



AIBR

Revista de Antropología
Iberoamericana

www.aibr.org

Volumen 12

Número 3

Septiembre - Diciembre 2017

Pp. 411 - 433

Madrid: Antropólogos
Iberoamericanos en Red.
ISSN: 1695-9752
E-ISSN: 1578-9705

La creación de peñas de mujeres: ¿Un desafío a la configuración del sistema sexo/género en el fútbol español?

Ramón Llopis-Goig

Helena Flores

Departamento de Sociología y Antropología Social, Universitat de València

Recibido: 28.12.2016

Aceptado: 10.12.2017

DOI: 10.11156/aibr.120307

RESUMEN

Este artículo presenta los resultados de una investigación sobre las *peñas* de mujeres en el fútbol español. Teniendo en cuenta el *ethos* o carácter masculino que tradicionalmente ha caracterizado a este deporte, el estudio de las *peñas* de mujeres encierra un indudable interés socioantropológico por cuanto puede proporcionar una mejor comprensión de las dinámicas que operan en este deporte en relación con la dimensión de género. La investigación ha estado guiada por una pregunta: ¿hasta qué punto puede afirmarse que la creación de *peñas* de mujeres constituye un desafío a la configuración del sistema sexo/género que caracteriza al fútbol en la sociedad española? Más concretamente, se han abordado cuestiones como las razones de creación y pertenencia a este tipo de *peñas*, su funcionamiento y organización interna, así como el tipo de experiencias que proporcionan a sus integrantes. Para llevar a cabo el estudio, se entrevistó a siete mujeres que pertenecían a *peñas* estrictamente femeninas. La investigación ha mostrado que las mujeres que forman parte de este tipo de *peñas* encuentran en ellas un espacio de liberación de la dominación masculina del fútbol, que les permite afirmar su interés por este deporte y crear su propio espacio en torno al mismo. Las *peñas* de mujeres devienen una vía de acceso a un espacio público fuertemente masculinizado, así como un medio de alcanzar reconocimiento en el mismo. Constituyen un desafío al sistema sexo/género dominante en el fútbol español en la medida que trasgreden algunas de las normas que lo articulan. Sin embargo, conviven con una serie de creencias respecto a los roles tradicionales de género, que continúan vigentes en muchas de las mujeres que participan en estas *peñas*.

PALABRAS CLAVE

Mujeres, género, antropología del deporte, fútbol, comunidades.

THE CREATION OF FEMALE SUPPORTER COMMUNITIES: A CHALLENGE TO THE CONFIGURATION OF THE SEX/GENDER SYSTEM WHICH CHARACTERISE SPANISH FOOTBALL?

ABSTRACT

This article is dedicated to the study of women *peñas* in Spanish football. Taking into account the strong masculine *ethos* or character that traditionally has characterised this sport, the study of women's *peñas* has an undoubtable socio-anthropological interest since it allows a better understanding of the dynamics that operates in the gender dimension of this sport. The study has tried to answer to what extent the creation of a female supporter community is a challenge to the configuration of the sex/gender system which characterizes football in Spanish society. To answer this question the study has addressed topics such as the reasons for the creation and belonging to this kind of *peñas*, their working and internal organization as well as the kind of experiences they provide to their members. Seven women belonging to exclusively women's football *peñas* were interviewed. The study has shown that women who are member of these women's football see these communities as a space of liberation from the male domination of football. On the other hand, these women feel that these *peñas* allow them to affirm their interest in this sport and create their own space around it. The female *peñas* become an access route to a strongly masculinised public space and a way to reach a position of recognition in this space. These *peñas* constitute a challenge to the sex/gender system which dominates the Spanish football as long as they transgress some of the rules that articulate this system. However, they coexist with traditional gender beliefs which still prevail in some of the women who participate in these female communities.

KEY WORDS

Women, gender, anthropology of sport, football, communities.

Agradecimientos

Este artículo forma parte del proyecto de investigación FREE (*Football Research in an Enlarged Europe*). El proyecto FREE recibió financiación del Séptimo Programa Marco de la Unión Europea (*grant agreement* no. 290805) durante el período 2012-2015.

Introducción

Este artículo está dedicado al estudio de un tipo específico de peñas futbolísticas surgidas en la década de los ochenta del siglo XX en España: las peñas de mujeres. La expresión *peña* designa a grupos y asociaciones de aficionados al fútbol, simpatizantes de un mismo equipo, que se reúnen para presenciar o asistir a los partidos de su equipo. Suelen reunirse en bares o cafeterías que convierten en sus sedes, aunque algunas tienen su propio espacio de encuentro en las instalaciones del club. También su grado de formalización es variable: algunas están constituidas como asociaciones y cuentan con sus propios estatutos, mientras que otras se mueven en el terreno de la sociabilidad informal. Un rasgo es, no obstante, común a casi todas ellas: su fuerte *ethos* o carácter masculino. Algo poco sorprendente si se tiene en cuenta que, en España, durante mucho tiempo, el fútbol ha sido considerado como «cosa de hombres» (Campo, 2003; Campo y Sánchez, 2013; Llopis-Goig, 2008 y 2010), un espacio de construcción de la masculinidad en el que la mujer únicamente podía estar presente como mera acompañante (Llopis-Goig, 2010: 62). Una prueba de ello es que, a mitad de la década de 1960, clubes como el Granada CF o el Athletic de Bilbao aún asimilaban a sus socias a la categoría de infantiles, por lo que no tenían ni voz ni voto en las asambleas (Verdú, 1980). Así pues, el fútbol se desarrollaba como un espacio en el que los varones (futbolistas, entrenadores, espectadores y aficionados) compartían una experiencia común que les permitía verse, sentirse y recrearse como hombres (Llopis-Goig, 2010: 62). Estas circunstancias no eran muy distintas en otros países europeos (Dunning, 1994; Gosling, 2007).

El estudio sociológico de este tipo de peñas encierra un amplio potencial heurístico, pues permite una mejor comprensión de las dinámicas que han operado y siguen operando en el fútbol español en relación con la dimensión de género. Del mismo modo, en la medida en que el fútbol es un vivo reflejo de la sociedad española, constituyen un objeto de estudio cuyo análisis proporciona un mejor conocimiento de las transformaciones y procesos de cambio que se registran en la misma. Todo ello se ve, ade-

más, reforzado por un último hecho cuya evidencia empírica es cada vez más amplia: en los últimos años se ha detectado un aumento de la participación de las mujeres en aquellas modalidades deportivas que durante mucho tiempo fueron tabú para ellas (Pfister, 2010: 237). Así, por ejemplo, según los resultados de la última Encuesta de Hábitos Deportivos realizada en España (elaboración propia a partir de MECD, 2015), la práctica deportiva de las mujeres españolas en modalidades deportivas con tan escasa tradición deportiva como el ciclismo, el atletismo y las artes marciales alcanza un 12,1%, un 3,5% y un 1,5%, respectivamente, puntuaciones todas ellas que superan las registradas en encuestas anteriores.

