

Women at the football matches. Czech Republic case study

Mujeres en los partidos de fútbol. Estudio de caso en la República Checa

Petr Scholz^{1*}, Tomáš Vespalec^{2*}

¹ College of Polytechnics Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava, Czech Republic; petr.scholz@vspj.cz

² Faculty of Sports Studies, Masaryk University, Kamenice 5, 625 00 Brno, Czech Republic; vespalec@fspd.muni.cz

* Correspondence: Petr Scholz, petr.scholz@vspj.cz; Tomáš Vespalec, vespalec@fspd.muni.cz

ABSTRACT

The goal of this paper is to analyze the relationship between women visitors' verbal and other expression and their violent behavior at selected football stadiums in Czech Republic. Primary data were collected by a questionnaire survey mainly at the Eden stadium in 2015/16 and 2016/17 seasons. A total of 120 respondents (aged 25.01 ± 10.20 years old) participated in this research, and all of the respondents were attending the matches in a stand of home team supporters. We found that expressions of demolishing the stadium and other riots are considered the most serious expression of violent behavior (supporters 100%, fans 84%, and spectators 64%). On the other hand, we observed that booing was considered the least serious problem (supporters 100%, spectators 64%, and fans 57%). In our opinion, the results are appropriate, but we expected higher values regarding racism display and comments like demolishing the stadium and other riots.

KEYWORDS

Female football fans; Negative phenomena; Questionnaire survey; Violence.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar la relación entre las expresiones verbales y otro tipo de expresiones y el comportamiento violento de las mujeres visitantes en determinados estadios de fútbol en República Checa. Los datos primarios se recopilaron mediante una encuesta por cuestionario principalmente en el estadio Eden Arena en las temporadas 2015/16 y 2016/17. Un total de 120 encuestados (de 25.01 ± 10.20 años de edad) participaron en esta investigación, y todos los encuestados

asistían a los partidos en una tribuna de aficionados del equipo local. Descubrimos que las expresiones que hacían referencia a demoler el estadio y otros disturbios eran consideradas las expresiones más serias de comportamiento violento (hinchas 100%, aficionadas 84% y espectadoras 64%). Por otro lado, observamos que abuchear fue considerado el problema menos grave (hinchas 100%, espectadoras 64% y aficionadas 57%). En nuestra opinión, los resultados son apropiados, pero esperábamos valores más altos en cuanto al racismo y comentarios como demoler el estadio y otros disturbios.

PALABRAS CLAVE

Aficionadas al fútbol femenino; Fenómenos negativos; Encuesta; Violencia.

1. INTRODUCCIÓN

El fútbol es el juego de pelota más popular del mundo en número de participantes y espectadores. ¿Qué hace que el fútbol sea tan popular? Tenemos que mencionar que hoy en día es más que un deporte (Stroeken, 2002). Se ha convertido en un entretenimiento público, en la transmisión de televisión obtiene cada vez más espacio y tiempo, principalmente cuando dos naciones compiten entre sí. En 2018, una audiencia récord de más de 3 500 millones de espectadores, más de la mitad de la población mundial de cuatro años y más, vio la Copa del Mundo en Rusia (fifa.com). El fútbol simplemente une, el fútbol divide y el fútbol provoca: la cultura de los aficionados es un concepto de batalla, discusión y también pasión. Cada aficionado de un club entiende algo más. Todos pueden interpretar lo que quieren. La cultura de los aficionados tiene muchas facetas. Es ruidosa, creativa y, a veces, extraña. Los rituales son una parte natural de esto: el viaje al partido, los cantos en el estadio, coreografías, pirotecnia, tambores, banderas y una determinada actitud (Niederpruem, 2018). Por otro lado, este hermoso juego tiene un lado oscuro: corrupción, homofobia, violencia y racismo (Armstrong, 1998; Bensimon & Bodner, 2011; Cashmore & Cleland, 2014; Crawford, 2004; Dart, 2008; Dunning, 2012; Dunning et al., 1986; Hills, 2002; Jenkins & Ellis, 2011; King, 1999; Slepíčka, 1990; Slepíčka et al., 2010; Spaaij, 2007, 2008; Taylor, 1992; Uribe Aramburo & Castaño Pérez, 2014; Williams, 2013). Frosdick & Marsh (2005) afirman que el comportamiento del hincha de fútbol ha sido durante muchos años una de las principales causas de preocupación en toda Europa, especialmente en Alemania, Países Bajos, Italia y Bélgica, así como en el Reino Unido. También se han visto alteraciones remarcables en partidos de fútbol en República Checa, Grecia, Dinamarca, Austria y otros países de Europa del Este.

En los estadios de fútbol, es posible conocer principalmente hombres, pero también mujeres (especialmente mayores), que solo participan en el partido para acompañar a sus parejas. Además de dividir la audiencia por género, hay cuatro tipos de visitantes en el auditorio (espectadores, aficionados, hinchas y radicales). Cada grupo es característico y tiene sus detalles. Para una mejor comprensión de los fenómenos negativos, es deseable saber qué personas concurren en los estadios de fútbol y cómo se comportan.

a) *Espectadores inactivos (objetivos)*. En este grupo hay cuatro subgrupos: (1) visitantes irregulares de los partidos de fútbol, con frecuencia este es un tipo particular de moda y esnobismo, (2) aficionados de los otros clubes, no necesariamente del equipo contrario que está jugando (3) observadores, entrenadores u otros jugadores de fútbol de otros clubes, y (4), mujeres (especialmente mayores) que asisten al partido como acompañantes de sus parejas o niños que acompañan a sus padres. Mareš et al. (2004) afirma que los espectadores son observadores pasivos del juego. No se ven afectados por la rivalidad de los dos equipos y, por lo tanto, el juego parece completamente neutral. No solo están interesados en los partidos de fútbol, sino que visitan otros juegos deportivos y otros deportes. A menudo no se identifican con un club en particular y no usan sus símbolos, como bufandas, gorras, etc.

