



Embajadas de Aficionados

Manual



FOOTBALL SUPPORTERS EUROPE
FANS' EMBASSIES



INTRODUCCIÓN

En Football Supporters Europe (FSE) creemos que los hinchas representan las raíces del mundo del fútbol, y que deben ser preservados y cuidados. Hemos aprendido que es necesario trabajar constantemente para que los aficionados al fútbol se sientan tratados con respeto, así como en la promoción del pensamiento responsable dentro de los grupos de hinchas, ya que las tensiones y la ira que conducen a la violencia puede prevenirse, y en última instancia, tener éxito a la hora de conseguir que el juego sea lo que simplemente pretende ser: una fiesta de fútbol.

Hemos sido testigos en vivo y en directo de la diferencia entre un evento de fútbol bien organizado y uno donde se sabe desde el principio que algo saldrá mal. Aunque sabemos que hay mucho trabajo y costes necesarios para hacer todo “correctamente”, la experiencia nos ha enseñado que sólo son necesarias unas simples medidas y pasos que pueden adoptarse para que las cosas no “vayan mal”. Después de todo, los aficionados al fútbol somos nosotros mismos.

En calidad de miembros nacionales de la División de Embajadas de Aficionados de la FSE, hemos estado organizando Embajadas de Aficionados durante casi dos décadas. Hemos establecido Embajadas de Aficionados en encuentros internacionales, torneos internacionales y finales de la Copa, y hemos hecho todo lo posible para promover este concepto con las autoridades e instituciones de fútbol de toda Europa, bajo el lema “por los aficionados, para los aficionados”. Hoy, con este manual, queremos compartir nuestra experiencia con vosotros. Queremos reseñar lo que una Embajada de Aficionados puede hacer para mejorar dramáticamente el ambiente alrededor de un acontecimiento futbolístico, por qué creemos que es un servicio que debería convertirse en un modelo de “práctica idónea”, no sólo a nivel de equipos nacionales, sino esperamos que también a nivel de clubes y quién debe participar en las mismas. Además, queremos que sepáis que estamos disponibles para ofrecer cualquier tipo de asesoramiento y apoyo en el establecimiento de una Embajada de Aficionados.

Hemos sido testigos de mejoras en el ambiente en los últimos partidos y torneos internacionales, hemos ofrecido nuestra ayuda y servicios a miles de aficionados que estaban contentos de tenernos allí: hemos visto como se hacía realidad, y sabemos que los servicios de Embajadas de Aficionados han desempeñado un papel vital en **hacerlo realidad**.

¡Involúcrate y acepta este reto con nosotros!

Michael Gabriel,
Director FSE Embajada de Aficionados



TABLA DE CONTENIDOS

- **Punto de partida: Los hinchas como un factor positivo** **07-08**
- **Historia y Antecedentes del trabajo socio-preventivo en el fútbol: los modelos inglés y alemán** **09-11**
- **¿Qué es una Embajada de Aficionados?** **12**
- **¿Cómo funciona una Embajada de Aficionados?** **13-14**
- **¿Dónde funcionan las Embajadas de Aficionados?** **15-16**
- **¿Quién organiza y dirige las Embajadas de Aficionados?** **17**
- **¿Qué se necesita?** **18-19**
- **Informar a los aficionados** **20-21**
- **Canales de comunicación de las Embajadas de Aficionados** **22-23**
- **Otros servicios y actividades de las Embajadas de Aficionados** **24-25**
- **¿Quién deben ser los asociados de las Embajadas de Aficionados?** **26-27**
- **¿Cuándo? Un programa de trabajo idóneo** **28-29**
- **¿Sabías qué...?** **30-31**
- **Concusiones** **31**
- **Documentación** **32-39**
- **Impresión** **41**





PUNTO DE PARTIDA: LOS HINCHAS COMO UN FACTOR POSITIVO

Principales torneos de fútbol - entre la hospitalidad y la seguridad

La celebración de un torneo de fútbol importante significa un gran desafío, pero también una gran oportunidad. De media, más de 2 millones de visitantes extranjeros y aficionados locales esperan que los hospitalarios y cosmopolitas países y ciudades anfitriones les ofrezcan condiciones básicas para un festival de cuatro semanas de fútbol. La Copa Mundial de fútbol y la Eurocopa mueven a las masas y atraen a más seguidores que cualquier otro evento en el mundo. Los hinchas de fútbol son coloridos y ruidosos, les encanta viajar e ir de fiesta. A diferencia de otros huéspedes o turistas, los aficionados al fútbol se ven como parte de este bello deporte y quieren contribuir activamente a un festival de fútbol inolvidable. Las fiestas deben ir acompañadas de una gran seguridad y medidas de seguridad para los espectadores, jugadores y todos los demás invitados. Por lo tanto, la base para el concepto de la hospitalidad es un enfoque armonizado entre seguridad y hospitalidad.

El Comité Organizador, las Asociaciones Nacionales de Fútbol y las autoridades locales y nacionales

son los responsables de los preparativos, con un enfoque clave en dar una respetuosa bienvenida a los aficionados, así como en atender a sus diferentes necesidades. Como la mayoría de los esfuerzos en la planificación de las medidas se harán para y en relación a los hinchas de fútbol, el trabajo profesional de los seguidores de fútbol debe ser considerado como una de las principales tareas en los preparativos de un torneo de fútbol.

Los hinchas como un factor positivo - participación y prevención

La clave para una buena acogida y para prevenir la violencia es la idea de que los aficionados que son bienvenidos y atendidos como huéspedes se comportan como tales. Si los aficionados y seguidores son considerados un "problema", o un peligro potencial para la seguridad, habrá un gran riesgo de que aquí comiencen los problemas. Si el ambiente es tenso, los aficionados son tratados de una manera poco amistosa, si hay incertidumbre entre los aficionados en relación a las entradas, alojamiento o transporte, si no pueden obtener la información correcta y si no hay nada mejor que hacer

que dar vueltas, entonces incluso una muchedumbre que inicialmente es amistosa se puede enfadar. Los grupos violentos son los primeros en tomar ventaja de esta situación, comenzando con batallas con la policía o con grupos de aficionados de otros equipos, y estarán apoyados por muchos aficionados enfadados. Sin embargo, si el país/es de acogida cubre las necesidades básicas de los aficionados visitantes con un agradable y amistoso recibimiento, los grupos violentos quedarán aislados y sus posibilidades de causar un disturbio en el torneo se verán reducidas.



La gran mayoría de los aficionados al fútbol no ven a sí mismos como simples consumidores de un evento. Quieren expresar su pasión y emociones de una manera activa y creativa, y por lo tanto, necesitan una cierta libertad en las ciudades y estadios. La mejor manera de utilizar realmente el potencial creativo de este grupo es su integración y participación activa, evitando su exclusión y represión. Este enfoque general es apoyado proactivamente por las Embajadas de Aficionados, e incluye un trabajo de gestión, de acercamiento a las autoridades y de relaciones públicas, con el objetivo de enfriar los debates desproporcionados sobre la seguridad mediante la promoción de perspectivas y una imagen equilibrada de los aficionados como un factor positivo, en lugar de limitarse a verlos como un riesgo para la seguridad.

Este manual de la Embajada de Aficionados tiene la intención de servir como una herramienta para facilitar la aplicación de buenas prácticas. El paso a paso del trabajo de esta Embajada de Aficionados se dirige a todas las personas que tratan directa o

indirectamente con los hinchas de fútbol durante un Mundial, una Eurocopa o un campeonato de clubes europeos como el Comité Organizador, las autoridades públicas, las asociaciones de fútbol, las ciudades sede, los políticos y posibles nuevas iniciativas de Embajadas de Aficionados. El manual no sólo incluye toda la información necesaria sobre cómo establecer y hacer funcionar Embajadas de Aficionados con éxito, sino que también proporciona ejemplos de buenas prácticas en torneos anteriores y en otras ocasiones en las que se proporcionaron los servicios de una Embajada de Aficionados. Estamos seguros de que este manual metodológico puede tener un impacto vital en la aplicación y comunicación de los potenciales positivos de la labor socio-preventiva y participativa con los aficionados al fútbol, como un elemento de la organización general y la seguridad / disposiciones de seguridad en los torneos internacionales y en los partidos de fútbol en general.

Embajadas de Aficionados para clubes

Los conceptos y los servicios de una Embajada de Aficionados para los hinchas de equipos nacionales en torneos internacionales también pueden ser adaptados a los clubes de fútbol y a sus hinchas. Los servicios de la Embajada de Aficionados a nivel del club pueden ser ofrecidos en tres niveles diferentes:

- Embajadas de Aficionados para viajeros en partidos nacionales o internacionales lejos de su club
- Embajadas de Aficionados organizadas para los hinchas en partidos locales
- Embajadas de Aficionados especialmente organizadas para los partidos principales de las competiciones europeas, como una final de la Champions

Para garantizar la aplicación exitosa de los servicios de una Embajada a nivel de clubes, se pueden consultar las iniciativas de la Embajada de Aficionados de la FSE, lo que ayudará activamente a la planificación y organización de otras Embajadas de Aficionados. ■



HISTORIA Y ANTECEDENTES DEL TRABAJO SOCIO-OREVENTIVO EN EL FÚTBOL: LOS MODELOS INGLÉS Y ALEMÁN

Antecedentes

El concepto de Embajada de Aficionados se remonta a los servicios prestados a los seguidores de los equipos de Inglaterra y Alemania en el Mundial de 1990 en Italia, evolucionado en torneos posteriores.