Una primera aproximación al estudio de estas peñas de mujeres fue realizada en un trabajo de carácter exploratorio hace ya una década (Llopis-Goig, 2007), aunque con un acercamiento más bien tangencial, que únicamente se detuvo en las características más visibles del fenómeno y contó con un material empírico reducido. Por otro lado, hay referencias a iniciativas similares en Italia (Cere, 2003), Alemania (Sülzle, 2011) y Dinamarca (Pfister, Lenneis y Mintert, 2013), aunque de momento no se ha realizado ningún estudio socioantropológico sobre las mismas en ninguno de estos países. La presente investigación se centra de manera exclusiva en las peñas de mujeres para profundizar en su estudio. Los siguientes interrogantes han actuado como guía de la presente investigación: ¿qué razones conducen a la creación de una peña de mujeres?, ¿cómo se estructuran y organizan internamente?, ¿cuáles son sus vivencias del fútbol en tanto que espacio marcado por unas determinadas relaciones de género? Estos tres interrogantes se subsumen dentro de uno más amplio cuya respuesta constituye el objetivo último de la investigación: ¿hasta qué punto puede afirmarse que la creación de peñas de mujeres constituye un desafío a la configuración del sistema sexo/género que caracteriza al fútbol en la sociedad española?

El trabajo se divide en cuatro grandes apartados. En primer lugar, se plantean las coordenadas teóricas y los antecedentes de la investigación. A continuación, se dedica un apartado a exponer las características metodológicas del estudio. Los resultados de la investigación se exponen en tres secciones consecutivas, tras las cuales se incluye un apartado final de conclusiones.

Coordenadas teóricas y antecedentes de la investigación

Como se acaba de señalar, este trabajo se adentra en el mundo de las peñas de mujeres con el objetivo de examinar el grado en que estas constituyen un desafío al modo en que se configura el sistema sexo/género en

el fútbol español. Al hablar de sistema sexo/género se está haciendo referencia —de acuerdo con la antropóloga Gayle Rubin— a «*una serie de acuerdos por los que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana*» (Rubin, 1989: 183). Desde esta perspectiva, añade Rubin, «*el sexo tal y como lo conocemos —identidad de género, deseo y fantasía sexual, conceptos de la infancia— es en sí mismo un producto social*». Para abordar los interrogantes planteados se parte de la consideración del género como una construcción sociocultural (Butler, 2007; Lorber, 2005), como una categoría sociocultural referida a la configuración de relaciones de poder diferenciadas y jerarquizadas en base al binarismo sexual, así como a la posterior reconstrucción de dicho sistema binario. La construcción sociocultural de estas diferencias a través de la socialización y la regulación de las conductas de género encierra buena parte de los aspectos que permiten una mejor comprensión del fenómeno de las peñas de mujeres.

En segundo lugar, esta investigación parte de una consideración de las peñas de mujeres como un fenómeno cambiante y en tránsito. En ese sentido, es intención de este trabajo analizar el fenómeno y reflexionar sobre el mismo, visibilizando aquellos aspectos estructurales que pueden pasar desapercibidos o que pueden quedar impensados desde las perspectivas de análisis dominantes en el fútbol español. Es conveniente que al leer este trabajo se tenga en cuenta el enfrentamiento de perspectivas existente entre los distintos feminismos con respecto al deporte. Por un lado, estarían aquellas perspectivas que no olvidan el origen androcéntrico del deporte y su función de reproducción de la masculinidad hegemónica. Desde estas aproximaciones el deporte es visto, por tanto, como una actividad dirigida a los hombres y ligada al espacio público (Badinter, 1993; Messner, 1992; Messner y Sabo, 1990; Sage, 1990). Por otro lado, estarían aquellas corrientes que consideran el deporte como una actividad positiva tanto para el desarrollo de las mujeres como para su incorporación al ámbito público (Díez-Mintegui, 2003: 175; Martín, Soler y Vilanova, 2017). No es objetivo de este trabajo mediar en tal debate, pero sí tener en cuenta ambas posiciones a lo largo del análisis, para facilitar la comprensión de los aspectos estudiados. De hecho, las peñas de mujeres ofrecen, como objeto de estudio, aspectos que permitirán ilustrar el mencionado debate y entender mejor la posible combinación complementaria de las dos perspectivas del mismo.

Una vez efectuadas las anteriores precisiones, es necesario dar cuenta de los antecedentes y las coordenadas teóricas del estudio realizado. Para empezar, conviene señalar que, pese a que las diferencias

en la participación deportiva de los hombres y las mujeres son aún considerables en la sociedad española, diversos autores han enfatizado el incremento que ha registrado la práctica deportiva de estas últimas en las últimas décadas (Mosquera y Puig, 2009; Puig, 2001; García-Ferrando y Llopis-Goig, 2011a: 52, 2011b: 24 y 2017: 40). Tanto es así, que hace unos años ya hubo quien llegó a afirmar que se había producido una «revolución deportiva de las mujeres» (García-Bonafé, 2001). La contundencia de la expresión no debería causar extrañeza, pues —al igual que sucedió en otros países europeos— los deportes se configuraron en España desde sus inicios como un espacio de iniciación masculina y reproducción de la masculinidad (Badinter, 1993; Messner, 1992; Messner y Sabo, 1990; Sage, 1990). Ahora bien, en el caso del fútbol, ni se han recortado las diferencias entre hombres y mujeres, ni se ha producido una cierta «redefinición de la masculinidad», como ha sucedido en otras modalidades deportivas (Mosquera y Puig, 2009). Los indicadores de interés, práctica, consumo y asistencia a partidos de fútbol muestran, por un lado, unas tasas claramente inferiores entre las mujeres (Llopis-Goig, 2011), mientras que, por otro lado, las investigaciones cualitativas (Campo, 2003; Campo y Sánchez, 2013) revelan que el fútbol español es un espacio en el que se sigue recreando la *masculinidad hegemónica*, según el término que sistematizaron y acuñaron Carrigan, Connell y Lee (1985). Aunque este concepto ha sido objeto de diversas reacciones y críticas posteriores (Speer, 2001; Watson, 2000; Wetherell y Edley, 1999; White, 2002), su uso ha sido amplio y ha devenido crucial en muchas disciplinas, pues muestra cómo los sistemas y las formas de dominación están en sí mismos estratificados por el género (Morgan, 1991). La *masculinidad hegemónica* puede definirse como «*la configuración de la práctica de género que personifica la respuesta aceptada al problema de la legitimidad del patriarcado, que garantiza —o se adopta para garantizar— la posición dominante de ciertos hombres y la subordinación de las mujeres*» (Connell, 1995: 77). Este tipo de masculinidad domina a los otros tres tipos de masculinidad existente —la cómplice, la subordinada y la marginal— junto a las cuales configura el espacio social de las masculinidades, según el modelo de cuatro categorías desarrollado por Connell (1987, 1995 y 1997). Dentro de ese modelo, la masculinidad hegemónica se relaciona con la heterosexualidad, la autoridad, la fuerza y la resistencia física. Pese a que en sentido estricto solo es aplicable a una serie de hombres, son muchos los que se benefician de la posición dominante de este tipo de masculinidad en la estructura social. A este beneficio Connell lo denomina «dividendo patriarcal», y considera que

los que aprovechan de él encarnan la masculinidad cómplice (Connell, 1997: 31-48). La masculinidad subordinada, por otro lado, sería aquella que se desvía de la norma heterosexual dominante, por lo que su legitimidad resulta sospechosa, pero a la que se tolera con cierta displicencia (el afeminamiento y la homosexualidad, por ejemplo). Por último, la masculinidad marginada incluye tanto las masculinidades desviadas (pederastas, proxenetas...) como aquellas masculinidades alejadas de la norma dominante que proceden de grupos étnicos socialmente excluidos (Connell, 1997: 40-43).