b) *Clásico aficionado al fútbol ("normal")*. Estas personas asisten a los partidos de fútbol y regularmente tienen una relación con su club, a menudo debido a que el estadio está ubicado relativamente cerca del lugar de su residencia. Un aficionado tiene ciertas expectativas para el desarrollo del partido, se identifica con el equipo y, por lo tanto, toma su éxito o ausencia de una manera más personal (Greenwood et al., 2006; Slepíčka, 1990). Los aficionados que son socios del club generalmente invierten la mayor parte de su tiempo libre, energía y dinero en su club de fútbol favorito (Wann & Branscombe, 1993; Yusoff, 2016). El fútbol suele ser el único deporte favorito para los aficionados del fútbol. A menudo, se convierten en "fanáticos" que rara vez faltan a un partido en casa (Thorne & Bruner, 2006). Un alto nivel de identificación con el club está relacionado con los aspectos mencionados anteriormente, también con una mayor asistencia (Fisher & Wakefield, 1998). Como dice Brandes et al. (2013), en Inglaterra, cada aficionado compra un abono de temporada, ya que las entradas para partidos individuales no están disponibles.

c) *Hinchas (ultras)*. Estas personas crean un grupo de aficionados altamente homogéneo que se esfuerzan por el desarrollo más espectacular del partido mientras evitan el conflicto directo, la violencia y el vandalismo. Son portadores de coreografías en el juego, a menudo usan fuegos artificiales, pancartas y cantan para animar (Sekot, 2013). Disfrutan mucho de cada partido y están interesados en

la vida del club. Durante el partido, podemos encontrarlos en los espacios detrás de las porterías (extremos), que están diseñados principalmente para estar de pie. Casi todos los hinchas están vestidos con una camiseta del club, una camiseta o poseen al menos una bufanda de su equipo favorito (Scholz, 2016). El ambiente es un componente esencial y se debe experimentar el día del partido. Algunos hinchas dicen que no están tan decepcionados con una pérdida potencial, pero la atmósfera tiene que ser única (Edensor, 2014).

d) Hooligans (radicales). Llegan a los estadios de fútbol y sus alrededores con el objetivo principal de provocar conflictos o pelear con los otros grupos similares del equipo contrario. Estos grupos (bandas) tienen sus propios nombres, que se definen en contra de grupos no organizados y de otros grupos. Algunas de estas bandas están muy bien organizadas y no solo les une la rivalidad del club y el odio hacia los grupos enemigos, sino también motivos políticos, raciales, religiosos, nacionales, regionales o sociales. Los hooligans, a diferencia de los aficionados, a menudo no se identifican con un club de fútbol, sino solo con su grupo (Mareš et al., 2004). Los enfrentamientos entre chicas radicales, principalmente en Rusia, tampoco son una excepción (Scholz, 2018).

En la actualidad, sin embargo, podemos decir que el número de hinchas femeninos en los estadios de fútbol está aumentando constantemente (McDowell, 2016), y las mujeres apoyan a su equipo en los partidos fuera de casa y están orgullosas de ello (Ben-Porat, 2009). Algunos clubes ofrecen a las mujeres mejores precios para las entradas de los partidos, mientras que las mujeres no pagan el transporte para los partidos fuera de casa (Yusoff, 2017). Si una mujer conoce y entiende el fútbol, es más respetada entre los hombres y puede contribuir a una conversación inteligente. Por otro lado, al mismo tiempo, una aficionada femenina puede sentirse incómoda, ya que algunos hinchas les dejan ver que, como aficionada del fútbol, nunca podrá entender este deporte, por ser mujer (Berg et al., 2014; Sveinson & Hoerber, 2016). En 2019, Irán permitió que las mujeres asistieran a un partido clasificatorio para la Copa Mundial en Teherán. Es la primera vez que a las mujeres se les permite participar en un partido en el país desde 1981. Tenemos que declarar que, aunque se les permitirá asistir a partidos internacionales, no podrán asistir a ningún otro partido de fútbol, como los de la liga nacional iraní o la Liga de Campeones de Asia. La decisión también siguió a la muerte de una joven iraní que se prendió fuego después de ser sentenciada a prisión por intentar ingresar a un estadio con una barba falsa (Weber, 2019).

En lo que respecta a las aficionadas europeas, están vestidas con camisetas, eventualmente con bufandas y, en casos excepcionales, usan los colores de su equipo favorito en sus caras. Algunas

mujeres usan ropa ajustada en los partidos de fútbol y luego deben confrontar ciertos comentarios sexistas (Sveinson & Hoerber, 2015). Afirmamos que estas mujeres se visten principalmente en eventos importantes, como la Copa Mundial de Fútbol, los Juegos Olímpicos o el Campeonato de Europa. Por otro lado, no hay excepción para conocer a varias mujeres con ropa ajustada o ropa interior durante un partido de fútbol a nivel regional. McGee (2017) realizó una investigación entre 2 729 mujeres en los estadios de fútbol en 2014-2015. La mitad de las encuestadas respondieron haber experimentado alguna forma de sexismo como resultado de asistir a partidos de fútbol; posteriormente, el 9% de las encuestadas aconsejó recibir atención física no deseada en algún momento. Para muchas mujeres, su amor por el juego tiene un precio, pero solo el 2% notificó que el sexismo de esa jornada les impediría asistir a más juegos en el futuro.

Scholz (2018) señala que el 17% de las mujeres asisten a partidos de fútbol en Chequia y el 19% en Inglaterra (Pope, 2012). Las aficionadas se dividen en dos grupos, a saber: (1) apasionadas y entusiastas y (2) aficionadas “guays”. El primer grupo incluye aficionadas que visitan todos los partidos del equipo, participan en los cánticos del estadio, están interesadas en la información del club en Internet, etc. El segundo grupo de aficionadas no pasa tanto tiempo viendo el partido o pensando en el fútbol durante la semana, y no se ven afectadas por el resultado del partido. En cambio, disfrutan del juego frente a la pantalla del televisor o en Internet. Pope (2016) también señala que las mujeres a menudo no son tenidas en cuenta en la investigación académica al respecto. Si hay datos disponibles, no se exploran completamente, como es el caso de la población masculina.

