

BI 4P+ 22

Orientaciones para desarrollar acciones de sensibilización, concienciación y promoción de la corresponsabilidad

La corresponsabilidad en la aplicación del protocolo significa que la protección y el cumplimiento de las medidas establecidas no recaen en una sola persona (por ejemplo, el delegado o delegada de protección), sino que es una tarea compartida entre todas las personas que forman parte de la entidad o instalación deportiva. Implica que junta directiva, personal técnico, monitores, monitoras, personal arbitral, familias y también las propias personas menores de edad, de forma adecuada a su edad, tienen un papel activo en la prevención, detección y actuación ante posibles situaciones de riesgo o violencia. La corresponsabilidad supone conocer el Protocolo de Actuación frente a la violencia de la Infancia y la Adolescencia en el ámbito del deporte en Canarias, aplicarlo en la práctica diaria, comunicar incidencias, respetar los canales establecidos y actuar con coherencia, entendiendo que crear un entorno deportivo seguro es un compromiso colectivo y continuo, no una obligación individual aislada.

Para desarrollar acciones de sensibilización y concienciación, las entidades y responsables de instalaciones deportivas deben promover iniciativas que refuercen la corresponsabilidad activa de todas las personas que forman parte de la vida deportiva: directiva, responsables de instalaciones, entrenadores, entrenadoras, árbitros, árbitras, familias, voluntariado y deportistas.

En este proceso, nadie es un espectador pasivo. Todos y todas son *prosumidores*: consumen la información y los mensajes de protección y promoción del buen trato, pero también los producen, transmiten y multiplican a través de sus palabras, actitudes, redes sociales y comportamientos cotidianos. La protección se convierte así en una tarea compartida.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Porque solo cuando toda la comunidad deportiva colabora y comparte activamente los mensajes de protección y promoción de buen trato y los asume como ética de su conducta, se logra una verdadera cultura de prevención y cuidado. La unión de esfuerzos garantiza entornos deportivos seguros, inclusivos y libres de violencia para la infancia y la adolescencia.

¿QUÉ APORTA A SU ENTIDAD O INSTALACIÓN DEPORTIVA?

- Una red de corresponsabilidad en la que todos los agentes deportivos se convierten en multiplicadores de los valores de protección, una red de cuidados y promoción del buen trato.
- Mayor alcance e impacto de campañas y mensajes, al circular tanto en espacios internos como en la comunidad y redes sociales.
- Una identidad institucional sólida, coherente con los valores del deporte y reconocida por su compromiso ético.
- Una cultura activa de protección y respeto en todos los espacios deportivos.

¿CÓMO SE APLICA?

- Difundiendo campañas y materiales visuales no solo en las instalaciones, sino también a través de las redes sociales y canales digitales de cada miembro ([B.I.4P+12. Orientaciones para el desarrollo de estrategias ambientales e informativas de prevención de conflictos, conductas violentas y promoción de la convivencia](#)).
- Promoviendo que equipos directivos, entrenadores, entrenadoras, familias y deportistas hagan suyos, protagonicen, repliquen y compartan los mensajes, adaptándolos a sus contextos.
- Creando espacios de diálogo y participación, donde todos puedan aportar ideas y convertirse en agentes activos de promoción del buen trato.
- Fomentando el uso de eslóganes y campañas colectivas que sean visibles y fácilmente identificables como parte de la identidad¹ de la entidad.

¹ La identidad de una entidad o instalación deportiva es una forma metafórica de referirse a los rasgos diferenciales que definen quién es, qué representa y hacia dónde quiere ir un club, federación, asociación o instalación deportiva.

Componentes principales:

Misión, su propósito central: por qué existe la entidad (ej: fomentar la práctica deportiva, educar en valores, etc.).

Visión, su aspiración de futuro: hacia dónde quiere llegar (ej: ser referente en deporte base, ser modelo en inclusión, etc.).

Valores: los principios que orientan la conducta y decisiones (ej: respeto, esfuerzo, solidaridad, igualdad, etc.).

Cultura organizativa: el estilo de gestión y la manera de relacionarse entre personal directivo, entrenadores, entrenadoras, familias y deportistas.

Historia y tradición: la herencia simbólica que une a la comunidad deportiva (fundación, logros, símbolos, colores, etc.).