Los estudios previos muestran que el fútbol sigue constituyendo un dominio social esencialmente masculino en el que los hombres han creado «barricadas para proteger su territorio» de la entrada de mujeres (Whelehan, 1994: 127), y las mujeres continúan siendo marginadas de los grupos de aficionados a este deporte (Gosling, 2007: 258) o son excluidas de los espacios de protagonismo deportivo —como se ha señalado en relación a la pelota vasca— en virtud de la identificación metonímica que se produce entre el cuerpo masculino y el espacio de la práctica (González-Abrisketa, 2013: 105). Así, aunque el consumo televisivo y la asistencia a los estadios pueden estar aumentando entre las mujeres, los hombres continúan excluyéndolas como aficionadas (Crawford, 2004; Pope, 2014; Woodhouse y Williams, 1999). La consecuencia de todo ello es que las mujeres ven el fútbol como un «espacio social impenetrable». Puede afirmarse en este sentido que sigue habiendo espacios de ocio de carácter público que fueron construidos por hombres y para hombres y que, en la actualidad, continúan funcionando como tales. Acudir a un estadio a presenciar en vivo un partido de fútbol continúa siendo — pese al aumento de la presencia de mujeres— una actividad protagonizada por hombres.

La aparición de peñas femeninas puede ser considerada, por tanto, como un intento de creación de un espacio deportivo propio ante la «impenetrabilidad» con la que las mujeres perciben el mundo del fútbol. Las mujeres que forman parte de peñas de mujeres señalan muy a menudo que encuentran en ellas un espacio de liberación de la dominación masculina del fútbol que les permite afirmar su interés y crear un espacio propio en torno a este deporte. Esta circunstancia no es posible en el resto de peñas, marcadas por un acentuado *ethos* o carácter masculino que actúa como obstáculo y barrera de entrada. La resistencia masculina actúa contra el reconocimiento de la capacidad de las mujeres para disfrutar y descifrar las claves de un partido de fútbol, lo que las condena a una posición de inferioridad frente a los hombres. Los resultados de diversos estudios realizados en el contexto británico ponían de manifiesto que las mujeres

aficionadas a deportes socialmente considerados como masculinos a menudo se encontraban con que los hombres cuestionaban sus pautas de apoyo y seguimiento de los equipos, y les atribuían falta de «autenticidad» como aficionadas (Crawford, 2004: 47; Woodhouse y Williams, 1999). Este tipo de resistencias puede ser considerado como una limitación estructural en su trayectoria como aficionadas y, por tanto, como un desencadenante de la decisión de crear o pertenecer a una peña de mujeres. En este sentido, la creación de peñas de mujeres puede ser conceptualizada como un intento de luchar contra la exclusión a la que se encuentran sometidas en los estadios por su condición de mujeres, así como un intento de oponerse al fuerte *ethos* masculino que caracteriza al mundo del fútbol.

Método

Para abordar las preguntas que se planteaba esta investigación, se entrevistó a siete mujeres que pertenecían a peñas futbolísticas exclusivamente de mujeres. Las entrevistas fueron semiestructuradas. Para la identificación y localización de estas peñas se efectuó una búsqueda apoyada en los artículos y referencias aparecidas en la prensa española durante los últimos diez años. También se contó con la colaboración de las asociaciones de peñas de diversos clubes de fútbol. Tras una exhaustiva búsqueda, se logró confirmar la existencia de doce peñas de mujeres, formalmente constituidas como tales, que seguían activas. Durante los meses de octubre y noviembre de 2013 se intentó establecer contacto con estas doce peñas y finalmente se logró entrevistar a siete.

Las peñas de mujeres entrevistadas fueron la peña *Mujeres Osasunistas San Fermín* del Club Atlético Osasuna, la peña *La Regenta* del Real Oviedo, la *Peña Bética de Mujeres* del Real Betis Balompié, la peña *Juan Carlos Unzué* del Sevilla CF, la peña *Las Primeras del Decano* del Recreativo de Huelva, la peña *Las Leonas Blanquiverdes* del Córdoba CF y la peña *Las Damas de Elche* del Elche CF. Las siete peñas entrevistadas estaban radicadas en seis municipios (Pamplona, Oviedo, Sevilla, Huelva, Córdoba y Elche) pertenecientes a cuatro comunidades autónomas del Estado español. Constituyen, pues, más de la mitad del total de peñas de mujeres identificadas, por lo que pueden considerarse una muestra suficientemente representativa del objeto de estudio. Todas las entrevistas fueron grabadas y posteriormente transcritas. Los fragmentos de las entrevistas que aparecen en el apartado de resultados llevan asignado un código numérico para garantizar el anonimato de las participantes.

Resultados

1. *Continuidades y rupturas*

Esta primera sección del apartado de resultados presenta un análisis de las principales características y pautas de funcionamiento de las peñas de mujeres en España. A partir de los discursos y percepciones que las mujeres que las integran tienen de sí mismas, se pretende ubicarlas en el más amplio espacio social de las peñas futbolísticas españolas.

Las peñas de mujeres comienzan a crearse formalmente en la década de los ochenta del siglo XX. Eso es al menos lo que constatan los primeros documentos oficiales que confirman el registro de este tipo de peñas futbolísticas. Dentro de ellas se puede encontrar a mujeres de muy diversas pertenencias generacionales. El tipo de hábitat en el que aparecen es también diverso, si bien es en los espacios urbanos donde encuentran su principal y más fecundo ámbito de configuración y desarrollo.

Con la excepción de una, todas las mujeres entrevistadas reconocen haber recibido la afición al fútbol de sus padres en plena infancia, algo que también ha sido señalado en otros estudios (Liston, 2006; Pope, 2010). Las entrevistadas se refieren a esta circunstancia cuando se les pregunta por su relación con el fútbol. Fueron abundantes los comentarios en los que se mencionaban las tardes de fútbol, las retransmisiones radiofónicas y la transmisión del apoyo a un club de fútbol tal y como refleja el siguiente comentario: «*Fue mi padre. Recuerdo siendo pequeña, aquellos paseos los domingos por la tarde, con una mano llevaba el transistor escuchando Carrusel Deportivo, con la otra agarraba la mía. De la manera que apretaba mi mano podía seguir perfectamente el desarrollo del partido*» (E-7). En cierto modo, estos comentarios sugieren que, al crear una peña, quieren volver a religarse —aunque ahora ya desde su condición de mujeres adultas y en una relación menos asimétrica— con lo masculino representado por el padre.