2. MÉTODOS

Nuestra investigación empírica se centró en las visitantes femeninas del Slavia Praga (un club de fútbol checo). Dentro de la encuesta, obtuvimos y analizamos datos sobre las actitudes de las visitantes femeninas hacia el mal comportamiento en los partidos de fútbol. Los datos primarios se recopilaron mediante una encuesta por cuestionario principalmente en el estadio Eden en las temporadas 2015/2016 y 2016/2017. Se utilizó el método PAPI (Paper and Pencil Interviewing), que significa que los datos obtenidos son a partir de una entrevista rellenando un formulario de papel con un lápiz (Baker, 1992). El cuestionario constaba de veintinueve preguntas; algunas de ellas en formato escala, donde los encuestados calificaron en una escala Likert (1-5) las expresiones verbales y otras expresiones individuales y también los discursos de comportamiento violento. La actividad menos grave se calificó con 1; la actividad más grave recibió la calificación más alta, es decir, 5. Los encuestados (n = 120, de

25.01 ± 10.20 años de edad) participaron en esta investigación, y todos los encuestados asistían a los partidos en un stand de hinchas del equipo local. La selección de los encuestados se basó en factores cuidadosamente predefinidos, por ejemplo, asientos 1, 3, 5, 7 en la primera fila; asientos 2, 4, 6, 8 en la segunda fila, etc. de todas las filas. Los encuestados fueron informados sobre la investigación y el anonimato del cuestionario. Una vez que respondieron los cuestionarios, cada uno de ellos recibió una pequeña insignia del club Slavia. También tuvieron la oportunidad de contactar con el entrevistador mediante el correo electrónico que figuraba en el cuestionario, para recibir información sobre los resultados de la investigación. Para la evaluación de los resultados, se utilizó el programa Statistica 13.

Además, utilizamos el método de análisis de correspondencias (Correspondence analysis: CA), un método de generalización, matemático y estadístico. Usando las herramientas gráficas del CA, es posible describir una asociación de variables nominales u ordinales y obtener una representación gráfica de una relación en un espacio multidimensional, siendo más fácil de entender para los lectores. El análisis proporciona evidencia adicional de que existen dependencias entre variables. El análisis de correspondencias es una técnica de reducción de dimensiones, una técnica para visualizar una nube de puntos multidimensional en dos dimensiones. Consiste, como las demás técnicas de reducción de dimensiones, en un procedimiento de traslado de una nube de puntos definida en un espacio de muchas dimensiones a un espacio de dos dimensiones donde poder visualizar la posición relativa de unos puntos. Este traslado se hará respetando al máximo las posiciones relativas de los puntos en la nube de puntos original. Se trata, pues, en definitiva, como sucede con las demás técnicas de reducción de dimensiones (análisis de componentes principales, análisis factorial o análisis discriminante) de una técnica que trata de hacer una fotografía, en dos dimensiones, de una realidad multidimensional. El análisis de correspondencias es, en realidad, un análisis equivalente al análisis de componentes principales y al análisis factorial pero con variables cualitativas (Pérez, 2016).

La distancia entre la fila i -ésima y la i' -ésima viene dada por la fórmula

$$D(i, i') = \sqrt{\sum_{j=1}^c \frac{(r_{ij} - r_{i'j})^2}{c_j}} \quad (1)$$

donde r_{ij} son los elementos de los perfiles de fila matriz R y los pesos c_j corresponden a los elementos del vector de cargas de columna c^T , que es igual al perfil de columna medio (centroide) de los perfiles de columna en el espacio multidimensional. La distancia entre las columnas j y j' se define de manera similar, los pesos corresponden a los elementos del vector de carga de filas r y suman sobre todas las

filas. En el análisis de correspondencia observamos la relación entre categorías individuales de dos variables categóricas. El resultado de este análisis es el mapa de correspondencia que presenta los ejes del sistema de coordenadas reducido, donde se muestran categorías individuales de ambas variables en forma gráfica. El objetivo de este análisis es reducir el espacio multidimensional de los perfiles de fila y columna y guardar la mayor cantidad posible de información de datos originales. Cada fila y columna de la tabla de correspondencia se puede mostrar en un espacio c -dimensional (r -dimensional respectivamente) con coordenadas iguales a los valores de los perfiles correspondientes. Las coordenadas de fila y columna en cada eje se escalan para tener inercias iguales a la inercia principal a lo largo de ese eje: estas son las coordenadas principales de fila y columna (Hebák et al., 2007).

Para el modelo de análisis de correspondencia, se define el grado de dispersión de puntos, es decir, categorías de fila y columna, la llamada inercia total. El término inercia proviene de la mecánica, donde se define como la suma del producto de la masa y las distancias al cuadrado del centroide de todas las partículas del objeto. Geométricamente, la inercia expresa el grado de dispersión de puntos en el espacio multidimensional y puede entenderse como una analogía con la dispersión conocida a partir del modelado estadístico. En el análisis de correspondencia, la inercia total (I) es igual al chi-cuadrado promedio ponderado (con pesos) de la distancia de los perfiles de fila desde su promedio / media (vector \mathbf{c})

$$I = \sum_{i=1}^r p_{i+} (\mathbf{r}_i - \mathbf{c})^T \mathbf{D}_c^{-1} (\mathbf{r}_i - \mathbf{c}) \quad (2)$$

lo mismo que el promedio ponderado (con pesos) chi-cuadrado de la distancia de los perfiles de columna desde su promedio (vector \mathbf{r})

$$I = \sum_{j=1}^c p_{+j} (\mathbf{c}_j - \mathbf{r})^T \mathbf{D}_r^{-1} (\mathbf{c}_j - \mathbf{r}) \quad (3)$$

Una parte significativa de la inercia total de la tabla original generalmente se explica por los primeros ejes. Es por eso que generalmente es suficiente para que resultado del análisis de correspondencia se represente en el espacio de los primeros dos o tres ejes ordinales. La inercia total es igual a la suma de todos los valores propios de la matriz. Por lo tanto, es posible especificar cuántos ejes ordinales es razonable interpretar. Esto se puede decidir de dos maneras.