Compromiso social: la manera en que impacta más allá de lo deportivo (ej: formación integral, inclusión, vinculación comunitaria, etc.).

Identidad visual: todo lo que refuerza su imagen (ej: su escudo, uniforme, colores, comunicación, etc.).

¿QUÉ COMPROMISO IMPLICA?

- Que la junta directiva de la entidad esté convencida de la importancia de estas acciones y motivada desde la misión, visión y valores.
- Que todas las personas de la entidad se comprometan no solo a cumplir el protocolo, sino también a difundirlo, promoverlo y defenderlo.
- Asumir que la protección es una responsabilidad colectiva, donde cada gesto y cada mensaje compartido cuenta.
- Convertirse en personas embajadoras del buen trato, asegurando que el deporte siempre priorice la dignidad, la integridad y el bienestar de niños, niñas y adolescentes.

RECOMENDACIONES PARA LA SENSIBILIZACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD SOBRE EL PROTOCOLO DE PROTECCIÓN

1. Objetivo general

Favorecer la comprensión, adhesión y corresponsabilidad activa de todas las personas implicadas en la vida de la entidad e instalación deportiva respecto a los principios, objetivos y obligaciones del Protocolo de Actuación frente a la violencia sobre la Infancia y la Adolescencia en el ámbito del deporte en Canarias.

2. Actuaciones

2.1. Sensibilizar y concienciar sobre la protección y el buen trato.

Objetivo: promover una cultura activa de buen trato y prevención, generando conciencia ética, legal y emocional sobre los derechos de la infancia y adolescencia en todos los niveles del entorno deportivo.

Actuaciones concretas:

- Diseñar campañas visuales que promuevan valores de respeto, diversidad y buen trato.
- Organizar talleres y jornadas informativas para deportistas, familias, personal técnico y voluntariado, centradas en la prevención del maltrato, la igualdad y la gestión emocional.
- Elaborar y difundir materiales accesibles que ayuden a identificar, comprender y actuar ante cualquier forma de violencia o discriminación.
- Compartir y desarrollar cápsulas formativas breves en redes sociales, páginas web o tableros informativos sobre la protección y derechos de niños, niñas y adolescentes.
- Incluir charlas o mensajes sobre buen trato y prevención de riesgos en las reuniones iniciales de temporada con familias y personal técnico.
- Visibilizar en los espacios físicos y virtuales de la entidad el protocolo, los derechos de la infancia y los canales de comunicación disponibles.

2.2. Fomentar una cultura de corresponsabilidad.

Objetivo: establecer un compromiso compartido en toda la comunidad deportiva, haciendo de la protección una responsabilidad colectiva, asumida y ejercida desde cada rol.

Actuaciones concretas:

- Impulsar la firma y conocimiento de los códigos de conducta adaptados para familias, personal técnico, deportistas y voluntariado (B.I. 4P+5, 6 y 7).
- Realizar actividades que refuercen el valor del compromiso ético, la empatía y el respeto.
- Establecer referentes de buen trato en cada categoría o grupo deportivo, que sirvan de apoyo y modelo positivo.
- Fomentar la implicación activa de agentes sociales, instituciones colaboradoras y responsables de instalaciones en la protección de la infancia.
- Promover espacios de reflexión y diálogo sobre convivencia, discriminación, acoso y resolución pacífica de conflictos.
- Crear iniciativas que visibilicen la corresponsabilidad como parte de la identidad de la entidad.
- Favorecer y apoyar la participación en espacios formativos sobre protección, prevención y promoción del buen trato.

3. Metodología general para el desarrollo de actuaciones y sensibilización y concienciación

La metodología recomendada parte de concebir a la entidad o instalación deportiva como un altavoz de la protección, entendida como una voz clara y constante que, desde los valores del deporte, transmite, refuerza y multiplica mensajes de respeto, buen trato y corresponsabilidad. Esto implica que el club o instalación deportiva no solo debe diseñar e implementar acciones internas propias, sino también potenciar y difundir campañas institucionales, logrando un mayor alcance e impacto tanto en su comunidad interna como en su entorno social.