Hay una serie de «requisitos no escritos» para pertenecer a estas peñas que están estrechamente relacionados con la imagen que quieren ofrecer de sí mismas. En primer lugar, la condición de mujer. En segundo lugar, la simpatía por el equipo del que la peña se declara seguidora. A estos se añaden otros como el rechazo de las conductas agresivas y la violencia y, también, un interés por el fútbol que vaya más allá del deseo puberal de conocer a determinados futbolistas para solicitarles un autógrafo o realizarse una fotografía con los mismos. Debe señalarse, por otro lado, que el hecho de que estas peñas estén formadas solo por mujeres no obedece a ningún criterio de exclusividad que se encuentre establecido en

los estatutos de las mismas. Responde a un deseo de creación y mantenimiento de un espacio de sociabilidad netamente femenino, que no es óbice para que las mujeres que forman la peña compartan con otros hombres algunos momentos y experiencias relacionadas con el fútbol, tal como señalaba una de las entrevistadas: «*todas tenemos nuestra pareja o nuestro padre que nos acompaña, se sienta en la grada de arriba. Pero claro, lo que es la peña, las reuniones y todo eso, las hacemos nosotras*» (E-5). Este aspecto debe ser enfatizado en la medida en que muestra la relevancia que tiene en estas iniciativas la construcción de un espacio público femenino y no la lucha o el desprecio hacia los formados por los hombres.

Los encuentros o reuniones en las que se toman decisiones en torno a la gestión de la peña están marcados por una atmósfera familiar y asamblearia. Según las entrevistadas, la toma de decisiones se realiza de manera horizontal, y la existencia de cargos se revela como un mero formalismo. Este hecho está relacionado con el tipo de relaciones afectivas que se establecen entre estas mujeres, así como con el reducido tamaño de estas peñas, por lo general compuestas por grupos de entre quince y veinte mujeres. Aunque el número de mujeres aficionadas al fútbol ha crecido durante los últimos años en España (Llopis-Goig, 2010, 2011 y 2015), buena parte de ellas prefiere seguir yendo a los estadios en compañía de sus parejas, maridos u otros familiares, reduciéndose así el número de candidatas a formar parte de este tipo de peñas. Las entrevistadas transmiten que tanto el tamaño de estos grupos como la atmósfera que los caracteriza, facilitan la elección de cargos, su organización y funcionamiento, la distribución de tareas y la resolución de conflictos internos. Las tareas habituales de una peña de mujeres son muy similares a las que realizan el resto: viajes para seguir al equipo; reuniones y asambleas; torneos de fútbol; actividades para obtener recursos económicos (como la venta de loterías); cenas conmemorativas y de entrega de trofeos y otras actividades relacionadas con la venta de productos o *merchandising* del club.

La mayoría de estas actividades se desarrolla en un local cuya importancia para la peña es crucial, pues es precisamente la posesión de un espacio propio lo que produce una ruptura entre el espacio público —construido por y para hombres— y el privado —destinado a las mujeres—. Pese a que los locales con los que suelen contar estas peñas no son propios sino prestados y, a veces, incluso los cambian de manera frecuente, posibilitan los encuentros entre las mujeres, su entrada en áreas públicas y el establecimiento de límites identitarios a través de un espacio físico. Esa ruptura, sin embargo, convive con diversas rémoras del sistema dominante de asignación de obligaciones domésticas en función del sexo. La re-

producción y los cuidados siguen constituyendo una obligación asignada a muchas mujeres españolas, lo que les comporta un escaso tiempo para la realización de sus aficiones o el desarrollo de sus relaciones sociales y otras actividades respecto al resto de miembros de la familia. Por ello, las mujeres que mantienen los mencionados roles de género se enfrentan a diversas dificultades para formar parte activa de las peñas femeninas, tal y como se ponía de manifiesto en las palabras de una de las entrevistadas: «los hombres, qué te digo yo, pueden tener una reunión hasta las tantas de la noche; se pueden reunir un domingo; se pueden reunir sobre la marcha [...] el hombre y la mujer no tienen en casa las mismas obligaciones, ¿sabes? Que a lo mejor el marido te dice: yo me tengo que ir a esto y tú te quedas porque los niños están enfermos, o tú haces la comida» (E-4).

Las entrevistadas aclaran que las peñas de mujeres suelen contar con el apoyo, aprobación y respaldo del resto de las peñas y las asociaciones o federaciones de peñas, así como de los clubes y directivos de los mismos. Esta relación con los principales actores de un sistema masculino garantiza su existencia y atenúa cualquier posibilidad de que puedan ser percibidas como una amenaza a la configuración de dicho sistema, según se desprende de las afirmaciones de las entrevistadas. Pese a ello, a menudo se detecta una actitud defensiva entre las mujeres que integran estas peñas. Algunas sienten que sus peñas son cuestionadas como iniciativa y se ven en la necesidad de justificar por qué están formadas solo por mujeres y pretenden ubicarse en un espacio social inicialmente no destinado a ellas. Por eso, con frecuencia insisten en que su único objetivo es divertirse y disfrutar juntas del fútbol. Mientras tanto, sin embargo, no se cuestionan las agrupaciones exclusivas de hombres —sean las que sean— salvo por parte de determinadas voces generalmente ignoradas en este ámbito. Quizás por ello, y pese a las numerosas diferencias existentes entre las peñas de mujeres y el resto, la mayor parte de las entrevistadas trató de mostrar las semejanzas entre ambas o de negar la singularidad de las primeras. Véase a este respecto el comentario de una de las entrevistadas: «a mí me fastidia un poquito cuando dicen la peculiaridad de una peña de mujeres, pero es que es anecdótico, o sea, nadie cuestiona a los hombres porque se reúnan por la tarde a jugar al mus, no sé cómo decirte [...] Pues nosotras somos un grupo de mujeres que en vez de jugar al mus pues lo que hacemos es reunirnos de vez en cuando para ir al fútbol» (E-2).

Las mujeres entrevistadas se encuentran atrapadas —como integrantes de peñas femeninas— en una doble pretensión que a veces resulta de difícil logro. Por un lado, no quieren producir la sensación de que, en lo referente al disfrute del fútbol, son personas dependientes de sus parejas o maridos. Por otro lado, quieren evitar a toda costa que se piense de ellas,

que su pertenencia a la peña e interés por el fútbol se deben a su deseo de conocer a los futbolistas y entrar en contacto con ellos. Esta doble pretensión tiene mucho que ver con los estereotipos que tradicionalmente han recaído sobre las mujeres que acudían a los estadios a presenciar partidos de fútbol. O eran consideradas como acompañantes pasivas de sus parejas, novios o maridos con los que acudían al estadio, o eran calificadas con diversas etiquetas de deslegitimación, estigmatización y control sexual cargadas de machismo y lesbofobia. Algunas entrevistadas dieron muestras de seguir temiendo la estigmatización derivada de estos calificativos. Quizá por ello, se sentían obligadas a clarificar que su posición no pretendía ser un desafío al sistema patriarcal, para lo cual reproducían y hacían suyos algunos de los discursos de dicho sistema. De ese modo, intentan evitar que se las asocie a todo aquello que se encuentra fuera de la norma de género, es decir, a conductas promiscuas y a sexualidades no heteronormativas. Se pretende así conformar una imagen de las peñas de mujeres que no chirríe en el interior de un sistema cuya articulación sigue siendo claramente patriarcal. Sin embargo, eso no siempre se consigue. Habría que tener en cuenta, no obstante, que las mujeres entrevistadas señalaron que ningún hombre les había solicitado formar parte de las peñas y que, con la excepción de las asambleas internas, el acceso a sus actividades y encuentros estaba abierto a cualquier persona interesada.