- (1) Establecemos el valor umbral (por ejemplo, 80%) y determinamos cuántos ejes tienen la inercia acumulativa más alta que el valor umbral establecido.
- (2) Interpretamos los ejes ordinales cuyo valor propio es superior al promedio, es decir, superior al promedio de todos los valores propios.

Las contribuciones de los puntos de fila a la inercia en la dimensión correspondiente están definidas por el cociente

$$\frac{r_i f_{ik}^2}{\lambda_{(k)}} \quad (4)$$

donde f_{ik} corresponde con los elementos de la matriz F (el puntaje de la categoría de la fila i -th en la dimensión k -th), elementos del vector de carga de fila y es la inercia $\lambda_{(k)}$ expresada por la dimensión k -th (un valor propio de la matriz). Una contribución de los puntos de fila a la inercia expresa el grado relativo del efecto de la categoría dada en la orientación final de los ejes principales.

De manera similar, las contribuciones de los puntos de columna a la inercia se expresan en la dimensión correspondiente.

$$\frac{c_j g_{jk}^2}{\lambda_{(k)}} \quad (5)$$

Para cada categoría de fila, podemos calcular la inercia total de la fila, definida como

$$\sum_k r_j f_{jk}^2 \quad (6)$$

Del mismo modo, para las categorías de columna, la inercia total de la columna se define como

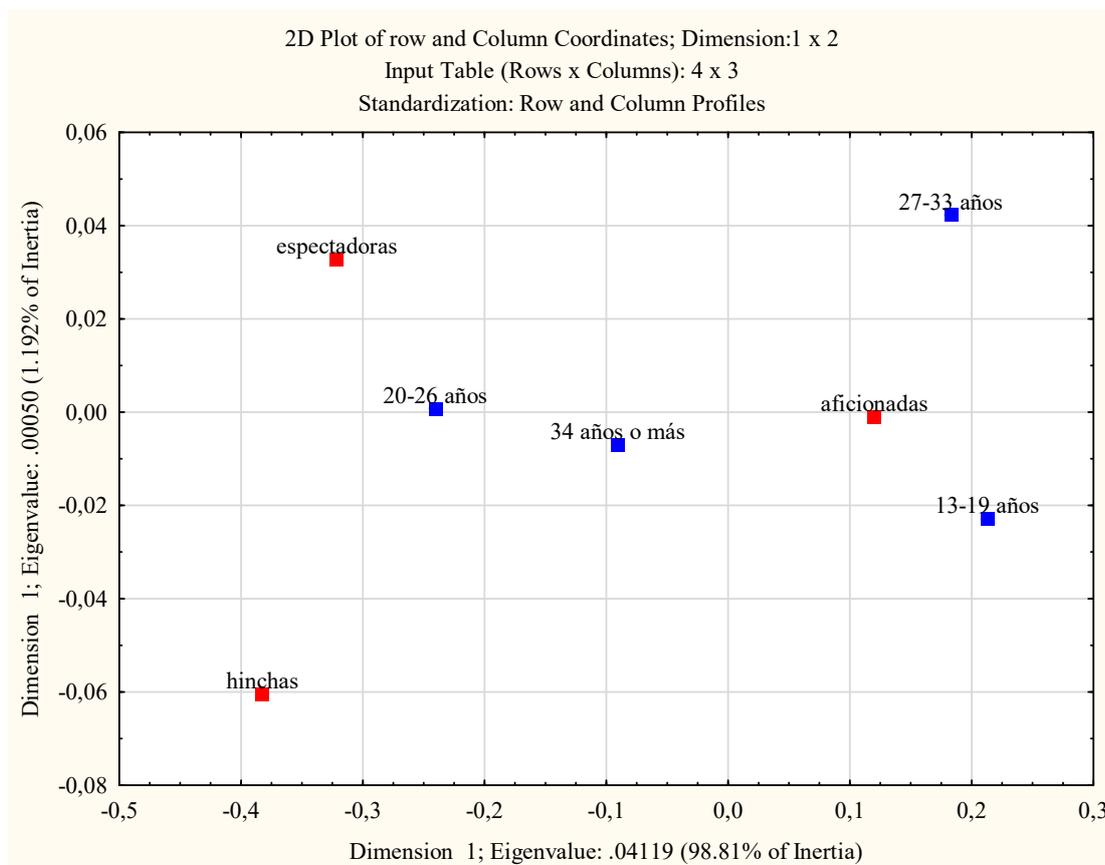
$$\sum_k c_j g_{jk}^2 \quad (7)$$

Los valores de inercia para columnas y filas individuales nos dan una indicación de la importancia de las diversas categorías en la ordenación resultante.

3. RESULTADOS

En lo que respecta a grupos individuales de visitantes de fútbol, podemos decir que la estructura de edad era diferente. Es evidente por el CA que las espectadoras en la grada detrás de la portería del Slavia, con mayor frecuencia tenían entre 20 y 26 años, las aficionadas tenían entre 13 y 19 años, y las hinchas con mayor frecuencia tenían 34 años o más. En nuestra investigación, no había ninguna chica hooligan (Figura 1).

Figura 1: Composición por edad de los grupos de visitantes



Fuente: elaboración propia.