Aplicar medidas preventivas y sociales, así como ofrecer apoyo estructural a los aficionados en los torneos internacionales son los principales conceptos de la Embajada de Aficionados. Esto ha demostrado ser una contribución valiosa y significativa a las medidas de seguridad convencionales en todos los eventos de fútbol más importantes de los últimos 20 años. Sin embargo, durante un largo periodo, las acciones policiales y de represión en el marco de las políticas regulatorias fueron consideradas como la única manera de tratar a los aficionados en la mayoría de los países europeos y durante los grandes torneos. En particular, desde los disturbios masivos en los años 80, hubo un cambio de actitud en relación a este punto de vista. Esto, a su vez, conduce a una cada vez más extendida y común reconsideración

del (mal) comportamiento de los seguidores desde perspectivas diferenciadas. Lo podemos encontrar escrito en las recomendaciones sobre prevención de la violencia en el deporte publicado por el Consejo de Europa (Recomendación No. 1/2003):

“...esa violencia es parte de un fenómeno social más amplio, que afecta negativamente a los auténticos seguidores de la ley y a los residentes locales, ya que es necesario un enfoque integrado para combatirla”.

Historia

Dentro de este concepto de desarrollo del trabajo pro-activo y socio-preventivo llevado a cabo por trabajadores sociales, varios países europeos han establecido este área, especialmente Inglaterra y Alemania.

- **El modelo inglés – por aficionados y para aficionados**

En el lado Inglés, el servicio de la Embajada de Aficionados comenzó como una iniciativa de grupos de presión y auto-habilitación adoptada por la Asociación de Aficionados de Fútbol (antigua FSA,

ahora Football Supporters Federation - FSF), una campaña basada en la adhesión del cuerpo formado por los seguidores del fútbol y las autoridades independientes del fútbol y gubernamentales. El servicio de las Embajadas de Aficionados inglesa goza de una gran reputación por su responsabilidad hacia los aficionados que viajan de Inglaterra debido a su consistencia, y también porque es un servicio organizado por los mismos aficionados, lo que genera una sensación entre los aficionados visitantes de que el servicio está “de su lado”. La FSF organiza Embajadas de Aficionados en cada partido de Inglaterra con el solo fin de garantizar la coherencia de su servicio y como medida para promover la confianza de los seguidores ingleses. Por otra parte, la FSF publica un fanzine, “Free Lions”, cada vez que organiza una Embajada.



- **El modelo alemán – trabajadores sociales profesionales**

Del mismo modo, el servicio operado por los trabajadores sociales alemanes es realizado por personas a las que los grupos de apoyo conocen y confían. Sin embargo, las Embajadas de Aficionados alemanas están organizadas por trabajadores sociales que participan en los diferentes proyectos basados en aficionados de clubes y que participan principalmente en el trabajo con grupos de aficionados locales. Desde la Copa Mundial de 1990, los trabajadores profesionales han estado viajando con los aficionados del equipo nacional alemán y aficionados de clubes. Las Embajadas de Aficionados alemanas están a cargo de

KOS, oficina de coordinación de más de 40 proyectos basados en aficionados de clubes alemanes.



- **Resultado: Un enfoque común**

Es significativo e interesante ver como, a pesar de los distintos puntos de partida de las personas involucradas de ambos países, el desarrollo paralelo de los servicios de Embajadas de Aficionados de cada iniciativa siempre ha dado lugar a prácticas de trabajo muy similares. Esta coincidencia de experiencias y conclusiones sobre la metodología compartida por los dos organismos más antiguos y de mayor éxito en el ámbito profesional nos permite hablar con cierta autoridad sobre un modelo que ya ha sido llevado a la práctica.

Del FSI al FSE

Para impulsar el desarrollo posterior de las Embajadas de Aficionados y para mejorar y establecer el trabajo sobre una base común de la red en Europa, los profesionales y organizaciones de este ámbito fundaron la Football Supporters International (FSI) en 2001. El FSI fue creado inicialmente por el ya citado FSF de Inglaterra y el KOS alemán, junto con organizaciones de Italia y los Países Bajos. El FSI sirvió más tarde como financiación oficial para establecer Embajadas de Aficionados en la UEFA EURO 2004 en Portugal.



En la Copa Mundial de 2006, un número aún mayor de Embajadas de Aficionados del FSI viajó a Alemania para apoyar a sus equipos conjuntamente con Embajadas de Aficionados estables de reciente creación. La Eurocopa 2008 de Austria y Suiza proporcionó una red con posibilidad de seguir desarrollando su labor, aumentando el número de equipos móviles la puesta en práctica oficial del programa desde el principio, con la financiación necesaria de la UEFA. Los miembros del FSI han ayudado a profesionalizar continuamente el enfoque y los conceptos y han establecido nuevas Embajadas de Aficionados en toda Europa.

En 2008, las organizaciones por entonces miembros del grupo central del FSI decidieron que era el momento adecuado para transformar la red en algo diferente, esto es, crear una voz muy necesaria

que representara a los aficionados al fútbol en toda Europa. El cambio de denominación, de FSI a FSE, refleja un cambio profundo en la naturaleza del organismo: hoy en día, la FSE es una red europea estructurada democráticamente que representa a grupos de aficionados y organizaciones de todo el continente, y que trata de muchos temas diferentes.



Las Embajadas de Aficionados constituyen una de las áreas de trabajo más importantes para la red, y se han convertido en un equipo de primera división dentro de la FSE, conectado a una organización más amplia, pero autónoma, en lo que se refiere a la financiación y el trabajo diario, con miembros procedentes de 16 países. Estos países son Austria, Croacia, República Checa, Inglaterra, Francia, Alemania, Italia, Polonia, Rusia, Escocia, España, Suecia, Suiza, Turquía y Ucrania. ■



¿QUÉ ES UNA EMBAJADA DE AFICIONADOS?

Concepto

Una 'Embajada de Aficionados' es el nombre que se ha dado al asesoramiento, información y apoyo a los hinchas de fútbol que viajan a un partido fuera de casa o a un torneo internacional en un país extranjero. La prestación de un servicio de Embajada de Aficionados constituye una parte muy constructiva y positiva dentro del programa de hospitalidad en un torneo.

Objetivos

Las características esenciales de un servicio de Embajada de Aficionados son la prestación de información precisa, fiable, actualizada y objetiva sobre los asuntos de interés para los aficionados al fútbol. Las Embajadas de Aficionados también proporcionan información que se adapta a los ámbitos específicos de interés de los aficionados, como la cultura (inter) nacional de hinchas y las actividades alternativas en las ciudades anfitrionas. Las Embajadas de Aficionados prestan ayuda y asistencia en caso de emergencia (violencia física, robo, etc.), y podrán servir como mediadoras en situaciones de conflicto.

Beneficios

Aunque de ninguna manera debe considerarse como una herramienta de las autoridades policiales en un torneo, la experiencia ha demostrado que la presencia de un servicio de Embajada de Aficionados, con su provisión de información precisa y con su promoción de la buena voluntad entre grupos de hinchas, puede ayudar a reducir significativamente los sentimientos de inseguridad y exclusión entre los seguidores, lo que contribuye a una reducción de las tensiones que pueden generar violencia. ■





¿CÓMO FUNCIONA UNA EMBAJADA DE AFICIONADOS?

Una Embajada de Aficionados debe ser un centro independiente para los aficionados, lo que significa que la labor de la Embajada de Aficionados NO debe conectarse a ningún objetivo comercial, empresa u organización (fútbol), ni debe estar vinculada a ningún tipo de ideología u organización política.

Por lo general, una Embajada de Aficionados opera a través de tres servicios diferentes:

Embajadas de Aficionados estables

Una Embajada de Aficionados estable es un lugar de encuentro, intercambio y punto de servicio en un edificio o estructura en la que se proporciona información y/o ayuda a los aficionados al fútbol o visitantes de un torneo de fútbol. La Embajada de Aficionados estable debe ser gestionada por personal local que tenga acceso a toda la información necesaria y que esté familiarizado con la cultura de hinchas y las necesidades específicas de apoyo. El servicio de la Embajada de Aficionados estable debe estar disponible para todo el periodo del torneo.

Embajadas de Aficionados móviles

Aunque la Embajada de Aficionados estable actúa como una fuente de información, el enfoque de las

Embajadas de Aficionados móviles internacionales se encuentra en el trabajo de calle. A diferencia de las Embajadas de Aficionados estables, que se establecen en un lugar fijo en todas las ciudades, los equipos de la Embajada de Aficionados móviles seguirá el paradero de los hinchas en la ciudad o alrededores de la ciudad (por ejemplo, campings). En otras palabras, los trabajadores internacionales están "en ruta" con sus hinchas todo el tiempo. A través del contacto directo con los aficionados que viajen, se podrán resolver los posibles problemas que puedan surgir. Mediante un intercambio de información rápido y directo, las condiciones pueden adaptarse individualmente a las diferentes necesidades.

Durante los días de partido, los equipos móviles ofrecen sus servicios y asesoramiento en los puntos de encuentro más importante de sus grupos en las ciudades anfitrionas. Colocan sus propios stands, y a menudo utilizan buses, camionetas o furgonetas para proporcionar este servicio. El equipo de la Embajada de Aficionados móvil debe permanecer en estrecho contacto con la Embajada de Aficionados estable. Los canales de comunicación de la Embajada de Aficionados estable pueden ser utilizados para



facilitar la comunicación de los trabajadores de la Embajada móvil con otros organismos. La Embajada de Aficionados móvil debe trabajar en estrecha colaboración con los representantes oficiales de sus respectivos países de origen en el país de acogida. Los hinchas de fútbol de Europa disponen de una red de Embajadas de Aficionados en 16 países diferentes.

Consulados de Aficionados

Los días de partido, las Embajadas de Aficionados se pueden complementar con un grupo más pequeño orientado al mismo, un Consulado de Aficionados móvil colocado en puntos clave. Un Consulado de Aficionados por lo general consiste en un pequeño puesto móvil con información, que puede estar compuesto por dos o tres personas. En la medida de lo posible, el consulado ofrece los mismos servicios que las Embajadas de Aficionados. Si es necesario, los consulados se remitirán a las Embajadas de Aficionados estables y móviles.