La mayoría de entrevistadas mostró una visión positiva sobre el fútbol practicado por mujeres y señaló la existencia de una fuerte discriminación hacia este, así como en lo que se refiere a la configuración y presencia de mujeres en los organismos de gobierno del fútbol profesional. Este tipo de argumentaciones se puso de manifiesto en numerosas ocasiones de las que el siguiente fragmento constituye un buen ejemplo: «*el fútbol femenino no está promocionado como merece, no es inferior y la discriminación, entre otros, viene dada por la falta de información en los medios de comunicación*» (E-7).

Estos testimonios coinciden en lo general con lo que ha señalado la mayor parte de la literatura científica al respecto, a saber, que hay una destacada ausencia de mujeres que actúen como referentes en el mundo del fútbol (Adriaanse, 2013; Hovden, 2013; Pfister, 2010; Pfister y Sisjord, 2013; Pope, 2014). En España, refiriéndose al deporte en general, Díez-Mintegui ha señalado que, mientras no se normalice o haga visible la participación femenina en todos los aspectos sociales, será difícil que las jóvenes interioricen modelos de práctica —tanto profesional como de ocio— en las que el deporte sea una fuente de emoción, ya que no vivirán como algo que pueda formar parte de su proyecto vital global (2003: 176).

Sin embargo, las entrevistadas también pusieron de manifiesto la permanencia de diversos estereotipos de género en relación con el fútbol de mujeres, que continúan sin ser cuestionados o desnaturalizados. Una muestra de ello se encuentra en las opiniones que algunas entrevistadas vertieron en relación con el fútbol jugado por mujeres, en las que se advertía la presencia de opiniones y actitudes que siguen reforzando la discriminación de las mujeres en el fútbol. Una entrevistada afirmaba sencillamente que no le gustaba el fútbol de mujeres: «*el femenino, nada, a mí no me parece que sea un deporte para jugar las chicas, no lo veo muy estético para una mujer, pero bueno [...] A ver, que a mí no me molesta que jueguen. Pero que no me gusta, no me gusta*» (E-1). Otra señalaba que las cualidades técnicas y posibilidades físicas de hombres y mujeres son bien distintas, y ello hace más atractivo el fútbol de hombres: «*no sé qué tiene el fútbol cuando lo juega el hombre, que es otro fútbol. Yo creo que es porque llevamos poco tiempo. Se logrará ser igual. Pero no sé si es por lo físico o porque tenemos otra constitución, las mujeres somos de otra manera*» (E-6).

Debe puntualizarse al respecto que ninguna de las entrevistadas se reclamó seguidora de algún equipo de fútbol de mujeres. Sin embargo, todas manifestaron un deseo y una cierta esperanza ante la posibilidad de que en el futuro se produjeran cambios que contribuyan a una mejor posición de las mujeres en la configuración general del fútbol profesional.

En definitiva, los espacios sociales que se generan mediante la creación de peñas de mujeres reportan beneficios personales y sociales a aquellas que se integran en las mismas —pese al trabajo y esfuerzo que exigen— reforzando, de este modo, los motivos de su creación. En términos generales, la creación de este tipo de peñas supone la configuración de un tipo de espacio en el que estas mujeres se sienten cómodas y pueden desarrollar su afición al fútbol, sin que este llegue a definirse como un espacio feminista, palabra a la que adjudican connotaciones negativas y que, por ello, rechazan.

2. Buscando espacios, creando comunidades

Los motivos que conducen a la creación o afiliación a una peña de mujeres se inscriben en torno a dos dicotomías operativas y no cuestionadas en un contexto social como el del fútbol español, que podría caracterizarse como heteropatriarcal. Estas dos dicotomías se articulan interseccionalmente en espacios marcados por dos ejes de carácter binario: uno relativo al género (hombre/mujer) y otro referido al espacio (público/privado), así como a los consecuentes desequilibrios de poder y valor que

cada eje genera. Estas dos dicotomías solo son cuestionadas —de manera moderada— en aquellas ocasiones en que son hibridadas desde la misma mirada hegemónica. Teniendo en cuenta estas dicotomías, así como la diversidad de circunstancias en que se desarrollaban las vidas de las entrevistadas, pueden extraerse dos factores multicausales como elementos originadores de la creación o deseo de pertenencia a una peña femenina. Estos serían, por un lado, la búsqueda de un espacio propio y, por otro lado, la búsqueda de compañía para disfrutar del fútbol.

El primero de los motivos se refiere al hecho de poder asistir como espectadoras a un evento que se desarrolla en un espacio público (un estadio de fútbol, un bar o el local de una peña). Encontrar un lugar propio y singular —dentro de un espacio social tradicionalmente marcado como masculino— se convierte a menudo en el motivo más importante para fundar una peña de mujeres, según afirmaron las entrevistadas. Lo que de ese modo se pone en marcha es una iniciativa que adopta un rol activo de cara a la obtención de un espacio que no es privado (ni doméstico-particular), que permite el consumo de este deporte de manera independiente y autónoma, al tiempo que establece una diferencia con respecto a las mujeres que lo hacen en el ámbito privado.

Esto sucede en un espacio social en el que el polo público (rol activo) está asignado a los hombres y el privado (rol pasivo) a las mujeres. Por otro lado, la acumulación y posibilidad de adquirir determinados tipos de poder se sitúa exclusivamente en el espacio público, construido por los hombres y destinado a los hombres. El fútbol, como espacio social que en la sociedad española congrega altas cuotas de poder social, económico y mediático, impone numerosas barreras y obstáculos a aquellas mujeres que quieren tener acceso real y/o simbólico a esas esferas de poder.

A través de estas peñas —reconocieron las entrevistadas—, las mujeres consiguen el acceso a un espacio público vinculado a los hombres, algo que como meras aficionadas no podrían conseguir. De ese modo, rompen la dicotomía público/privado, lo que les confiere la posibilidad de obtener un cierto protagonismo en un espacio en el que inicialmente no estaba prevista su presencia. Se trata de lo que la antropóloga Teresa del Valle ha definido como «las relaciones de protagonismo y centralidad» (Valle, 1991: 92). No son ajenos a ello los testimonios de algunas entrevistadas, en los que se hace alusión al reconocimiento y consideración pública que la creación y la pertenencia a la peña les han proporcionado, en la medida que les ha dado una singularidad y las ha sacado de la invisibilidad propia del consumo individual y privado de fútbol. Así lo reconocía una de las entrevistadas: *«nos aporta una satisfacción ver que está ahí la peña, que sea una de ellas, que nos estamos dando a conocer [...] Entonces esas*

cosas sí que te da satisfacción porque bueno dices lo que hicimos o lo que pensamos, está teniendo su reconocimiento» (E-5).