Casi 1/3 de las espectadoras (27%) consideraron que el uso de pirotecnia es el problema menos grave. Seamos realistas: la pirotecnia también es impresionante en los estadios de fútbol. Las bengalas rojas crean una atmósfera que se asemeja a una ebullición infernal, el estadio se convierte en una arena brillante y las espectadoras se tragan este espectáculo de luces. Las aficionadas tenían la misma opinión sobre el encendido de pirotecnia (29%). Por el contrario, más de 1/3 de las espectadoras y aficionadas (ambos 36%) declararon que usar pirotecnia es la actividad más seria. Estaban preocupados por su salud. Entendemos su miedo. No es importante si el explosivo explota en un espacio despoblado o

cerca de una persona. Cualquier situación de este tipo es peligrosa y puede poner en peligro la seguridad de todos los visitantes decentes. Por el contrario, sabemos que está prohibido disparar pirotecnia, pero si la pirotecnia se usa con prudencia, contribuye con sus efectos, al partido. Las hinchas pensaron que disparar pirotecnia no es un problema (la expresión menos seria - 60%, la expresión menos seria - 40%).

En cuanto a la vulgaridad en la zona de grada detrás de la portería del Slavia y el uso de expresiones vulgares, alcanzamos aproximadamente los mismos valores. Los vulgarismos surgen del error arbitral, retrasan el juego y celebran los goles de los rivales frente a Tribuna Sever. Casi 1/10 de las espectadoras (9%) consideraron el uso de vulgarismos como el problema menos serio, y el siguiente 36% de las espectadoras expresaron con menos gravedad. Casi la mitad de las aficionadas (43%) y la mayoría de las hinchas (60%) lo señalaron como el problema menos grave.

Las espectadoras consideraron la agresión física contra las aficionadas rivales (82%) y la policía (91%) como la expresión más seria en el estadio. Las aficionadas compartieron una opinión similar sobre la agresión física contra las aficionadas rivales y la policía (77%; 73%). Tenemos que decir que también hay casos en los que la policía o el servicio organizador causaron peleas. Por otro lado, sólo 1/5 de las hinchas marcaron la agresión física contra los fanáticos rivales (20%) y la policía (20%) como la expresión más seria de comportamiento violento.

El 36% de los visitantes mencionó la pelea organizada de hooligans fuera del estadio como la actividad más seria. Honestamente, esperábamos un valor mucho más alto. Afirmamos que más de la mitad de las espectadoras (55%) describieron esta actividad como una expresión bastante seria. Los fanáticos tuvieron un problema con la pelea organizada de hooligan fuera del estadio en 50% de los casos. Por otro lado, solo 1/5 de las aficionadas (20%) declararon que era la expresión más seria en el estadio. Por el contrario, casi la mitad de las aficionadas (40%) respetaban la lucha organizada fuera del estadio como parte de la cultura hooligan. No les importó si la pelea acordada tuvo lugar fuera del estadio. Pero estaban felices de que la pelea no continuara en el estadio.

Más de 1/3 de las espectadoras (36%) fueron persuadidos de que arrojar objetos al campo es la actividad más seria. También, las espectadoras, (45%) calificaron esta actividad como una expresión bastante seria (marca 4). Solo la mitad de las hinchas (50%) que fueron evaluados valoraron que lanzar un objeto al campo es la actividad más seria, por parte de las aficionadas notamos 60% con esta actividad.

Además, casi 2/3 de las espectadoras (64%) declararon que la destrucción del estadio y otros disturbios pertenecen a los problemas más serios. El número es considerablemente bajo. Por otro lado, sabemos que los encuestados eran mujeres, pero esperábamos un mayor valor para esta actividad. Las hinchas (84%) y las aficionadas (100%) calificaron esta actividad de manera más crítica.

Casi 3/4 de las espectadoras (73%) declararon que la exhibición de racismo en el estadio de fútbol es la actividad más seria y no tiene espacio en la sociedad actual. Desafortunadamente, el racismo no es solo un elemento floreciente en el fútbol. Sus oponentes lo tienen difícil, incluso poco realista. Es imposible erradicarlo o prevenirlo significativamente. Hoy en día, es un hecho sorprendente que haya personas que no condenan el racismo en el Eden estadio. Por el contrario, parece que los encuestados estuvieron de acuerdo con los insultos racistas. La opinión más común es: “El fútbol no es un teatro”. Definitivamente no. Sin embargo, incidentes recientes confirman que también deja de ser un entretenimiento popular. Casi 2/3 de las hinchas (61%) consideraron éste, el problema más serio.

Las aficionadas compartieron la misma opinión (80%). En el estadio de Wembley (Reino Unido), condena seriamente el comportamiento antisocial y espera que todos los visitantes traten con respeto al personal y al resto de visitantes. En las entradas hay un mensaje de texto: “si está experimentando un comportamiento antisocial cerca de usted, envíe un mensaje de texto a través de su teléfono móvil”. Hay varios tipos de palabras clave, como (racismo, bebida, humo, discapacitados, falta ...). Dentro del mensaje, requieren que la persona identifique su ubicación y la ubicación del comportamiento: bloque, fila y asiento. Estamos de acuerdo en que el respeto es responsabilidad colectiva de todos los involucrados en el fútbol para crear un ambiente justo, seguro y agradable en el que el juego pueda llevarse a cabo.

El abucheo se acordó por unanimidad como la actividad menos seria (espectadoras 64%, hinchas 57%, aficionadas 100%). Declaramos que abuchear está relacionado con los árbitros si juzgan mal las situaciones.

Positivamente, una invasión de campo es percibida como un enfoque equivocado, por un lado, o como una provocación, por el otro. Casi la mitad de las espectadoras (45%) consideraron la incursión en el campo como una expresión bastante seria, y el siguiente 18% de las espectadoras que era la actividad más seria. Sobre 1/3 de las hinchas (34%) consideraron esta actividad como la expresión más seria, y casi 1/3 de estas (27%) tenían una opinión neutral. Más de 3/4 de las aficionadas (80%) notaron que esta actividad es la expresión más seria (Tabla 1).

Pensamos que algunas actividades mencionadas tendrían una tendencia decreciente, como en la investigación de Scholz (2018), donde las espectadoras alcanzaron valores más altos y viceversa.