Puesto que una de las principales tareas de las Embajadas de Aficionados es proporcionar información y asesoramiento para los aficionados, la información suele ser proporcionada a través de la plataforma FanGuide:

FanGuide – Impreso y Online

La prestación de información general y específica es esencial para los aficionados al fútbol en el extranjero. Las FanGuides impresas y online han demostrado ser el instrumento más adecuado para la difusión de información en los anteriores torneos.

FanGuide impreso

El FanGuide impreso puede ser un FanGuide nacional o un FanGuide local publicado en cada ciudad sede. El FanGuide nacional puede incluir secciones de las FanGuides locales. Junto a la información específica acerca de las culturas de hinchas europeas y consejos acerca de la cultura, por ejemplo, local, debe proporcionar información práctica sobre cuestiones como los viajes y el alojamiento, comer, beber y salir, incluyendo consejos para el tiempo libre orientado

a los diferentes grupos de seguidores, como por ejemplo, a los aficionados homosexuales. Las áreas para los hinchas y los espacios alternativos para ver los partidos también son temas muy importantes a tener en cuenta, así como los reglamentos locales y de los estadios y las medidas de seguridad. No hay que olvidar que toda la información recogida también debe atender siempre e informar acerca de la accesibilidad para los seguidores minusválidos. A fin de proporcionar la información más reciente, se deberá publicar poco antes de la Copa del Mundo o Eurocopa.

FanGuide online

Internet representa una enorme plataforma de comunicación, si no la más importante, para los aficionados al fútbol de todo el mundo. Una plataforma en Internet no tiene rival a la hora de proporcionar nueva información y, debido a su interactividad, ofrece una gran velocidad de respuesta a las preguntas. En cada torneo de fútbol importante, debe ponerse en marcha un FanGuide interactivo online, en colaboración con los aficionados de clubes e iniciativas de las Embajadas de Aficionados, ofreciendo la mayor cantidad posible de temas específicos y más actualizados para los aficionados. Las redes sociales como Facebook y Twitter también se deben utilizar como herramientas adicionales.

Los FanGuides online e impresos deberán estar disponible en varios idiomas, en el mejor de los casos en inglés y en todas las lenguas oficiales/s del país/es anfitrión/es. El lenguaje y diseño de las FanGuides deberá ser atractivo para los aficionados. ■



¿DÓNDE FUNCIONAN LAS EMBAJADAS DE AFICIONADOS?

Embajadas de Aficionados estables



Las Embajadas de Aficionados estables se deben situar en un lugar céntrico en la ciudad donde se juega un partido en el marco de una Eurocopa o una Copa del Mundo. La Embajada de Aficionados estable debe ser fácil de encontrar y debe haber una buena señalización en torno de la misma, así como anuncios en las publicaciones oficiales y folletos de esta ciudad, del país anfitrión y de la UEFA. Además, tiene sentido colocar carteles en varias plazas o calles importantes de la ciudad. La Embajada de Aficionados estable debe tener su base en un edificio

sólido o unidad móvil en una ubicación céntrica y de fácil acceso local, y debe estar abierta a todos los que la apoyan, con independencia de su origen, raza, religión, sexo u orientación sexual. También deberá ser accesible para personas con discapacidad.

Embajadas de Aficionados móviles



La sede de la Embajada de Aficionados móvil durante los días de partido debe ser un punto central de la ciudad anfitriona y de fácil acceso para los viajeros. El lugar en sí variará según la ciudad anfitriona y

dependerá en gran parte de la infraestructura de la ciudad. Se deberá colocar donde los aficionados se reúnen y se espera que la Embajada móvil esté claramente visible. Las Embajadas de Aficionados móviles de ambos equipos pueden compartir un mismo espacio o encontrarse espacialmente próximas entre sí. También pueden encontrarse cerca de las Embajadas de Aficionados estables o Consulados de aficionados.

Consulados de Aficionados



Los Consulados de Aficionados, que son puntos de acceso más pequeños en escala, deben ser establecidos en puntos estratégicos durante los días de partido. Más precisamente, los Consulados de Aficionados deben estar ubicados en zonas céntricas con alto tránsito de tráfico, lugares donde los hinchas sólo permanecen momentáneamente, como estaciones de tren, aeropuertos y alrededores de los estadios. ■



¿QUIÉN ORGANIZA Y DIRIGE LAS EMBAJADAS DE AFICIONADOS?

Embajadas de Aficionados estables

Una Embajada de Aficionados estable está dirigida por el coordinador de la Embajada de Aficionados, sus asistentes, aficionados locales y voluntarios. El personal del servicio de una Embajada de Aficionados estable tiene que estar adecuadamente preparado y cualificado. El personal de la Embajada de Aficionados debe recibir una formación colectiva con el fin de obtener una comprensión de la cultura de hinchas de los grupos a los que se orientan, un conocimiento local detallado, los puntos de contacto y los canales eficaces de comunicación con todos los organismos y autoridades pertinentes, así como un buen conocimiento de los idiomas involucrados. El equipo del personal debe ser gestionado por el coordinador de la Embajada de Aficionados, que es responsable de los cambios pertinentes y del plan de comunicación.

El perfil de un trabajador de la Embajada de Aficionados es:

- Cuenta con la confianza de los aficionados
- Profundo entendimiento de la cultura de hinchas
- Capaz de comunicarse y trabajar con diferentes grupos de seguidores
- Socio de confianza para las demás partes/agencias involucradas
- Buen conocimiento de lenguas extranjeras

Los cursos de formación para los trabajadores de la Embajada deberán estar estandarizados, y se mantendrán en una fase preparatoria. En los talleres con trabajadores/voluntarios de la Embajada, se deberá informar de todos los aspectos pertinentes (país, ciudad, estadios, cultura, leyes, torneo ...). Los miembros del FSE tienen el conocimiento y la experiencia como para asumir un papel de asesores en la organización de este tipo de talleres, y podrán ser requeridos como instructores para los miembros de la Embajada de Aficionados.

Embajadas de Aficionados móviles

Las Embajadas de Aficionados móviles están dirigidas por equipos de expertos de la red internacional de la Football Supporters Europe (FSE). Los trabajadores de las Embajadas de Aficionados cuentan en su mayoría con años de experiencia en partidos de fútbol, y por lo tanto, son capaces de responder a las necesidades de forma rápida y flexible, y están preparados para cualquier situación de emergencia o crisis. Es extremadamente importante que los trabajadores de las Embajadas móviles tengan acceso a todas las áreas (estadios, zonas de aficionados, etc.) con el fin de acompañar a sus hinchas donde quiera que vayan. ■



¿QUÉ SE NECESITA?

Imagen de marca

El exterior de la Embajada de Aficionados estable deberá estar claramente señalizada con la marca 'Embajada de Aficionados', a ser posible en varios idiomas. El logotipo debe ser uniforme en tamaño y color en todas las Embajadas de Aficionados estables de un torneo. Las Embajadas de Aficionados móviles están normalmente coordinadas en el marco del FSE, y debe ser marcado con el logotipo particular del FSE de la Embajada de Aficionados del país respectivo. Este logotipo, una variación del logotipo neutral de la Embajada de Aficionados de la FSE, deberá además ser utilizado en todas las publicaciones producidas y distribuidas por las Embajadas de Aficionados



internacionales. Una similitud visual de los logos en las Embajada estables y móviles ayudaría a los seguidores a reconocer fácilmente las Embajadas de Aficionados en las diferentes sedes durante un torneo.

Equipo

Una Embajada de Aficionados estable debe estar equipada con:

- Una oficina lo suficientemente amplia como para asegurar un lugar seco para al menos cuatro aficionados y al menos cuatro trabajadores de la Embajada de Aficionados
- Una oficina con una mesa y sillas suficientes para el personal de la Embajada, aficionados y al menos cuatro trabajadores de la Embajada de Aficionados
- Una línea telefónica fija
- Al menos dos PCs o portátiles con acceso a Internet para el personal de la Embajada de Aficionados
- Por lo menos un PC con conexión a Internet que pueda ser usado por los aficionados visitantes de forma gratuita
- Una impresora, tinta de impresora y papel de impresora

- Un escáner o fotocopiadora
- Una gran pantalla de TV plana fija (por lo menos 93cm) con una conexión a los canales que televisan los partidos en vivo
- Una nevera con refrescos para el personal de la Embajada y agua para los aficionados visitantes
- Una máquina de café
- Un inodoro y un lavabo con agua de descarga
- Un kit de primeros auxilios, y lo ideal sería una unidad de primeros auxilios/ambulancias en las proximidades
- Tablones de anuncios móviles que se puedan colocar fuera de la Embajada de Aficionados estable
- Un cuarto separado para aquellos que necesitan hablar en privado con el personal de la Embajada de Aficionados
- Mesas en el exterior y bancos/sillas y al menos una sombrilla. Espacio suficiente para colocar este tipo de asientos directamente en la Embajada de Aficionados estable
- Aparatos/juegos atractivos como un fútbolín

Una Embajada de Aficionados móvil debe consistir en:

- Una camioneta, un automóvil o una furgoneta que se pueda mover fácilmente y con flexibilidad para ser colocada
- Mesas en el exterior y bancos/sillas
- Una sombrilla
- Al menos un ordenador portátil

Accesibilidad

Las Embajadas de Aficionados estables y móviles deben garantizar la plena accesibilidad para los aficionados minusválidos. Por lo tanto, deben estar ubicadas en un lugar accesible para los seguidores minusválidos. No debería haber obstáculos como escaleras en las Embajadas de Aficionados estables, con el fin de poder acceder a las mismas fácilmente. ■

PRÁCTICA IDEAL

Autobús de dos pisos en Alemania

En varios torneos, las Embajadas de Aficionados móviles alemanas han usado un llamativo y original autobús de dos pisos londinense de color rojo. Este vehículo no sólo atrajo a los aficionados y medios de comunicación, sino que era lo suficientemente amplio como para satisfacer todas las necesidades de los aficionados de la Embajada móvil.