De este modo, la protección de la infancia y la adolescencia deja de ser un elemento complementario para convertirse en un eje central de la vida deportiva, visible en todas las actividades, reconocible en cada espacio y compartido por toda la comunidad. La entidad, desde su responsabilidad social deportiva¹, se posiciona como un referente social, contribuyendo activamente a consolidar una cultura deportiva basada en el respeto, la inclusión y la corresponsabilidad.

En este proceso, cobra especial importancia la figura de las personas y de los y las líderes en positivo. Se trata de miembros de la junta directiva, equipos técnicos, capitanes, capitanas, personas deportistas veteranas, jóvenes líderes entre iguales, así como familias comprometidas que, con su ejemplo cotidiano inspiran actitudes de respeto, empatía y convivencia ([B.I.4P+23. Orientaciones para fomentar la participación activa de niños, niñas y adolescentes en entidades e instalaciones deportivas](#)).

3.1. Principios rectores de la metodología.

1. **Visibilidad:** los mensajes de protección y promoción del buen trato deben estar presentes de manera clara y constante en todos los espacios deportivos, físicos y virtuales de la entidad o instalación deportiva.
2. **Continuidad:** las acciones de promoción deben ser procesos sostenidos, permanentes y en evolución.
3. **Corresponsabilidad:** toda persona vinculada a la entidad o instalación deportiva debe ser protagonista de forma activa en la creación, práctica y difusión de los mensajes de protección y promoción del buen trato. Cada persona en la entidad es a la vez receptora y difusora de mensajes de protección.
4. **Impacto colectivo:** cuando las personas y los y las líderes en positivo se convierten en multiplicadores de la protección, la entidad o instalación deportiva se convierte en un verdadero multiplicador de la protección, influyendo positivamente tanto en su comunidad interna como en el entorno social en el que se inserta.

¹ La responsabilidad social deportiva es el compromiso ético y activo que asumen las entidades deportivas y responsables de instalaciones para que su actividad genere un impacto positivo en la sociedad, más allá de los resultados competitivos.

3.2. La importancia de las personas mensajeras.

Para que la protección se convierta en un valor compartido y vivido dentro de la entidad o instalación deportiva, no basta con diseñar mensajes. Es necesario cuidar cada elemento de la comunicación. La eficacia de las acciones de sensibilización y corresponsabilidad depende de la fuerza de la persona mensajera, la claridad del mensaje, la pertinencia del canal de comunicación y la adecuación de la forma en que se transmite.

Las personas mensajeras

Las personas mensajeras son las personas que transmiten el mensaje. Su credibilidad, cercanía y coherencia resultan determinantes. En el deporte, entrenadores, entrenadoras, capitanes, capitanas, deportistas veteranos, veteranas, jóvenes líderes, familias y dirigentes son referentes naturales. Se convierten en líderes en positivo y personas en positivo, porque no solo hablan de protección, sino que la encarnan con su ejemplo. Un mensaje transmitido por alguien con reconocimiento y respeto tiene más probabilidades de generar cambios reales en la comunidad.

El mensaje

El mensaje debe ser claro, directo y adaptado al público. Tiene que resaltar los valores de respeto, diversidad, buen trato y corresponsabilidad, evitando tecnicismos o frases abstractas que puedan diluir su impacto. Además, debe ser repetido con constancia y coherencia, hasta formar parte del lenguaje colectivo.

El canal de comunicación

El canal es el medio por el cual el mensaje llega a las personas. En el deporte, los canales pueden ser múltiples:

- Espacios físicos (carteles en instalaciones o vestuarios, tabloneros);
- Canales digitales (redes sociales, página web o grupos de mensajería);
- Canales presenciales (entrenamientos, charlas, reuniones de temporada o eventos deportivos).

Lo importante es que el canal sea accesible y cercano al público destinatario. Cuantos más canales se utilicen de forma coordinada, mayor será el alcance del mensaje.

Se recomienda que cada equipo o grupo deportivo cuente con canales digitales de comunicación interna, como grupos de difusión de WhatsApp o similares, gestionados por personas responsables, con normas de uso claras, enfoque educativo y participación supervisada ([B.I.4P+8. Orientaciones para elaborar la política de uso seguro de imágenes y comunicaciones en entidades e instalaciones deportivas](#)).