Una consecuencia del modelo asociativo que caracterizó a los clubes de fútbol españoles hasta la década de los noventa, cuando la mayoría se transformaron en Sociedades Anónimas Deportivas (Palomar, 1999), es que, aún en la actualidad, mantienen cauces de interlocución con las peñas futbolísticas, a las cuales otorgan un trato prioritario en el acceso al estadio y uso de determinados recursos del club. Estas gozan de cierto poder de convocatoria y capacidad de movilización de los aficionados, motivos por los cuales los clubes les conceden una cierta relevancia y mantienen una estrecha vía de comunicación con ellas. En este contexto, las mujeres que forman parte de este tipo de peñas logran pasar de un espacio de consumo (como aficionadas) a un espacio de participación (como peñistas) que comporta una conexión con la dimensión de poder del club. Esto las transforma en sujetos activos y les reporta un cierto protagonismo en la vida social del propio club. A ello se refirieron de manera frecuente las mujeres entrevistadas. Una de ellas recordaba que la primera autoridad municipal se puso en contacto con la peña el día en que el club logró el ascenso a una división superior: *«además, gracias al tema de ser mujeres, fíjate, la alcaldesa nos llamó porque conocía nuestra peña, el mismo día del ascenso nos llamó y nos dijo que nos invitaba a subir al Ayuntamiento, para estar ahí en la ascensión del equipo. O sea que fuimos la única peña que pudimos estar ahí arriba» (E-5).* Otra comentaba que la iniciativa de la peña les había permitido entrar en contacto con el presidente de su club: *«por ejemplo, yo en la vida me hubiera pensado tener acceso, digo acceso entre comillas, al Presidente del club, o sea que no hubiéramos podido hablar con él si hubiéramos sido un aficionado normal y corriente» (E-3).*

Obviamente, ese intento de acceder al espacio público a través del fútbol tiene mucho que ver con el modo en que la sociedad sigue asociando lo importante con *«lo público, el protagonismo y el éxito»* (Díez-Mintegui, 2003: 174) y, por otro lado, tampoco es una estrategia ajena a la que a menudo usan empresarios y hombres de negocios cuando tratan de adquirir visibilidad social a través del fútbol para facilitar la expansión de sus actividades empresariales y aumentar su poder e influencia mediática.

El segundo de los motivos que conduce a la creación o afiliación a una peña de mujeres tiene que ver con la búsqueda de compañía para acudir a los partidos de fútbol. La ausencia de aficionadas al fútbol en el entorno más cercano (familia y amigas), lleva a algunas mujeres a buscar a otras con las que poder conversar sobre fútbol o desplazarse al estadio para presenciar un partido, de modo tal que puedan sentirse cómodas

como aficionadas. Los testimonios a este respecto fueron numerosos entre las mujeres entrevistadas: «*no teníamos amigas, chicas, ni gente con la que poder ir [...] lanzamos la idea, lo pusimos en las redes sociales, enseguida nos llamaron de alguna emisora local, tuvo así repercusión en los medios y nos fueron llamando chicas, bueno a través del Facebook, que se querían unir*» (E-5).

En algunos testimonios se detecta la necesidad de construir un grupo en el que las mujeres no queden relegadas al papel secundario de meras acompañantes de sus parejas y puedan disfrutar del espectáculo, sin que su condición de aficionadas sea cuestionada por motivos de género y socialización. Se detecta también un intento de visibilizar que su interés por el fútbol es compartido con otras muchas mujeres. Algunos de los factores más importantes en este sentido son las aportaciones personales que estas mujeres obtienen por participar en sus peñas, además de los aspectos ya mencionados anteriormente en relación con el reconocimiento público. Según las entrevistadas, su implicación con estas peñas ha supuesto a menudo un importante cambio vital, en la medida que ha contribuido a aumentar su red de relaciones sociales y ha significado tanto la obtención de aprendizajes personales como la adquisición de una posición de mayor seguridad en el espacio público. Así lo señalaba una entrevistada: «*hablamos de nuestras cosas, del fútbol, de los jugadores, contamos chistes, cantamos, no sé cómo decirte, es una reunión de amigas*» (E-2).

En definitiva, la vinculación a estas peñas proporciona a las entrevistadas redes de apoyo y sociabilidad, vínculos de amistad y la construcción de una comunidad propia. Es, además, una salida al espacio público que les resulta de gran ayuda para evitar el aislamiento y la atomización que en ocasiones proporciona la familia nuclear como único referente afectivo. Se generan así estrategias de empoderamiento y desvulnerabilidad que permiten combatir paulatinamente las discriminaciones experimentadas tanto en el fútbol como en la sociedad. Estas peñas son, por tanto, una muestra de la importancia del sentido de *comunidad* para estas mujeres.

3. Discriminaciones, ocultaciones y naturalizaciones

Como cualquier otro ámbito de la vida social, el fútbol constituye un espacio en el que se entremezclan aspectos de carácter individual y colectivo relacionados con la edad, la clase social, el grupo étnico, la diversidad funcional o la sexualidad de las personas que se acercan a los diversos espacios en que este tiene lugar. Aquellas combinaciones de estos rasgos que más se alejen del modelo hegemónico de las sociedades heteropatriarcales —hombre, blanco, heterosexual y de clase media— serán más pro-

clives a generar situaciones de desigualdad y estarán más expuestas a discriminaciones, sobre todo cuando se acompañen de un cuestionamiento de las normas y estructuras que mantienen la vigencia y carácter dominante del modelo. De ese modo, hay contextos en los que se produce una confluencia de factores de exclusión que —en palabras de Berná (2012: 218)— «*se potencian al ser experimentados en determinados cuerpos, espacios y representaciones*». Y en el fútbol, las mujeres constituyen uno de esos enclaves en los que confluyen diversos factores de exclusión. Aúnan una serie de rasgos y aspectos diferenciales que las sitúan lejos de lo que es el modelo hegemónico del fútbol español, en una posición marcada por unas trayectorias de socialización, privilegios y relaciones de poder que las condenan a sufrir discriminación tanto en la condición de espectadoras y aficionadas como en la de practicantes.

Efectivamente, los estudios más recientes señalan que las mujeres siguen ocupando una situación subordinada en el fútbol español, tanto en la condición de aficionadas como en la de practicantes (Llopis-Goig, 2009). Es cierto que los indicadores de consumo revelan un mayor interés y seguimiento entre las mujeres en la actualidad (Llopis-Goig, 2011 y 2015). Sin embargo, este es un argumento débil, pues lo que en realidad se ha producido es un desarrollo de su potencial como consumidoras en un contexto de fuerte mercantilización y ampliación de las audiencias televisivas de los partidos de fútbol. Por si esto fuera poco, hay que tener presente que las distancias con respecto a las tasas masculinas son aún muy elevadas. Por otro lado, la presencia de las mujeres en puestos directivos y técnicos es prácticamente nula, algo que no es exclusivo de la sociedad española, pues también se ha afirmado respecto a otras sociedades del entorno europeo (Pfister y Sisjord, 2013).

Todo ello no pasa desapercibido a la mayor parte de las mujeres integrantes de este tipo de peñas que han sido entrevistadas en esta investigación, que mencionan situaciones y ejemplos de desigualdad, especialmente en todo lo referente a aquellos papeles que no tienen que ver directamente con la condición de aficionadas. Así expresaba su insatisfacción con esta situación una de las entrevistadas: «*el fútbol todavía sigue siendo de hombres, porque es que no hay más que coger las estadísticas, ¿cuántos presidentes hay?, ¿y presidentas?, ¿entrenadoras?, ¿masajistas?, y, ¿en la junta directiva de los clubes? Van entrando con cuentagotas y el juego está abandonado. Yo creo que lo que más ha avanzado es la afluencia de mujeres al estadio*» (E-4). Esta misma entrevistada se quejaba de que solo una mujer había llegado a presidir un club centenario como el Recreativo de Huelva: «*en 124 años que vamos a hacer ahora, el*

Recreativo, solamente hemos tenido una presidenta mujer, que duró unos meses» (E-4).