Tabla 1. Percepciones de los encuestados sobre las actividades mencionadas (%)

Encender pirotecnia	1	2	3	4	5
Espectadoras	27	9	27	0	36
Aficionadas	30	11	18	5	36
Hinchas	60	40	0	0	0
Cánticos vulgares en el estadio	1	2	3	4	5
Espectadoras	9	36	27	0	27
Aficionadas	43	23	11	9	14
Hinchas	60	20	20	0	0
Expresiones vulgares de individuos	1	2	3	4	5
Espectadoras	27	36	18	18	0
Aficionadas	32	25	23	5	16
Hinchas	60	0	20	0	20
Agresión física contra los seguidores rivales en el estadio	1	2	3	4	5
Espectadoras	0	0	0	18	82
Aficionadas	2	5	5	11	77
Hinchas	0	20	0	60	20
Agresión física contra la policía y la policía antidisturbios	1	2	3	4	5
Espectadoras	0	0	0	9	91
Aficionadas	2	11	9	5	73
Hinchas	20	20	0	40	20
Peleas organizadas entre radicales fuera del estadio	1	2	3	4	5
Espectadoras	0	0	9	55	36
Aficionadas	15	9	9	16	50
Hinchas	60	0	0	0	40
Lanzamiento de objetos al campo	1	2	3	4	5
Espectadoras	0	9	9	45	36
Aficionadas	11	7	14	18	50
Hinchas	0	20	20	0	60
Destrucción de instalaciones y otros disturbios	1	2	3	4	5
Espectadoras	0	0	18	18	64
Aficionadas	0	5	2	9	84
Hinchas	0	0	0	0	100
Expresiones racistas	1	2	3	4	5
Espectadoras	0	0	9	18	73
Aficionadas	9	5	9	16	61
Hinchas	0	0	0	20	80
Pitidos/silbidos	1	2	3	4	5

Espectadoras	64	18	18	0	0
Aficionadas	57	20	16	5	2
Hinchas	100	0	0	0	0
Incursión en el campo	1	2	3	4	5
Espectadoras	18	0	18	45	18
Aficionadas	11	18	27	9	34
Hinchas	20	0	0	0	80

Nota. 1 – problema menos serio, 5 – problema más serio. Fuente: elaboración propia.

4. DISCUSIÓN

El fútbol femenino está experimentando un auge mundial. En promedio, casi 22,000 visitantes asistieron a la Copa del Mundo en 2019, y casi mil millones de personas en todo el mundo la vieron por televisión. En los partidos de fútbol, pero también en las redes sociales, existe un mayor interés en el fútbol femenino, ya sea a nivel de club o nacional. Es por eso que la Asociación Checa de Fútbol (FAČR) está comenzando a prestar más atención a las mujeres y las niñas y quiere popularizar el fútbol femenino. También es necesario crear condiciones para los visitantes y castigar objetivamente el comportamiento antideportivo que tiene lugar en los estadios de fútbol.

Tenemos que decir que el comportamiento antideportivo en los estadios de fútbol se está discutiendo en todos los niveles, esto es, desde la primera hasta la competición de la liga más baja. Podemos ver en televisión, noticias e Internet que el comportamiento violento es sólo uno de los factores que desalientan a los visitantes e hinchas, de una agradable atmósfera en los estadios de fútbol. Las personas que aún no han estado en un partido de fútbol pueden verse afectadas por un comportamiento antideportivo para que nunca vuelvan.

El motivo para elaborar este artículo fue el interés del autor y el hecho de que no hay suficiente información actual sobre este tema. En la República Checa, ninguna publicación se ha dedicado a un número más significativo de hombres y especialmente mujeres (espectadores, aficionados, hinchas y radicales) en la zona de grada detrás de la portería del Slavia y el comportamiento de la conducta de los visitantes en un club. Emocionante, pero a veces peligroso, también es obtener información y entrevistas de los seguidores, especialmente cuando se trata de partidos fuera de casa.

Este estudio de caso aporta una visión única sobre el tema del espectador femenino en el club de fútbol de primera liga seleccionado. En la República Checa, los partidos de fútbol son atendidos principalmente por hombres, pero observamos que el número de mujeres aumenta gradualmente: el

9% de las mujeres en la década de 1990 (Slepička, 1990), el 19% de las mujeres diez años después (Slepička et al., 2010), y el 20% de las mujeres en el día de hoy (Scholz, 2018).

Tenemos que estar de acuerdo con Pope (2016), quien también señala que las mujeres a menudo se descuidan en la investigación académica. Si hay datos disponibles, no se exploran completamente, como es el caso de la población masculina. Existen varios factores desencadenantes que llevaron al desarrollo del fútbol femenino en otras naciones (por ejemplo, Europa contra África, República de Corea contra República Popular Democrática de Corea), y estos factores pueden incluir el apoyo del gobierno, estrategias particulares introducidas por organismos rectores del fútbol y las contribuciones específicas de los medios y las empresas (Hong, 2012). Hay muchos estudios centrados en, por ejemplo, el problema de la imagen en el fútbol femenino (Harris, 2005), las mujeres como nuevas fanáticas de las consumidoras (Pope, 2010), aficionada del deporte desde una perspectiva femenina (Sveinson y Hoeber, 2015). McGee (2017) realizó una investigación en 2 729 espectadoras femeninas. Lo sorprendente del informe es cómo se sienten las mujeres con respecto a los partidos de fútbol fuera de casa, especialmente porque las asistentes en este tipo de desplazamientos continúan sufriendo en toda Gran Bretaña. Las mujeres encuestadas tenían muchas menos probabilidades de asistir a partidos fuera de casa que a los partidos en casa por varias razones, incluido el costo de las entradas, los viajes y la percepción de un tipo diferente de atmósfera. Muchas mujeres acuden a todos los partidos en casa, pero no se sienten seguras en los partidos fuera de casa: estar de pie, beber en exceso, las bengalas y todo este tipo de problemas. Toffoletti (2017) describe y analiza a las aficionadas al deporte femenino desde un punto de vista feminista, más precisamente, utilizando el feminismo transnacional. Según el autor, esta perspectiva permite notar la diversidad del fandom femenino y tener en cuenta los diferentes contextos socioculturales en los que funcionan categorías particulares de admiradores (etnia, raza, sexualidad, etc.).