INFORMAR A LOS AFICIONADOS

A pesar de que el enfoque debe establecerse en una calurosa bienvenida para los aficionados visitantes, es esencial saber lo que pueden esperar y lo que pueden hacer o no hacer. Debido a una amplia gama de posibles preguntas y debido a las cambiantes situaciones que pueden surgir durante los torneos, las Embajadas de Aficionados deberían tener el beneficio de canales de venta directa de entradas y de comunicación abiertos para permitir una rápida actualización, modificación o aclaración de la información. Un lema útil para la Embajada de Aficionados es “puede que no lo sepamos todo, pero sin duda sabremos encontrar una rápida solución”.

Las Embajadas de Aficionados estables deben actuar como principal punto de contacto para las Embajadas de Aficionados móviles. Por otra parte, es muy recomendable mantener unas relaciones estrechas con las autoridades públicas, la policía y los medios de comunicación a lo largo de todo el torneo. Ha demostrado ser útil que las Embajadas de Aficionados estables tomen parte en la responsabilidad de la planificación estratégica y logística de las Embajadas de Aficionados móviles. Las Embajadas de Aficionados estables deben reunir e intercambiar información útil con las partes/agencias involucradas, exentas de datos personales y datos pertinentes para su investigación.

Las Embajadas de Aficionados deben ser capaces de proporcionar información especializada sobre los intereses y necesidades particulares de los hinchas. Una Embajada de Aficionados, por lo tanto, tendrá que ser capaz de suministrar información precisa y con información actualizada sobre:

La geografía de la ciudad anfitriona y sus alrededores

Un suministro abundante de mapas que, por razones ecológicas, deberían incluirse en los FanGuides o fanzines, es inestimable.

Alojamiento disponible

Muchas ciudades tienen un sistema central de reservas de alojamiento (es necesario estar en estrecho contacto con la Embajada de Aficionados). Por otra parte, las listas de los hoteles deben estar disponibles e idealmente actualizadas, con hoteles con alojamiento completo y disponibilidad de reservas. Los detalles de alojamiento, tales como campamentos para aficionados, campings, albergues o alojamientos de emergencia deberán estar también disponibles.

Transporte local y nacional

Muchos hinchas no sólo necesitan las direcciones para llegar a su alojamiento y dentro de la ciudad anfitriona, sino también los horarios y las rutas de los

trenes o autobuses para ir al próximo partido en otra sede. En particular, los detalles de transporte hacia y desde los estadios durante los días de partido serán cruciales. Debe mantenerse un contacto regular con las agencias de transporte para informar de los servicios adicionales dispuestos o necesarios.

Comer, beber y lugares de ocio

Además de una lista general de bares, restaurantes, clubes, etc., también será útil para la Embajada de Aficionados ofrecer información relacionada con las necesidades particulares de los diferentes grupos de hinchas - por ejemplo, la preferencia de muchos hinchas de Inglaterra por un pub inglés-. El asesoramiento sobre zonas "problemáticas" de las ciudades que es mejor evitar, puntos calientes con delincuencia, etc., también puede ser útil.

Servicios de emergencia

La Embajada de Aficionados debe informar a los aficionados de la asistencia médica más cercana, estación de bomberos o comisaría de policía. Deberá haber disponibles listas de farmacias, médicos y abogados, en particular aquellos con conocimientos de lenguas extranjeras.

Servicios consulares

La Embajada de Aficionados debe estar en estrecho contacto con las agencias consulares de cualquier país cuyos equipos estén jugando a nivel local, con el fin de hacer frente a cuestiones tales como pasaportes perdidos, etc.

Leyes y regulaciones locales

Pueden ser diferentes de la legislación vigente en el país de origen de los aficionados. Los ejemplos más comunes de interés para los aficionados serán las leyes sancionadoras por conducir ebrio, normativas locales relativas a beber en las calles y venta de entradas en el mercado negro

Detalles del torneo

La información como el calendario de los partidos, las horas de comienzo, los lugares, los horarios y ubicaciones de transportes como los autobuses, etc., tiene que ser proporcionada por las Embajadas de Aficionados.

Reglamento sobre control de multitudes y de artículos prohibidos

Esto podría incluir la ubicación de los cordones de entradas, objetos que no pueden entrar en los estadios, dónde se pueden colocar las banderas y las pancartas, venta de alcohol en los estadios, etc.

Entradas

Las Embajadas de Aficionados no venden entradas, pero tendrán que disponer de un máximo de información actualizada y precisa de los organizadores del torneo sobre la disponibilidad de entradas, precios, puntos de venta y condiciones de venta. Las Embajadas de Aficionados también pueden ser de ayuda para los hinchas ofreciendo un seguimiento informal de la situación del mercado negro, incluyendo el número general de entradas disponibles y sus precios. Se debe proporcionar una orientación clara en cuanto a la legalidad del mercado negro nivel local, pero los hinchas siempre se benefician más de una difusión objetiva, sin prejuicios de información.

Para cumplir todos estos objetivos y las tareas de las Embajadas de Aficionados, es necesario tener una red de comunicación simple y de trabajo a su disposición. Esta red de comunicación debe garantizar la comunicación directa con todos los grupos pertinentes u organizaciones. Los pasos deben ser cortos y directos, con el fin de entrar fácilmente en contacto con todas las personas pertinentes de toda la organización. ■





CANALES DE COMUNICACIÓN DE LAS EMBAJADAS DE AFICIONADOS

Una red de información específica para aficionados que consiste en FanGuides nacionales y locales impresos en varios idiomas, fanzines, folletos, mapas, carteles y pegatinas que se proporcionarán a los simpatizantes extranjeros y locales, así como facilitarles la información más importante.

FanGuide impresa

Para cada torneo nacional se deberá editar una FanGuide. Ésta es una guía general y genérica que contiene información de todas las ciudades sede y de los equipos participantes. En el caso que haya dos países de acogida, se recomienda una FanGuide común para ambos. Además, se podrá publicar una FanGuide local única en cada ciudad anfitriona. Las FanGuides contienen información completa sobre el viaje y se complementan con datos interesantes e históricos de los equipos participantes y sus hinchas. La publicación también debe incluir retratos de la ciudad y sus personajes ilustres incluidos en las secciones culturales, así como de la cultura de hinchas locales. Otro elemento importante es el suministro de información sobre las reglamentaciones del estadio, y una lista de artículos permitidos y prohibidos.

Una FanGuide debe caracterizarse por un alto nivel de contenidos y muy poca publicidad. Las copias de las FanGuides deben ser editadas idealmente en inglés y en todos los idiomas de los países de acogida y equipos participantes. Las FanGuides representan un elemento útil e indispensable para una buena acogida. No sólo es un gran activo para los aficionados locales y extranjeros, sino también una excelente oportunidad para involucrar a los grupos locales de hinchas en una fase temprana, incluso antes del torneo.

Durante las últimas Eurocopas y Copas del Mundo, las instituciones, ciudades anfitrionas, empresas, etc., editaron varias FanGuides. Es difícil encontrar información completa para los aficionados en una sola FanGuide. Sería mejor proporcionar toda la información a la FSE, al Departamento de la Embajada de Aficionados y a las iniciativas de las Embajadas de Aficionados nacionales con el fin de ofrecer y promocionar una FanGuide oficial de la Embajada, que contendrá toda la información necesaria para los diferentes grupos de apoyo.

Se debe tener en cuenta los aspectos ecológicos en relación a las FanGuides: una FanGuide que

se publica en un número bien calculado y que se distribuye directamente entre sus seguidores no tendrá más de 10.000 copias. Lo ideal sería que las FanGuides estuvieran impresas en papel reciclado.

PRÁCTICA IDEAL



FanGuide World Cup 2006

Durante la Copa Mundial 2006 en Alemania, se distribuyó la asombrosa cantidad de 500.000 FanGuides en las Embajadas de Aficionados y taquillas, o fueron distribuidas por los voluntarios en las sedes y alrededores de los estadios. Los folletos con libre información fueron repartidos en su mayor parte entre visitantes extranjeros, aunque un buen número de aficionados alemanes se interesaron también por las FanGuides. La FanGuide de 2006 fue producida y escrita con la participación activa de varios aficionados de todo el país. Se necesitó más de seis meses para la producción de esta FanGuide de 132 páginas.

FanGuide online

Un FanGuide online multilingüe e interactiva deberá estar activa seis meses antes del torneo.

Las FanGuides online deberán contener toda la información básica que se puede encontrar en una FanGuide impresa. Por otra parte, debe ser actualizada periódicamente con las últimas noticias en varios idiomas. Debido a la interactividad de la web, los trabajadores de la Embajada pueden responder rápidamente a cualquier duda o pregunta. Los blogs y perfiles en redes sociales como Facebook y Twitter aumentan el intercambio directo e interactivo con los aficionados.

Las FanGuides online estarán disponibles en los siguientes dominios:

www.fanembassy.org/fanguide

www.2012fanguide.org,

www.2014fanguide.org y así sucesivamente.

Fanzines

Cada equipo de una Embajada de Aficionados móvil debe publicar material impreso específico de información para hinchas. La experiencia ha

demostrado que los fanzines, revistas específicas que son producidas por aficionados y para aficionados, son de gran popularidad entre los mismos. Los fanzines deberán elaborarse idóneamente para cada partido durante una Eurocopa o un Mundial en el idioma del respectivo país. Los fanzines y otros materiales informativos como folletos deben contener información específica sobre el partido, los oponentes, sus hinchas y el lugar. Los fanzines se hacen a menudo con un toque humorístico y pueden incluir pasatiempos y adivinanzas relacionadas con el fútbol.

PRÁCTICA IDEAL



Free Lions

La Federación de Fútbol Inglés (FSF) no sólo organiza una Embajada de Aficionados para cada partido del equipo de los tres leones, sino que distribuye el fanzine "Free Lions" por y para el partido. La FSF produce su brillante Free Lions en formato Din-A5 con un máximo de 30.000 copias por partido. El fanzine es producido y distribuido por los miembros del FSF y por una base de voluntarios, y goza de gran popularidad entre los aficionados ingleses.