Sin embargo, a menudo se rechaza la existencia de discriminación, quizá porque no son plenamente conscientes de los mecanismos que la generan. Lo curioso es que a veces se niega el machismo con afirmaciones que al mismo tiempo ponen de manifiesto su presencia. Véanse si no los siguientes comentarios de dos entrevistadas: «*es un deporte masculino, pero no machista. Porque en el estadio se ven mujeres, yo siempre he visto mujeres» (E-2) / «yo todavía echo en falta más presencia femenina en el mundo del fútbol, sobre todo como dirigentes. Y pienso que tarde o temprano va a llegar, pero no veo ningún tipo de diferencia, ni un trato distinto» (E-3).*

Se despliega así una de las características que Foucault atribuyó a las estrategias de poder, cuyo éxito está, precisamente, en proporción directa a lo que logran esconder de sus mecanismos (Foucault, 1987: 105). De acuerdo con esta perspectiva, en el fútbol siguen operando unos mecanismos de poder que emanan de los hombres, que por su propia configuración y sutileza no permiten observar la discriminación y el desequilibrio que establecen en las relaciones entre personas. Como se acaba de comprobar, en los comentarios de las entrevistadas se encontraban incrustadas actitudes y estereotipos machistas. Hay, pues, un proceso de naturalización de las discriminaciones que provoca que no se nombren como tales y, por tanto, que pasen desapercibidas.

No es ese, sin embargo, el único ejemplo de naturalización. También se tiende a presentar el mismo hecho de constitución de la peña como una iniciativa desprovista de significado político, como una mera anécdota o curiosidad ajena a cualquier pretensión reivindicativa. Se tiende, pues, por parte de las mismas mujeres entrevistadas, a naturalizar la pertenencia a la peña para evitar de ese modo que pueda ser vista como un desafío al sistema sexo/género que articula el espacio futbolístico español, en tanto constituye una propuesta de construcción de un espacio exclusivo para mujeres. Todo ello se ponía de manifiesto en diversos comentarios de entre los cuales se puede destacar el siguiente: «*pero la forma de funcionar o lo que podemos hablar o lo que podemos disfrutar entre nosotras sería exactamente igual si fuera una peña mixta. Llamamos más la atención, sí, por la peculiaridad esa, porque el fútbol es un mundo masculino [...] pero no hablamos de nada de lo que no hablaríamos si fuera una peña mixta» (E-2).*

En este tipo de comentarios se evidencia la voluntad de reclamar un espacio propio para las mujeres en un sistema dominado por los varones. No obstante, también se pone de manifiesto la intención de que la inicia-

tiva no sea percibida como una amenaza para ese mismo sistema. Esta tensión impide que la peña de mujeres se plantee como una iniciativa de ruptura y cuestionamiento de la estructura heteropatriarcal, que en gran medida sigue caracterizando al fútbol. Sin embargo, existe un deseo de pertenencia a ese espacio. Así pues, lo que hay es una asunción de las normas y pautas patriarcales y sus tradiciones por parte de las mujeres entrevistadas, algo así como un proceso de «normalización de lo inverso», por medio del cual se pretende tener acceso al consumo y asistencia a partidos de fútbol sin la «tutela masculina».

Conclusiones

Teniendo en cuenta que el ámbito deportivo es un potente generador y constructor de relaciones de género y que la forma en que este aparezca configurado contribuirá a una sociedad más o menos justa (Díez-Mintegui, 2003: 175), la investigación sobre las peñas de mujeres que se ha presentado en este trabajo pretende ser una contribución al estudio de los procesos de cambio y transformación social del sistema sexo/género en la sociedad española, que tiene por objeto visibilizar aquellos aspectos estructurales que pueden pasar desapercibidos o quedar impensados desde las perspectivas de los análisis dominantes en el fútbol español. La decisión de crear o formar parte de una peña de mujeres provoca numerosos cambios tanto en la vida de las mujeres como en su contexto más inmediato, aunque estos no siempre son percibidos o pensados como tales. Las peñas de mujeres se convierten en una vía de acceso al espacio público del fútbol y en un medio para alcanzar una posición de reconocimiento en ese espacio. Se recurre implícitamente a una estrategia de «normalización» de la posición que se pretende alcanzar en el espacio público (de consumo) del fútbol, al tiempo que se buscan y encuentran otras compañías distintas a los maridos, parejas, novios o familiares con los que compartir y disfrutar del fútbol. En ese sentido, las peñas de mujeres suponen un desafío a las reglas que articulan el sistema sexo/género en el espacio del fútbol, en la medida en que constituyen una clara trasgresión de una de sus normas, al menos en lo que se refiere a la reapropiación de un espacio público reservado socialmente a los hombres. Ahora bien, debe matizarse que tal desafío se refiere a su búsqueda de un espacio público, pues sus creencias respecto a los roles tradicionales de género continúan vigentes en sus vidas cotidianas.

En un sentido más amplio y a modo de conclusión, puede decirse que las aportaciones de las peñas de mujeres son variadas y dependen del contexto en que se desarrollan. En cualquier caso, enriquecen siem-

pre dichos contextos introduciendo diversidad y contribuyen a erosionar el androcentrismo futbolístico dominante. Distinto sería si estos procesos estuvieran acompañados de un cuestionamiento de las estructuras y normas de género. Ello permitiría la creación de referentes, evitaría que las mujeres se quedaran fuera de juego y facilitaría la construcción de espacios deportivos menos articulados en torno a ejes de dominación como los que todavía prevalecen en el espacio futbolístico español.

Referencias bibliográficas

- Adriaanse, J.A. (2013). The Role of Men in Advancing Gender Equality in Sport Governance. En *Gender and Sport: Changes and Challenges*. G. Pfister y M.K. Sisjord, Eds. Münster: Waxman.
- Badinter, E. (1993). *XY La Identidad Masculina*. Madrid: Alianza Editorial.
- Berná, D. (2012). Cartografías desde los márgenes: Gitanos gays en el estado español. En *Intersecciones: cuerpos y sexualidades en la encrucijada*. R.(L.) Platero, Ed. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Butler, J. (2007). *Género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Campo, A. (2003). Cuestión de Pelotas. Hacerse Hombre, Hacerse el Hombre en el Fútbol. En *Hombres. La Construcción Cultural de las Masculinidades*. J.M. Valcuende y J. Blanco, Eds. Madrid: Talasa.
- Campo, A. y Sánchez, A.M.J. (2013). Ya no somos tan niños. Una etnografía de la construcción de la masculinidad en el fútbol base. En *XXI Congreso Español de Sociología*. Madrid: Federación Española de Sociología.
- Carrigan, T.; Connell, R.W. y Lee, J. (1985). Towards a new Sociology of Masculinity. *Theory and Society*, 14(5): 551-604.
- Cere, R. (2003). Witches of our age: women ultras, Italian football and the media. *Sport, Media, Culture: Global and Local Dimensions*. A. Bernstein y N. Blain, Eds. London: Frank Cass.
- Connell, R.W. (1987). *Gender and Power*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R.W. (1997). La Organización Social de la Masculinidad. En *Masculinidades: Poder y Crisis*. T. Valdés y J. Olavarría, Eds. Santiago: Isis y Flacso-Chile.
- Crawford, G. (2004). *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*. London: Routledge.
- Díez-Mintegui, C. (2003). Deporte, socialización y género. En *Culturas en juego: Ensayos de antropología del deporte en España*. F.X. Medina y R. Sánchez, Eds. Barcelona: Icària.
- Dunning, E. (1994). Sport as a male preserve: notes on the social sources of masculine identity and its transformations. En *Women, Sport and Culture*. S. Birrell y C. Cole, Eds. Leeds: Human Kinetics.
- Foucault, M. (1987). *Historia de la sexualidad: La voluntad del saber*. Madrid: Siglo XXI.