Aunque, con mucha diferencia, el número más significativo de los estudios que investigan el fandom femenino se ha dedicado al fútbol (Dunn, 2014; Pope, 2017). Por otro lado, no hay manuscritos que se centren en el comportamiento antideportivo femenino o la expresión verbal y de otro tipo de comportamiento violento de las visitantes de sexo femenino en todo el mundo.

Este artículo aborda la investigación de la relación entre las expresiones verbales y de otro tipo de las mujeres visitantes y su comportamiento violento en algunos aspectos, pero también hay varios límites. Por otro lado, los límites mencionados proporcionan instrucciones para futuras investigaciones.

En primer lugar, nuestra investigación no puede generalizarse, ya que solo se estudió un club de fútbol checo. Nos gustaría investigar otros clubes de fútbol internacionales importantes en otros países y comparar estos datos con los resultados del club de fútbol checo de élite estudiado. Sería deseable una comparación con otros países. Además, en un futuro estudio, nos gustaría investigar la conexión entre la implementación de medidas preventivas y la rentabilidad del club de fútbol. También debe ser estudiada la relación entre medidas preventivas y la satisfacción del visitante. Finalmente, es recomendable llevar a cabo investigaciones cualitativas al respecto para complementar los resultados cuantitativos.

5. CONCLUSIONES

En base a los resultados de la presente investigación, descubrimos que las expresiones referentes a la destrucción del estadio y otros disturbios se consideran la expresión más seria de comportamiento violento (aficionadas 100%, hinchas 84% y espectadoras 64%). Por otro lado, abuchear es considerado el problema menos grave (hinchas 100%, espectadoras 64% y aficionadas 57%). En nuestra opinión, los resultados son apropiados, pero esperábamos valores más altos en cuanto al racismo y en cuanto a comentarios como destruir el estadio y otros disturbios.

6. REFERENCIAS

1. Armstrong, G. (1998). *Football Hooligans: Knowing the Score*. Oxford: Berg.
2. Baker, R. P. (1992). New technology in survey research: Computer-assisted personal interviewing (CAPI). *Social Science Computer Review*, 10(2), 145-157. <https://doi.org/10.1177/089443939201000202>
3. Ben-Porat, A. (2009). Not just for men: Israeli women who fancy football. *Soccer & Society*, 10(6), 883-896. <https://doi.org/10.1080/14660970903240030>
4. Bensimon, M., & Bodner, E. (2011). Playing With Fire: The Impact of Football Game Chanting on Level of Aggression. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(10), 2421-2433. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00819.x>
5. Berg, E. C., Migliaccio, T. A., & Anzini-Varesio, R. (2014). Female football players, the sport ethic and the masculinity-sport nexus. *Sport in Society, Cultures, Commerce, Media, Politics*, 17(2), 176-189. <https://doi.org/10.1080/17430437.2013.828699>
6. Brandes, L., Franck, E., & Theiler, P. (2013). The group size and loyalty of football fans: a two-stage estimation procedure to compare customer potentials across teams. *Journal of the Royal Statistical Society*, 176(part2), 347-369.
7. Cashmore, E., & Cleland, J. (2014). *Football's Dark Side. Corruption. Homophobia. Violence and Racism in the Beautiful Game*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
8. Crawford, G. (2004). *Consuming Sport – Fans, Sport and Culture*. New York: Routledge.
9. Dart, J. (2008). Confessional tales from former football hooligans: a nostalgic, narcissistic wallow in football violence. *Soccer & Society*, 9(1), 42-55. <https://doi.org/10.1080/14660970701616720>

10. Dunn, C. (2014). *Female Football Fans. Community, Identity and Sexism*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
11. Dunning, E. (2012). Fußball-Hooliganismus als Weltphänomen. *Sozialwissenschaften & Berufspraxis*, 35(1), 70-91.
12. Dunning, E., Murphy, P., & Williams, J. (1986). Spectator Violence at Football Matches: Towards a Sociological Explanation. *British Journal of Sociology*, 37(2), 221-244. <https://doi.org/10.2307/590355>
13. Edensor, T. (2014). Producing atmospheres at the match: Fan cultures, commercialisation and mood management in English football. *Emotion, Space and Society*, 15, 82-89. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2013.12.010>
14. FIFA. (2018) FIFA World Cup Russia. Global broadcast and audience summary. Available at: <https://resources.fifa.com/image/upload/2018-fifa-world-cup-russia-global-broadcast-and-audience-executive-summary.pdf?cloudid=njqsntrvdvqv8ho1dag5>. Accessed on: December 13, 2019.
15. Fisher, R. J., & Wakefield, K. (1998). Factors leading to group identification: a field study of winners and losers. *Psychology & Marketing*, 15(1), 23-40. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199801\)15:1<23::AID-MAR3>3.0.CO;2-P](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199801)15:1<23::AID-MAR3>3.0.CO;2-P)
16. Frostdick, S. & Marsh, P. (2005). *Football Hooliganism*. Portland: Willan Publishing.
17. Greenwood, B. P., Kanters, M. A., & Casper, J. M. (2006). Sport Fan Team Identification Formation in Mid-Level Professional Sport. *European Sport Management Quarterly*, 6(3), 253-265. <https://doi.org/10.1080/16184740601095016>
18. Harris, J. (2005). The image problem in women's football. *Journal of Sport & Social Issues*, 29(2), 184-197. <https://doi.org/10.1177/0193723504273120>
19. Hebák, P., Hustopecký, J., Pecáková, I., Průša, M., Řezánková, H., Svobodová, A., & Vlach, P. (2007). *Vícerozměrné statistické metody 3*. Prague, Czechia: Informatorium.
20. Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. London: Routledge.
21. Hong, E. (2012). Women's Football in the Two Koreas: A Comparative Sociological Analysis. *Journal of Sport and Social Issues*, 36(2), 115-134. <https://doi.org/10.1177/0193723511434328>
22. Jenkins, C., & Ellis, T. (2011). The Highway to Hooliganism? An Evaluation of the Impact of Combat Sport Participation on Individual Criminality. *International Journal of Police Science & Management*, 13(2), 117-131. <https://doi.org/10.1350/ijps.2011.13.2.234>
23. King, A. (1999). Football Hooliganism and the Practical Paradigm. *Sociology of Sport Journal*, 16, 269-273. <https://doi.org/10.1123/ssj.16.3.269>
24. Mareš, M. et al. (2004). *Fotbaloví chuligáni: evropská dimenze subkultury*. Brno: Centrum strategických studií a Barrister & Pricipal.
25. McDowell, M. L. (2016). Female football fans: Community, identity and sexism. *Soccer & Society*, 17(4), 650-651. <https://doi.org/10.1080/14660970.2015.1095468>
26. McGee, F. (2017). *Women at the match. The Football Supporters' Federation. Kick It Out. Fans for Diversity*. Sunderland & London.
27. Niederpruem, A. (2018). *Football as a phenomenon of mass enthusiasm*. The Circular.
28. Pérez, J. L. (2016). Curso de Estadística. Tema 27: Análisis de correspondencias. Barcelona: University of Barcelona. Available at: <https://estadisticaorquestainstrumento.wordpress.com/2013/07/06/tema-27-analisis-de-correspondencias/>. Accessed on: December 10, 2019.
29. Pope, S. (2010). Like pulling down Durham Cathedral and building a brothel: Women as new consumer fans? *International Review for the Sociology of Sport*, 46(4), 471-487. <https://doi.org/10.1177/1012690210384652>
30. Pope, S. (2012). The Love of My Life: The Meaning and Importance of Sport for Female Fans. *Journal of Sport & Social Issues*, 37(2), 176-195. <https://doi.org/10.1177/0193723512455919>