Otras publicaciones

Por otra parte, se pueden editar flyers y folletos que incluyan mapas y una lista de datos para que los aficionados estén en contacto con la Embajadas de las ciudades anfitrionas. ■



OTROS SERVICIOS Y ACTIVIDADES DE LAS EMBAJADAS DE AFICIONADOS

Mediación

Los miembros de los equipos de una Embajada de Aficionados móvil deben ser aficionados experimentados o trabajadores sociales profesionales. Es altamente recomendable consultar a los trabajadores de las Embajadas de Aficionados en casos de conflicto o después de las intervenciones de la policía, ya que ha demostrado ser una medida de éxito en varias ocasiones durante los últimos torneos.

Ayuda en Casos de Emergencia

En casos de emergencia tales como robos, las Embajadas de Aficionados pueden servir para garantizar una ayuda profesional y rápida en la lengua respectiva.

Reunión e Intercambio

Los torneos de fútbol a alto nivel internacional son una increíble oportunidad para impulsar el intercambio intercultural entre los jóvenes y adultos de diferentes países y sus culturas respectivas. Por lo tanto, las Embajadas de Aficionados deben ser atractivas para los aficionados y estar bien equipadas con mesas, sillas, tableros informativos y otros aparatos o juegos atractivos. Las ofertas adicionales pueden incluir:

- Un programa cultural y ofertas de responsabilidad social: En la proximidad de las Embajadas de Aficionados podrán tener lugar actividades para hinchas. En el pasado esta combinación ha demostrado ser un gran atractivo para los aficionados.

PRÁCTICA IDEAL

FARE Streetkick junto a las Embajadas de Aficionados

Durante las Eurocopas de 2004 y 2008, el personal de las Embajadas internacionales estables y móviles dio su apoyo durante el torneo al programa FARE contra el racismo. La combinación de Embajadas de Aficionados y FARE Streetkick resultó ser especialmente exitosa, ya que reúne a los aficionados y las comunidades de inmigrantes y crea una atmósfera positiva y amistosa alrededor de las Embajadas de Aficionados, como se demostró en Ginebra o en Lisboa. Por otra parte, las Embajadas de Aficionados apoyan, obviamente, a la FARE y a la lucha de la UEFA contra el racismo y los valores del multiculturalismo, con entrega de materiales como el fanzine EURO 2008 FARE y folletos de exposiciones durante todo el torneo.





- Intercambio cultural: En colaboración con clubes de aficionados locales, jóvenes e instituciones culturales en las ciudades sede, se pueden organizar eventos entre los jóvenes de la ciudad e invitados extranjeros. ■

PRÁCTICA IDEAL



LISA-EURO 2008

El equipo de la Embajada de Aficionados en Innsbruck trabajó en colaboración con la asociación LISA, una alternativa llevada a cabo en la EURO 2008 con un enfoque especial en el fútbol y en los problemas de los hinchas. El objetivo de esta serie de eventos fue sensibilizar y profundizar en temas críticos y diversos. Se examinaron diferentes temas como el racismo, la homofobia en el fútbol, etc., y participaron expertos de los respectivos campos. LISA son las siglas de League for Integration, Sports and Anti-Racism (Liga para la Integración, Deportes y Lucha contra el Racismo).

Ejemplo positivo de la Embajada de Aficionados española:

Cuando se pone en marcha una Embajada de Aficionados, a veces ocurren cosas que no tienen nada que ver con las tareas principales, que son el asesoramiento, mediación en conflictos, suministro de entradas e información del hotel o informar de los reglamentos del estadio. Algo curioso ocurrió en el torneo EURO 2008 en Austria, cuando los aficionados ingleses se presentaron queriendo jugar un partido amistoso contra España. Habían organizado un campo de fútbol en un pueblo cercano a Innsbruck y habían comprado camisetas para el equipo. Así pues, se formó espontáneamente un equipo de aficionados españoles y disfrutamos jugando en un campo verde de los Alpes austriacos. Estos encuentros muestran cómo el fútbol puede unir a la gente de diferentes naciones.



¿QUIÉN DEBEN SER LOS ASOCIADOS DE LAS EMBAJADAS DE AFICIONADOS?

Un amplio y armónico programa de la Embajada de Aficionados anfitriona proporciona el máximo beneficio a todos los seguidores. Por lo tanto, una colaboración de las FSE con los siguientes asociados es vital para el establecimiento de una Embajada de Aficionados profesional. Mostramos a continuación una división idónea de tareas y responsabilidades en el desarrollo de un amplio programa de la Embajada de Aficionados en un torneo internacional.

UEFA

Como principal organismo del fútbol europeo y organizador de la Eurocopa, la UEFA es, naturalmente, el principal socio de las Embajadas de Aficionados, y ha proporcionado financiación para su puesta en práctica desde la Eurocopa de 2004. La UEFA también es responsable por haber proporcionado y garantizado el acceso de los trabajadores de las Embajadas de Aficionados móviles y estables a todas las áreas relevantes.

Comité Organizador Local / Ciudades anfitrionas

El Comité Organizador Local y las ciudades de acogida deben ser responsables del establecimiento de Embajadas de Aficionados estables en áreas clave de la ciudad, a ser posible en estrecha colaboración con la división de aficionados de la Embajada de hinchas de

fútbol de Europa. Por otra parte, las ciudades de acogida deben cubrir los costes del personal o de los voluntarios y del equipo de la Embajada de Aficionados estable. Para que las Embajadas de Aficionados Móviles trabajen eficazmente, las ciudades de acogida facilitarán a la FSE lugares ideales para que los equipos internacionales establezcan una Embajada de Aficionados durante el torneo.

Países participantes

La experiencia ha demostrado que las instituciones y órganos de gobierno de fútbol de los países participantes deben asumir la responsabilidad de la financiación total o parcial de la de la Embajada a sus aficionados nacionales, como es el caso de las Embajadas de Aficionados inglesas y alemanas, entre otras, ya que ofrece un servicio esencial para los aficionados que viajan al torneo.

Asociaciones Nacionales de Fútbol

Las Asociaciones de Fútbol deben facilitar toda la información necesaria acerca de los hinchas y entradas, así como promover la labor de las Embajadas de Aficionados. Esto será útil para el trabajo con los hinchas, y será muy útil para obtener la información más reciente para las FanGuides acerca de la venta de entradas, etc., ya que, especialmente durante el evento,

los aficionados dependen en gran medida de todas las noticias proporcionadas sobre la venta de entradas e información general. Una comunicación clara y directa también facilitará la labor de la Asociación de Fútbol en las ciudades anfitrionas y puede ayudar a responder a preguntas como: ¿Dónde quiere ir? ¿Dónde están las taquillas? ¿Precios? ¿Horarios? ¿Contactos?...

Para una buena preparación de las Embajadas de Aficionados en una Eurocopa o Mundial, las asociaciones de fútbol pueden promover el trabajo de la Embajada de Aficionados, ofrecer buenos lugares para los equipos de las Embajadas cerca del estadio, permitir el libre acceso al estadio durante los partidos y apoyar el trabajo de las Embajadas. Los equipos de las Embajadas de Aficionados realizarán un informe después de cada partido sobre los incidentes, problemas y comportamiento de los aficionados antes, durante y después de los partidos. Las Embajadas de Aficionados y las Asociaciones de Fútbol tienen que actuar como dos socios independientes en su trabajo para y con sus grupos de apoyo.

Policia

La cooperación positiva entre la policía y los equipos de las Embajadas de aficionados es de vital importancia en un contexto de prevención integral. Aunque los métodos difieren, los objetivos son idénticos: evitar problemas. Ambas partes no sólo necesitan comprender el trabajo de los otros, sino que debe cooperar en diversos temas. Es importante señalar que el intercambio de información sobre los movimientos de multitudes y áreas con problemas potenciales o información sobre los aficionados detenidos no deben ser visto como herramienta de trabajo de la policía de investigación. ■

Resumen gráfico de los posibles asociados

Asociado	Campos de cooperación potenciales
UEFA	<ul style="list-style-type: none"> Financiación Información y acreditación de entradas
Asociaciones Nacionales de Fútbol	<ul style="list-style-type: none"> Información y acreditación de entradas de los partidos antes del torneo
País anfitrión	<ul style="list-style-type: none"> Cofinanciación para las Embajadas de Aficionados estables Información genérica
Comité Organizador local / Ciudades anfitrionas	<ul style="list-style-type: none"> Lugares para las Embajadas de Aficionados estables y móviles Cofinanciación para las Embajadas de Aficionados estables Información sobre las ciudades anfitrionas Voluntariado
Autoridades Públicas	<ul style="list-style-type: none"> Condiciones organizativas locales/nacionales
Policia	<ul style="list-style-type: none"> La policía debe tener en cuenta los beneficios del trabajo de la Embajada de Aficionados Aceptación recíproca y comprensión de los métodos de trabajo, intercambio de información Cooperación en asuntos genéricos de control de multitudes
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> Información turística genérica
Clubes de Fútbol locales	<ul style="list-style-type: none"> Disposición de los locales Simpatía hacia los aficionados Información específica para aficionados
Aficionados locales	<ul style="list-style-type: none"> Disposición de información para las FanGuides Voluntarios locales y nacionales

PRÁCTICA IDEAL

Partido- Día 1 (Match Day-1) Reuniones para la seguridad

En la Eurocopa 2008 de Austria y Suiza, los representantes de las Embajadas de Aficionados fueron invitados a participar en el MD-1 (Partido-Día 1), reuniones enfocadas en la seguridad antes de cada partido. Estos encuentros reunieron a delegados de las Embajadas de Aficionados internacionales que participaban en el partido (junto con el Coordinador la Embajada de Aficionados estable), Asociación Nacional de Fútbol, policía local, policía de los países que juegan, Jefe de Seguridad del estadio, así como otras posibles partes interesadas. La celebración de estos encuentros dio a todas las partes la oportunidad de debatir cuestiones de seguridad en relación a los partidos, intercambiar información sobre los problemas que los aficionados han encontrado anteriormente y adoptar las disposiciones necesarias. Por otra parte, las reuniones han fomentado la cooperación entre todas las partes, así como el reconocimiento oficial de una comprensión total de los trabajos de la Embajada de Aficionados entre las autoridades locales.