- García-Bonafé, M. (2001). El siglo XX. La revolución deportiva de las mujeres. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 64: 63-68.
- García-Ferrando, M. y Llopis-Goig, R. (2011a). El deporte en España. Un enfoque sociológico. En *Informe España 2011. Una interpretación de su realidad social*. Madrid: Fundación Encuentro.
- García-Ferrando, M. y Llopis-Goig, R. (2011b). *Ideal democrático y bienestar personal. Los hábitos deportivos en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- García-Ferrando, M. y Llopis-Goig, R. (2017). *La popularización del deporte en España. Encuestas de hábitos deportivos 1980-2015*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- González-Abrisketa, O. (2013). Cuerpos desplazados. Género, deporte y protagonismo cultural en la plaza vasca. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 8(1): 83-110.
- Gosling, V. (2007). Girls allowed? The marginalization of female sport fans. En *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. J. Gray, Ed. New York: New York University Press.
- Hovden, J. (2013). Women as Agents of Change in Male Dominated Sports Cultures. En *Gender and Sport. Changes and Challenges*. G. Pfister y M.K. Sisjord, Eds. Münster: Waxman.
- Liston, K. (2006). Women's Soccer in the Republic of Ireland: Some Preliminary Sociological Comments. *Soccer & Society*, 7(2-3): 364-384.
- Llopis-Goig, R. (2007). Female football supporters' communities in Spain: A focus on women's peñas. En *Women, Football and Europe: Histories, Equity and Experiences*. J. Magee, J. Candwell, K. Liston y S. Scraton, Eds. Oxford: Meyer and Meyer Sport.
- Llopis-Goig, R. (2008). Learning and representation: The construction of masculinity in football. An analysis of the situation in Spain. *Sport in Society*, 11(6): 685-695.
- Llopis-Goig, R. (2009). ¿Fuera de juego? Las peñas de mujeres en el fútbol español. *Sistema: Revista de Ciencias Sociales*, 210: 113-126.
- Llopis-Goig, R. (2010). Masculinidades inductoras: La construcción de la masculinidad en el fútbol español. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 217: 61-76.
- Llopis-Goig, R. (2011). Práctica, consumo e identificación: La primacía del fútbol en las pautas de ocio de la sociedad española. *Panorama Social*, 14: 136-148.
- Llopis-Goig, R. (2014). Propiedad y gestión de los clubes de fútbol: La perspectiva de los aficionados. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 10(35): 16-33.
- Llopis-Goig, R. (2015). *Spanish Football and Social Change. Sociological Investigations*. Basingstoke: Palgrave-MacMillan.
- Lorber, J. (2005). *Breaking the Bowls: Degendering and Feminist Change*. New York: W.W. Norton & Company.
- Martín, M.; Soler, S. y Vilanova, A. (2017): Género y deporte. En *Sociología del Deporte* (4ª edición). M. García-Ferrando, N. Puig, F. Lagardera, R. Llopis-Goig y A. Vilanova, Comps. Madrid: Alianza Editorial.
- MECD (2015). *Encuesta de Hábitos Deportivos en España*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Messner, M.A. (1992). *Power at Play: Sports and the Problem of Masculinity*. Boston: Beacon Books.

- Messner, M.A. y Sabo, D.F. (1990). *Sport, Men and the Gender Order*. Illinois: Human Kinetics Books.
- Morgan, D. (1991). *Discovering Men: Sociology and Masculinities*. London: Routledge.
- Mosquera, M.J. y Puig, N. (2009). Género y edad en el deporte. En *Sociología del deporte* (3ª edición). M. García-Ferrando, N. Puig y F. Lagardera, Comps. Madrid: Alianza Editorial.
- Palomar, A. (1999). Las Sociedades Anónimas Deportivas diez años después. *Revista Española de Derecho Deportivo*, 11: 5-29.
- Pfister, G. (2010). Women in sport: gender relations and future perspectives. *Sport in Society*, 13(2): 234-248.
- Pfister, G. y Sisjord, M.K. (2013). *Gender and Sport: Changes and Challenges*. Münster: Waxman.
- Pfister, G.; Lennis, V. y Mintert, S. (2013). Female fans of men's football – a case study in Denmark. *Soccer and Society*, 14(6): 850-871.
- Platero, R.(L.) (2012). *Intersecciones: cuerpos y sexualidades en la encrucijada*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Pope, S. (2010). *Female Fandom in an English 'Sports City': A sociological study of female spectating and consumption around sports*. Tesis no publicada. Leicester: University of Leicester.
- Pope, S. (2014). There are some daft people out there! Exploring sport and media fandoms. *Sport in Society*, 17(2): 254-269.
- Puig, N. (2001). La situación de la mujer en el deporte al iniciarse el siglo XXI. En *Deporte y Cambio Social en el Umbral del Siglo XXI*. M. Latiesa, Ed. Madrid: Esteban Sanz.
- Puig, N. (1986). El deporte y los estereotipos femeninos. *Revista de Occidente*, 62/63: 71-84.
- Puig, N. (2000). Proceso de individualización, género y deporte. *Apunts, Educación Física y Deportes*, 59: 99-102.
- Rubin, G. (1989). Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad. En *Placer y Peligro: Explorando la sexualidad femenina*. C.S. Vance, Comp. Madrid: Revolución.
- Sage, G.H. (1990). *Power and Ideology in American Sports*. Illinois: Human Kinetics Books.
- Speer, S. (2001). Reconsidering the concept of Hegemonic Masculinity: Discursive Psychology, CA and Participants' orientations. *Feminism and Psychology*, 11(1): 107-135.
- Sülzle, A. (2011). *Fußball, Frauen, Männlichkeiten: Eine ethnographische Studie im Fanblock*. Frankfurt/Main: Campus.
- Valle, T. del (1991). *Género y sexualidad*. Madrid: Fundación Universidad/ Empresa.
- Verdú, V. (1980). *El fútbol. Mitos, ritos y símbolos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Watson, J. (2000). *Male Bodies: Health, Culture and Identity*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Wetherell, M. y Edley, N. (1999). Negotiating Hegemonic Masculinity: Imaginary Positions and Psycho-Discursive Practices. *Feminism and Psychology*. London: Sage.
- Whelehan, I. (1994). *Over Loaded: Popular Culture and the Future of Feminism*. London: The Women's Press.

- White, R. (2002). Social and Political Aspects of Men's Health. *Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine*, 6(3): 267-285.
- Woodhouse, D. y Williams, J. (1999). *Offside? The Position of Women in Football*. South Street: Reading.

