeonas MX. (2020). ¿Y después del Coronavirus?. mayo 30, 2020, de Youtube  
Sitio web: <https://www.youtube.com/channel/UC2ACACOOlK-xjyPaDaSyw6A>

Esqueda, M; Gantús, F. Transgresiones femeninas: futbol. Una mirada desde la caricatura de la prensa, México 1970-1971 Tzintzun. Revista de Estudios Históricos, núm. 52, julio-diciembre, 2010, pp. 143-176 Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Morelia, México <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=89816249005>

<http://www.ligabbva.mx/cancha/detallenoticia/6/historia-del-futbol-mexicano>

Ornelas Martínez, Diana Martha (2019) Calidad percibida y satisfacción de los espectadores de la Liga MX Femenil. Caso: Tigres Sinergia Deportiva, S.A de C.V. Maestría thesis, Universidad Autónoma de Nuevo León.<http://eprints.uanl.mx/16954/>

Zebadúa J, Echeverry S.. (2019). Fútbol y globalización: Medios, Mercados e inclusiones. Universidad Autónoma de Chiapas, 1, 221.[https://www.researchgate.net/profile/Hector\\_Chaparro\\_Hurtado/publication/340274214\\_UNIVERSIDAD\\_AUTONOMA\\_DE\\_CHIAPAS/links/5e81e03aa6fdcc139c143d72/UNIVERSIDAD-AUTONOMA-DE-CHIAPAS.pdf#page=83](https://www.researchgate.net/profile/Hector_Chaparro_Hurtado/publication/340274214_UNIVERSIDAD_AUTONOMA_DE_CHIAPAS/links/5e81e03aa6fdcc139c143d72/UNIVERSIDAD-AUTONOMA-DE-CHIAPAS.pdf#page=83)