¿CUÁNDO? UN PROGRAMA DE TRABAJO IDÓNEO

Fase preparatoria

Después de la Copa del Mundo viene la Eurocopa, y viceversa. Los preparativos para el próximo campeonato deben comenzar desde muy pronto, por no decir, el día después de la anterior final. A esta fase preparatoria de dos años se deben incluir los siguientes temas y eventos:

Gestiones y fomento de la Embajadas de Aficionados - desde 2 años antes del torneo

- Las gestiones para los servicios de la Embajada de Aficionados y los conceptos relacionados con la hospitalidad en los torneos internacionales deben comenzar a organizarse idóneamente dos años antes del torneo. El objetivo de esto es construir cooperaciones entre la FSE y las asociaciones nacionales de Fútbol, gobiernos, policía, ciudades anfitrionas y organizaciones asociadas e instituciones como la FARE, embajadas extranjeras, organizaciones no gubernamentales, grupos locales de aficionados, etc.
- Los conceptos de la Embajada de Aficionados deben ser promovidos en los eventos de la FSE. Para ello, se deben organizar talleres en los respectivos países.

- Deberá iniciarse el apoyo y la participación de los aficionados locales y las iniciativas de los aficionados y sus proyectos. Los aficionados locales pueden significar un beneficio vital para las Embajadas de Aficionados estables.

Investigación - desde 1 año y medio antes del torneo

- La investigación de la información esencial y relevante para las versiones de la FanGuide impresa y online, así como otras publicaciones de todas las Embajadas de Aficionados debe comenzar tan pronto como sea posible, a ser posible un año y medio antes del torneo. Para asegurar un contenido de gran calidad y la difusión de la información, se recomienda colaborar con la UEFA, Asociación Nacional de Fútbol, Comités Organizadores, oficinas turísticas, grupos de aficionados y clubes locales.

Creación de redes y la formación - desde 1 año antes

- Los seminarios de formación y las Embajadas de Aficionados se deben organizar en el caso de Embajadas de Aficionados nuevas o

inexpertas en estrecha cooperación con los equipos de Embajadas de Aficionados con experiencia dentro la FSE. Esto se puede hacer con una buena calificación y con partidos amistosos.

- Deben organizarse varios eventos en la red para las Embajadas de Aficionados ya existentes, así como para las potenciales, preferentemente en las ciudades anfitrionas. En esta ocasión, podrán intensificarse los contactos con la AFN, gobiernos, policía, ciudades anfitrionas y organizaciones asociadas e instituciones como la FARE, embajadas extranjeras, organizaciones no gubernamentales, grupos locales de aficionados y clubes de fútbol locales.

Suministro de información - desde seis meses antes

- Sería ideal que el lanzamiento del sitio web con la FanGuide en varios idiomas estuviera disponible el día del sorteo final.
- La FanGuide genérica impresa deberá ser publicada antes del torneo, mientras que las FanGuides locales y cualquier otra publicación impresa deberá ser publicada y distribuida poco antes del torneo con el fin de incluir las últimas noticias.

Durante el torneo

Embajadas de Aficionados estables

Las Embajadas de Aficionados estables deben estar activas un día antes del inicio del partido del torneo como muy tarde.

El servicio debería estar disponible durante el mayor número posible de horas. Una línea telefónica de ayuda las 24 horas debe ponerse a disposición de los aficionados para cuando la Embajada de Aficionados está cerrada. La flexibilidad en respuesta a las necesidades de los grupos de hinchas es clave, pero en general el servicio debe estar disponible durante toda la duración del torneo.

Embajadas de Aficionados móviles

En el mejor de los casos, las Embajadas de Aficionados móviles trabajarán cuatro días, durante los partidos de su respectivo equipo nacional. Es muy recomendable que se inicie dos días ante del partido y que preste servicio hasta un día después del mismo.

El servicio de las Embajadas de Aficionados móviles también debe estar disponible a través del mayor número posible de horas. Se deberá crear una línea telefónica de ayuda las 24 horas y publicidad.

Consulados de aficionados

El horario de apertura de los consulados depende de varios factores como si coinciden los horarios, capacidad del estadio y el tránsito previsto. ■





¿SABÍAS QUE...?

Lo que NO es una Embajada de Aficionados

- Un punto de venta de entradas
- Un comercial de la empresa
- Una oficina de apuestas
- Una barra para pedir comida u cervezas
- Una herramienta de las autoridades policiales

Acuerdo y Normas de Privacidad

- No se tolerará ningún tipo de ofensa a un individuo, grupo, religión, raza, nacionalidad, empresa u organización ni en el hotel ni en las cercanías de la Embajada de Aficionados, o en sus publicaciones como FanGuides, folletos, etc.
- Cada aficionado que visita la Embajada de Aficionados será tratado de una forma respetuosa, amable y educada, independientemente de su nacionalidad, raza, religión, edad, género u orientación sexual.
- Las Embajadas de Aficionados están abiertas para todos los seguidores. Nadie será excluido y todos tienen acceso a toda la información y al apoyo de la misma. La información proporcionada a los trabajadores profesionales o voluntarios de la Embajada es estrictamente confidencial y no puede ser relevada sin autorización expresa de la persona que proporcionó la información o a aquellos a los que se refiere la información.

- No se permite que cualquier persona que no pertenece al personal de la Embajada de Aficionados recopile información de los aficionados visitantes en el interior de la Embajada de Aficionados o utilice la información que se da al personal de las Embajadas de Aficionados en confianza.
- Se respetarán y cumplirán todas las leyes europeas en materia de protección de la intimidad de las personas. Ningún dato personal será proporcionado a nadie fuera de la Embajada de Aficionados si no es con el permiso expreso de la persona involucrada. No se comunicará ningún dato o información si estos datos o información se puede reducir a una persona o grupo en particular.
- Todas las leyes europeas sobre derechos humanos, derechos civiles y derechos de un sospechoso de un delito penal deben ser respetadas y mantenidas.
- La Embajada de Aficionados debe ser un “terreno neutral”. Esto significa que es un lugar acogedor para todos los aficionados al fútbol. Las Embajadas de Aficionados no deben estar vinculadas a ninguna organización comercial. Por supuesto, se podrá distribuir dentro de la Embajada de Aficionados cualquier información de interés para los aficionados, por ejemplo, la ciudad anfitriona, la policía, la UEFA, la FIFA o el Comité Organizador Oficial de una Eurocopa o un Mundial.

Patrocinio: lo que se quiere, lo que es beneficioso, lo que está permitido

En líneas generales, las Embajadas de Aficionados móviles tienen la posibilidad de ser patrocinadas por empresas comerciales. Sin embargo, la experiencia muestra que la mayoría de los aficionados al fútbol son bastante sensibles hacia el patrocinio comercial en general, así como en el marco de las Embajadas de Aficionados. Para la aceptación de los servicios prestados a una Embajada de Aficionados, es preferible no tener patrocinio comercial. Además, las regulaciones de la UEFA y de la FIFA en los torneos internacionales son muy rigurosas. En lo que se refiere a los campeonatos europeos, la UEFA, por lo general, apoya financieramente a las Embajadas de Aficionados móviles. Por lo tanto, las Embajadas de Aficionados móviles no pueden promover logos de los de las empresas comerciales patrocinadoras en

las zonas restringidas por la UEFA en los alrededores de los estadios y en las ciudades de acogida.

Principios fundamentales de la FSE

Cada iniciativa de Embajada de Aficionados de la FSE que es parte de la red FSE declara oficialmente que reconoce los estatutos de la red y que apoya activamente a sus principios:

- No tolera la discriminación de ninguna persona de cualquier grupo, incluyendo los siguientes: origen étnico, capacidad, religión, género, orientación sexual y edad.
- Rechaza la violencia, tanto verbal como física.
- Defiende la autonomía y otorgamiento de poderes a los aficionados al fútbol.
- Promueve una cultura de hinchas de fútbol positiva, incluyendo valores como el juego limpio y el buen gobierno. ■



CONCLUSIONES

Los requisitos esenciales para el éxito de una Embajada de Aficionados son un personal entusiasta y dedicado, conocedor y atento a la cultura de hinchas, un compromiso real y serio por parte de todas las autoridades pertinentes para que la Embajada de Aficionados sea una fuente de información actualizada y fiable integral para el bienestar de los aficionados, y los recursos adecuados para que se mantengan los estándares profesionales de prestación de servicios.