31. Pope, S. (2016). Female fan experiences and interpretations of the 1958 Munich air disaster, the 1966 World Cup finals and the rise of footballers as sexualized national celebrities. *International Review for the Sociology of Sport*, 51(7), 848-866. <https://doi.org/10.1177/1012690214558284>
32. Pope S (2017) *The Feminization of Sports Fandom: A Sociological Study*. London: Routledge.
33. Scholz, P. (2016). Football Fan Behavior of the Oldest Club in the Czech Republic. *Journal of Physical Education and Sport*, 16(suppl.1), 694-698. <https://doi.org/10.7752/jpes.2016.s1112>
34. Scholz, P. (2018). *Problematika fotbalového diváctví v České republice aneb „Quo vaditis fotbaloví příznivci?“*. Brno, Czechia: Paido.
35. Sekot, A. (2013). *Sociologie sportu: aktuální problémy*. Brno, Czechia: Masaryk University.
36. Slepíčka. P. (1990). *Sportovní diváctví*. Praha: Olympia.
37. Slepíčka. P., Slepíčková, I., Kotlík, K., & Landa, P. (2010). *Divácká reflexe sportu*. Charles University: Karolinum.
38. Spaaij, R. (2007). Football Hooliganism in the Netherlands: Patterns of Continuity and Change. *Soccer & Society*, 8(2/3), 316-334. <https://doi.org/10.1080/14660970701224566>
39. Spaaij, R. (2008). Men Like Us, Boys Like Them. Violence, Masculinity, and Collective Identity in Football Hooliganism. *Journal of Sport & Social Issues*, 32(4), 369-392. <https://doi.org/10.1177/0193723508324082>
40. Stroeken, K. (2002). Why 'The World' Loves Watching Football (And 'The Americans' Don't). *Antropology Today*, 18(3), 9-13. <https://doi.org/10.1111/1467-8322.00119>
41. Sveinson, K., & Hoeber, L. (2015). Overlooking the obvious: an exploration of what it means to be a sport fan from a female perspective. *Leisure Studies*, 34(4), 405-419. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.923496>
42. Sveinson, K., & Hoeber, L. (2016). Female Sport Fans' Experiences of Marginalization and Empowerment. *Journal of Sport Management*, 30(1), 8-21. <https://doi.org/10.1123/jsm.2014-0221>
43. Taylor, R. (1992). *Football and its fans: Supporters and their relations with the game, 1885-1985*. Leicester: Leicester University Press.
44. Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research*, 9(1), 51-72. <https://doi.org/10.1108/13522750610640558>
45. Toffoletti, K. (2017). *Women Sport Fans: Identification, Participation, Representation*. New York, NY: Routledge.
46. Uribe Aramburo, N. I., & Castaño Pérez, G. A. (2014). Barras de fútbol, consume de drogas y violencia. *Psicología desde el Caribe*, 31(2), 243-279.
47. Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993). Sport Fans: Measuring Degree of Identification with Their Team. *International Journal of Sport Psychology*, 24(1), 1-17.
48. Weber, J. (2019). Opinion: The tragic loss of Iran's #BlueGirl. Deutsche Welle – Made for Minds. Available at: <https://p.dw.com/p/3PR9l>
49. Williams., A. M. (2013). *Science and Soccer. Developing Elite Performers*. New York: Routledge.
50. Yusoff, N. H. (2016). Types of Deviant Behavior among Football Fans in Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(1), 59-62. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n1s1p59>
51. Yusoff, N. H. (2017). Motivation and Women Involvement as Football Supporter in Malaysia. *Jurnal Sains Sukan dan Pendidikan Jasmani*, 6(1), 36-44. <https://doi.org/10.35940/ijitee.J9499.0881019>

AUTHOR CONTRIBUTIONS

All authors listed have made a substantial, direct and intellectual contribution to the work, and approved it for publication.

CONFLICTS OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

FUNDING

This research received no external funding.

COPYRIGHT

© Copyright 2021: Publication Service of the University of Murcia, Murcia, Spain.