Estos espacios facilitan la visibilidad del protocolo, el contacto con la persona delegada de protección y la promoción de la corresponsabilidad de las familias en la prevención de riesgos. Siempre que se gestionen con responsabilidad y confidencialidad, estas redes pueden ser una herramienta estratégica para identificar señales de malestar, prevenir conflictos y reforzar la cultura del buen trato.

La forma

La forma es la manera en que se transmite el mensaje. Debe ser visual, atractiva, participativa y cercana. No es lo mismo leer un texto largo en un reglamento que ver un cartel claro con un lema positivo o un vídeo breve difundido en redes. La forma también implica el tono, deben ser mensajes con un lenguaje motivador, inclusivo y positivo que generen mayor identificación que aquellos centrados solo en la obligación o la sanción.

3.3. Orientación sobre el proceso a desarrollar.

Diagnóstico y preparación

El primer paso consiste en analizar la situación actual de la entidad, identificando fortalezas, riesgos y áreas de mejora en materia de protección, prevención y promoción del buen trato ([B.I.4P+4. Orientaciones para la identificación, evaluación y prevención de riesgos en el ámbito deportivo](#)).

Este diagnóstico permite adaptar las actuaciones a la realidad concreta de cada club o instalación. Asimismo, se deben reconocer los recursos disponibles, humanos, materiales y digitales, para garantizar una implementación eficaz. Finalmente, se deben designar referentes internos (persona delegada de protección, coordinador o coordinadora deportivo, personal técnico, líderes de grupo) que asuman el rol de portavoces del compromiso de protección.

Creación de mensajes internos

Cada entidad o instalación deportiva debe elaborar sus propios materiales de sensibilización, tales como carteles, vídeos, lemas, cápsulas formativas o guías prácticas. Estos contenidos deben reflejar la identidad del club, es decir, sus valores deportivos vinculados con el respeto, la igualdad y el buen trato. Es importante que los mensajes se adapten a cada público destinatario, estén redactados de forma clara, positiva y accesible.

Potenciación y difusión de campañas institucionales

Además de generar sus propios mensajes, las entidades o instalaciones deportivas deben aprovechar y amplificar campañas institucionales promovidas por federaciones, administraciones públicas y asociaciones especializadas. Esto implica reutilizar materiales existentes, adaptarlos a su identidad y difundirlos de manera activa en redes sociales, medios digitales, instalaciones deportivas y eventos comunitarios. De este modo, la entidad se convierte en un punto de transmisión que contribuye a reforzar la coherencia y la unidad en la protección dentro del ámbito deportivo en general.

Implementación transversal

La implementación de los mensajes debe ser transversal, es decir, estar presente en todas las actividades y espacios de la entidad. Los entrenamientos, las competiciones, las reuniones de temporada, los encuentros con familias y las redes sociales son escenarios ideales para recordar y reforzar el compromiso con la protección. Asimismo, los mensajes pueden integrarse en presentaciones oficiales de equipos, ceremonias deportivas, materiales promocionales y cartelería de instalaciones.

Corresponsabilidad y participación

Un principio clave de esta metodología es la corresponsabilidad activa de todos los agentes. Ninguna persona debe permanecer como espectadora pasiva; por el contrario, todas son *prosumidoras*, es decir, consumidoras y a la vez difusoras de los mensajes de protección. Para reforzar este enfoque, se pueden impulsar dinámicas participativas tales como retos en redes sociales, campañas de firmas de compromisos éticos, jornadas colectivas de sensibilización y la designación de referentes de buen trato en cada categoría deportiva.

Comunicación clara y continua

La comunicación debe ser constante, ágil y accesible. Para ello, la entidad o instalación deportiva debe crear canales de información internos, tanto presenciales como digitales, que permitan difundir mensajes de manera continua. Además, es recomendable unificar la imagen de todas las comunicaciones vinculadas a la protección mediante una identidad visual propia, que haga los mensajes fácilmente identificables.

Evaluación y mejora continua

Toda acción debe ser evaluada para asegurar su eficacia y sostenibilidad en el tiempo. La entidad debe implementar mecanismos de seguimiento que midan el impacto de las campañas. Se recomienda recoger la opinión de los distintos grupos implicados y ajustar las estrategias en función de los resultados y aprendizajes obtenidos.