Si estos requisitos se cumplen, el servicio de

Embajada de Aficionados puede contribuir significativamente a la experiencia positiva de los aficionados al fútbol, generar sentimientos positivos de buena voluntad entre grupos de hinchas y hacer que se sientan más integrales y valiosos durante el transcurso de un torneo o partido individual. Los servicios de la Embajada de Aficionados, por lo tanto, pueden ser un gran beneficio para todas las partes implicadas en todos los torneos de fútbol más importantes. ■

32 DOCUMENTACIÓN

Ejemplo de un informe diario de una Embajada de Aficionados móvil

Informe del equipo de la Embajada de Aficionados móvil español en Viena, memoria para el período 20.06.-23.06.08 para el partido Italia – España

Actividades del equipo de la Embajada de Aficionados	<p>Cuando llegamos nos encontramos con los equipos de la Embajada de Aficionados estable y de la Embajada de Aficionados italianos, con el fin de coordinar y planificar nuestras actividades para el día siguiente. Nuestra presencia y ayuda en la Embajada estable fue constante. Nuestra ubicación era la Plaza Schwedenplatz (información para italianos y españoles, folletos, FanGuide, ayuda, etc.). La cooperación con el equipo italiano fue fabulosa. Dos de nosotros fuimos a menudo al centro de la ciudad, zonas de hinchas, calles... donde entregamos información y material de apoyo a los aficionados españoles. La información sobre venta de entradas fue importante (presencia ocasional en RFEF's TIP). El día del partido, estábamos en la Embajada de Aficionados estable y en Schwedenplatz, donde nuestra Embajada de Aficionados móvil fue ubicada. Antes de que el partido comenzara, dos de nosotros fuimos a comprobar los alrededores del estadio, los accesos y el interior del estadio. Dos personas más se quedaron con el personal de la Embajada de Aficionados estable en el fanzone durante el partido y en el centro de la ciudad después del mismo. Por la noche, tres de nosotros estuvimos en un punto cercano a la Embajada estable, donde los aficionados españoles estaban celebrando el triunfo.</p>
Embajada de Aficionados estable	<p>La cooperación, el apoyo y proposiciones fueron bastante buenos. Podíamos usar toda nuestra logística y el conocimiento local para trabajar con los aficionados. A veces pudimos contar con voluntarios de la Embajada de Aficionados estable.</p>
Ambiente en la ciudad	<p>Muchos aficionados llegaron a la ciudad a partir del de 21/06. El día del partido, la mayoría de los aficionados españoles se encontraban en los lugares más céntricos de la ciudad. El pueblo austriaco en general no estaba realmente interesado en la EURO 2008. El día del partido Turquía-Croacia, la ciudad estaba llena de aficionados. El ambiente entre los aficionados era un poco tenso, aunque sin agresividad. Pudimos ver la celebración típica turca en el centro de la ciudad.</p>
Comportamiento de los aficionados	<p>Los aficionados españoles e italianos no tuvieron problemas con los demás. Algunos de ellos realmente se conocían entre sí y algunos de ellos se reunieron en Viena (seguidores del Lazio y Real Madrid). La mayoría de los aficionados españoles se reunía en bares y restaurantes, se servía de las ofertas culturales y se comportó de manera positiva. Tras el partido, muchos aficionados se reunieron en el centro de la ciudad para la consiguiente celebración. No hubo incidentes notables. La policía sólo requisó un balón de fútbol, después de algunos que vecinos de la zona se quejaron.</p>
Seguridad Día de partido - 1 encuentro con UEFA (22.06.08)	<p>Tuvimos una reunión con la UEFA el día antes del partido. El equipo de la UEFA explicó el camino hacia el estadio, la situación en relación a las entradas y el ocio disponible. Dijeron que las banderas demasiado grandes serían confiscadas. También hablaron sobre algunos indicios preocupantes que algunos hinchas españoles suelen mostrar.</p>

Pantalla pública-Fanzone	La zona reservada a la pantalla pública sólo estuvo llena durante el partido Turquía-Croacia. España-Italia también convocó a bastante gente. Los Fanzones cerraban muy temprano, casi después del fin de cada partido. Había un ambiente acogedor y tranquilo entre los seguidores.
Partido (transporte, seguridad, policía, encargados de seguridad, ambiente, etc.)	Los seguidores llegaron al estadio de Viena en metro, y era fácil volver al centro de la ciudad. Hubo pequeños incidentes dentro del estadio en la sección reservada para españoles. Un aficionado español y uno austriaco tuvieron una pelea sin consecuencias: se mostraron algunas banderas a consecuencia de esto. Dos bengalas se encendieron en la sección española, afortunadamente sin intervención de la policía. Podría haber sido peor. La situación en las entradas y salidas era problemática, ya que era necesario para mostrar las entradas cada vez que se entraba y salía. Esta situación ocasionó algunos problemas durante los descansos, cuando la gente salía para comprar comida y bebidas o para usar los baños. Las disputas más fuertes tuvieron lugar entre los hinchas ultras, cuya admisión fue rechazada. Hicimos de mediadores y la situación se calmó. Es necesario colocar señales en español a entrada de las secciones explicando cómo es el procedimiento de entradas y salidas. Informamos a los seguidores con flyers, folletos, sitios web y personalmente acerca de las regulaciones en los estadios, así como del tamaño permitido de las banderas. Sin embargo, vimos varias banderas grandes en la sección española, lo que hizo nuestro trabajo inútil. Es posible que ellos pensaran que nuestra información era simplemente "mala información". Nuestros colegas italianos comentaron la discriminación en la sección italiana, como por ejemplo una seguridad más estricta. Tenemos que hablar de este problema en la próxima reunión con la UEFA.
Venta de entradas / Zonas libres del estadio	El día del partido, la Federación Española de Fútbol (RFEF) tenía entradas de 110 y 180 euros que se habían vendido sólo a españoles hasta el 21 de junio. El día del partido no hubo entradas en el mercado negro hasta el comienzo del partido (en las calles, centro de la ciudad, alrededores del estadio). El precio bajó a 80 euros por billete. Vimos muchos asientos vacíos en el estadio, la mayoría de ellos en las secciones italiana. Estimamos alrededor de 12.000 españoles y 9.000 aficionados italianos.
Policía / Seguridad	Como ya hemos visto en otras ciudades, la seguridad y el comportamiento de la policía fue la correcta.
Cooperación con FairPlay / FARE	No planeamos ninguna actividad con ellos, pero la Streetkick se encontraba junto a la Embajada de Aficionados estable, por lo que nuestra comunicación era fluida. Como de costumbre, también se distribuyó material FARE a nuestros aficionados.

34

Ejemplo de un informe diario de una Embajada de Aficionados estable

Informe diario de la Embajada de Aficionados estable en Basilea, 19.06.08

Un día antes del partido de cuartos de final Holanda-Rusia

Grupo target	Número	Multitud	Comprota- miento/ ambiente	Quejas/ elogios	Preguntas más frecuentes	Notas
Aficionados en la Embajada de Aficionados	1. turno: 50 personas, 300 guías de aficionados 2. turno: 50 guías de aficionados, 150 personas		Al comienzo calma, alrededor de mediodía los primeros holandeses aparecen en la ciudad.			Confusión de Münster- con Marktplatz
Aficionados fuera de la Embajada de Aficionados	1. turno: 120 personas, 130 guías de aficionados 2. turno: 200 personas y 165 guías de aficionados	En la SBB (Estación de la frontera con Basilea) grandes grupos sobre todo, sólo pocos viajeros individuales En la ciudad, una gran cantidad de lengua holandesa, algunos alemanes allí desde ayer. Pocos croatas en la ciudad.	La gente está contenta y buena-morada. Gran clima, atmósfera muy bonita. Ambiente muy tranquilo. Los holandeses hablan con todas las mujeres. Después del partido, los turcos se reunieron en Marktplatz por un momento, y luego se encamina hacia Barfüsserplatz. Ambiente muy tranquilo. Los holandeses aún lo celebran en Claraplatz. Los holandeses han ya han llegado hoy a la fiesta.	Un joven quiso dar personalmente las gracias a los trabajadores sociales de Alemania por su ayudar a ayer.	¿Dónde puedo dormir en mi coche con toda tranquilidad? (Pregunta de holandeses)	La policía -SBB- recibió llamadas de Embajada de Aficionados porque a un ciudadano turco le robaron todos los documentos, dinero libros de notas, etc. y quería marcharse a Alemania. La Embajada de Aficionados informó al consulado Turco, y el turca cónsul entró en contacto con el aficionado turco. La ciudad se viste de color naranja. Los holandeses se sabían mover por la ciudad muy bien.

Grupo target	Número	Multitud	Comprota- miento/ ambiente	Quejas/ elogios	Preguntas más frecuentes	Notas
Locales		Por todos sitios				
Policía, Seguridad Privada		Por todos sitios	Muy prudente			
Otros (Asocia- ciones de Fútbol, los equipos de la FSE, ambu- lancia, transporte público, tiendas, etc.)		Una gran cantidad de distribuidores de entradas en la estación.	Los trabajadores sociales rusos y holandeses han llegado hoy. La cooperación es buena por el momento.	Un trabajador social ruso tuvo un problema con el visado y no se le permitió entrar, y otro no se lo pudo permitir porque era demasiado caro.		Eugen (trabajados social ruso) nos ayudará en nuestra Embajada de Aficionados Y trabajará en la ciudad. Los holandeses tienen su Embajada de Aficionados en la esquina de Kaufhausgasse/ Freienstrasse

Ejemplo de línea de tiempo de trabajo para el desarrollo de las Embajadas de Aficionados en Suiza en la Eurocopa 2008

Paso	Tiempo	Experiencia de la EURO 2008 en Suiza
Compromiso con las ciudades anfitrionas para la provisión de lugares céntricos para Embajadas de Aficionados estables y móviles	2 años antes	Las Embajadas de Aficionados suizas se encuentran en áreas céntricas, pero se integran en una empresa comercial. Este fue un mal compromiso y se podría evitar en futuros eventos a través de una cooperación con suficiente antelación con las ciudades de acogida.
Participación de los aficionados locales	2 años antes	Los aficionados locales son los mejores expertos de su ciudad. La participación de los aficionados puede convertirse en un largo proceso, ya que suelen ser bastante críticos con respecto a los grandes torneos. La participación de los aficionados es más fácil cuando hay estructuras locales, tales como proyectos de aficionados y un diálogo con los mismos.
Información de las partes interesadas sobre los aficionados y Embajadas de Aficionados (como propietarios de restaurantes, responsables de turismo, policía, seguridad, etc.)	1 año y medio antes	Switzerland Tourism ha organizado seminarios destinados a los distintos grupos destinatarios. Estos seminarios incluyen cinco partes - una de ellas fue sobre los aficionados. Informar a los interesados acerca de los mismos fue importante, ya que redujo los temores injustificados y sin duda contribuyó a crear un ambiente relajado. Además fue una buena ocasión para presentar la Embajada de Aficionados y el equipo local.
Elección de un equipo local para dirigir la Embajada de Aficionados	1 año y medio antes	Un coordinador nacional puede hacerse cargo de un concepto general y preocuparse por los asuntos nacionales relativos a los aficionados y Embajadas de Aficionados. Sin embargo, es importante contar con un equipo en las Embajadas de Aficionados locales para agregar el resto de tareas y poder mantener a las Embajadas de Aficionados activas durante el torneo.
Contratación de equipos para las Embajadas de Aficionados locales	1 año antes	Es necesario que todo el equipo se inicie al mismo tiempo y que sea un equipo desde una fase temprana. Además de la conexión en red, hay un montón de tareas que consumen tiempo, como la producción de materiales FanGuides locales, gestión de contenidos del sitio web, etc.
Embajadas de Aficionados de prueba para los equipos locales de la Embajada (por ejemplo: Embajadas de aficionados en partidos amistosos)	1 año antes	En la mayoría de los países, hay sólo unas pocas personas que realmente tienen experiencia en la gestión de las Embajadas de Aficionados. Por lo tanto, es necesario darles la oportunidad de conseguir por lo menos una primera experiencia en la forma de sacarla adelante. En Suiza, lo hicimos mediante la organización de Embajadas de Aficionados en la fase de preparación del equipo nacional suizo durante el inicio del partido casero entre Suiza y Austria, y durante un partido fuera en Inglaterra.

Paso	Tiempo	Experiencia de la EURO 2008 en Suiza
Equipo y diseño de la Embajada de aficionados	1 año antes	Una Embajada de Aficionados necesita un cierto nivel de infraestructura: ordenadores, Internet, teléfonos, escritorios, etc. Este material debe organizarse con suficiente antelación, pudiendo pedir apoyo de los socios del programa y del Comité Organizador Local - a través de los patrocinadores de su torneo - con suficiente antelación. Las Embajadas de Aficionados deberán tener un diseño armonizado. También es de vital importancia integrar las Embajadas de Aficionados en la señalización de la ciudad.
Página Web y FanGuide	9 meses antes	Cuanto más se acerca el torneo, los aficionados buscan más y más información acerca de las ciudades anfitrionas, el torneo, etc. La FSE construyó su propia página web consultando a los países de acogida y a las ciudades anfitrionas de antiguos torneos, y fue recibí bastantes visitas. La gente ya conocerá esta página web y la estará consultando justo después del sorteo de la EURO2012. Debe ponerse en marcha cuando se realiza el sorteo (lo que significa que deben estar preparadas de antemano, comenzando con el registro de la dirección URL). FanGuide es una guía de bolsillo impresa para los aficionados con la información más importante. Dado que muchas cosas pueden cambiar antes del torneo, es importante no imprimir el FanGuide demasiado pronto. Pero es importante preparar el concepto y el diseño de la FanGuide - producidos con el mismo diseño que la página web y la Embajada de Aficionados.
Elección de un equipo de voluntarios para cada Embajada de Aficionados	6 meses antes	Las ciudades anfitrionas deben proporcionar un cierto número de voluntarios que trabajen en la Embajada de Aficionados. En el mejor de los casos, debe ser un equipo fijo con conocimientos de idiomas extranjeros y al que se le permita distribuir su material en la ciudad, FanZones oficiales incluidas. En Suiza se crearon unos equipos que demostraron ser casi perfectos.
Formación de equipos de voluntarios	4 meses antes	Sólo unas pocas personas tienen experiencia en el trabajo de las Embajadas de Aficionados, y los voluntarios definitivamente necesitan una formación. La integración y la participación de los aficionados locales se realiza correctamente cuando los aficionados locales se convierten en voluntarios de la Embajada. Así que no será necesario entrenarlos ya que gran parte de los hinchas ya conoce este mundo muy bien.

Aficionados de equipos nacionales frente a aficionados de clubes

Cuando se habla de los aficionados, tanto la seguridad, las autoridades y los medios de comunicación suelen por lo general hablar de "los hinchas". La experiencia y el trabajo de los trabajadores sociales pueden contribuir a una visión más definida de los aficionados. La siguiente lista resuelve las diferencias entre "aficionados de la Eurocopa y Copa del Mundo" y "aficionados de clubes":

Motivo	Aficionados de equipos nacionales	Aficionados de clubes
Diferentes dinámicas de grupo	Las dinámicas de los aficionados de los equipos nacionales no se han desarrollado de la misma manera que las dinámicas de los aficionados de clubes. Los seguidores del equipo nacional sólo se reúnen varias veces al año (en los torneos o partidos), y difícilmente se puede establecer una unidad entre ellos, que es lo que a veces define la dinámica d un grupo en bloque.	Los aficionados de clubes (o al menos la parte organizada de los mismos) se reúnen al menos cada fin de semana, pero también muy a menudo, incluso fuera de un partido o fuera de temporada. Esto es lo que crea fuertes lazos dentro del grupo. Los aficionados forman una unidad con intereses y preocupaciones políticas comunes. Como resultado, cada vez que los aficionados del club se sienten maltratados o amenazados, por la razón que sea, muestran su solidaridad con los demás mucho más rápidamente. Se desarrolla una dinámica diferente que cubre a todo el grupo.
La relación entre los aficionados es diferente	En el pasado, los partidos de las selecciones nacionales atrajeron a hinchas nacionalistas, sobre todo cuando los partidos eran considerados como muy "explosivos". Los partidos entre Alemania y los Países Bajos (clímax negativo en Rotterdam en 1996) son vistos a menudo en el contexto de la Segunda Guerra Mundial por los medios de comunicación y por el público. El carácter explosivo de estos partidos se provocaba de alguna manera. Durante la Eurocopa de 2008, el partido Alemania-Polonia en Klagenfurt fue considerado por las autoridades, medios de comunicación y público como un partido de alto riesgo. Y, en efecto, vándalos de cada lado llegaron a Klagenfurt.	Los aficionados de clubes se reúnen cada semana durante los partidos de su liga. Hay un mayor compromiso con los colores del club y con su ciudad. Debido a esto, hay prejuicios entre los grupos de aficionados (por ejemplo, Marsella vs París, Madrid vs Barcellona, Basilea vs Zurich). Cuando los jóvenes ingresan en la "resistencia" la edad de 12 o 13 años, deben acostumbrarse a esos estereotipos. Cuando ciertos partidos se anuncian como de alto riesgo, esto fortalece el concepto de "enemigo" y puede atraer a los violentos, que esperan conseguir algo de estos partidos.
Diferente estructura de edad:	La asistencia a los partidos de los equipos nacionales a menudo implica un elevado gasto de tiempo y dinero, ya que la mitad de los partidos se juegan en el extranjero. Como resultado de esto, en su mayoría son seguidores que pueden permitirse viajar, lo que significa que la edad promedio de los aficionados nacionales es mayor. Los aficionados mayores suelen tener menos riesgo que los más jóvenes. Incluso si se sienten tratados de manera injusta, y debido a su mayor experiencia, tienden a reaccionar con sensatez. Además, son muy conscientes de las consecuencias que podría tener meterse en problemas en un país extranjero.	La media de aficionados de clubes es más joven que la media de aficionados del equipo nacional. Es obvio que los jóvenes están dispuestos a asumir más riesgos (a veces puede implicar violencia) y son menos conscientes de las consecuencias legales que haya que hacer frente en caso de mal comportamiento. En combinación con otros factores, (estereotipos, manera en que se trata a los aficionados, dinámica del grupo) esto puede llevar a acciones violentas. Por otra parte, los jóvenes quieren saber dónde están sus límites y la cuestión del reglamento adoptado por los adultos. Esto no implica energía criminal, sino más bien es, según los conocimientos sociológicos, un elemento importante a la hora de dar forma a la identidad.

Motivo	Aficionados de equipos nacionales	Aficionados de clubes
<p>La actitud hacia los aficionados es diferente:</p>	<p>Durante la preparación para la Copa del Mundo 2006 y la Eurocopa 2008, todo el mundo se remitió a los aspectos positivos de la cultura de hinchas del equipo nacional. Esperaban especialmente a los hinchas Ingleses y holandeses (2006), por ejemplo, y muchos se dispusieron a darles una cálida bienvenida. Las autoridades se comunicaron directamente con ellos a fin de responder a sus necesidades. Sin embargo, el comportamiento de estos aficionados durante el torneo no fue muy diferente a la de una gran cantidad de aficionados de un club. Los aficionados de los equipos nacionales son ruidosos, juegan al fútbol en lugares públicos y de vez en cuando algo se rompe. Mucho se toleró en este caso, y en su mayoría se explica por la imagen positiva que se tiene de los aficionados de los equipos nacionales. El comportamiento negativo se aceptó de buena manera. Darles la bienvenida, responder a sus necesidades (si es posible), y hacer la vista gorda de vez en cuando son premisas importantes para conseguir su gratitud, y esos mecanismos de autorregulación suelen funcionar.</p>	<p>La rutina diaria de los aficionados de clubes (al menos la escena de aficionados organizada y activa) se consideran un riesgo para la seguridad. Los poderes públicos no actúan de acuerdo con el lema: "Primero tendrás que demostrarnos que sois capaces de comportaros, y luego podremos trataros como a cualquier otro ciudadano", que busca un diálogo deliberado con los aficionados. Esta actitud termina en un círculo vicioso que sólo conduce a un empeoramiento de la situación y que les restringe una solución orientada a la solución de conflictos. El diálogo es un elemento vital. La violencia empieza cuando termina el diálogo.</p>





IMPRESIÓN:

Editor:

Football Supporters Europe
Coordinating Office
Postfach (P.O.Box) 50 04 03
22704 Hamburg
GERMANY

Redactores:

Daniela Wurbs, Ashley Green, Michael Gabriel, Thomas Herzog, Thomas Gassler

Fotos:

Koordinationsstelle bei der Deutschen Sportjugend, Colectivo CEPA - Andalucía,
Football Supporters Europe

Traducción:

Javier Arroniz

Diseño:

Puschel Artwork

Impresión:

meindruckportal.de