

#RealScars campaña de UEFA de rechazo al acoso online

escrito por Susana Gómez | abril 17, 2023



Según datos proporcionados por ONU Mujeres, una de cada 10 mujeres en la Unión Europea, afirma haber sufrido algún tipo de abuso on line desde los 15 años. La diversidad y formas en las que lo pueden haber experimentado va desde recibir correos electrónicos o mensajes sexualmente explícitos no deseados y/u ofensivos a insinuaciones ofensivas y fuera de tono, en las redes sociales. Las [evidencias](#) muestran que las mujeres jóvenes entre 18 y 29 años sufren mayor riesgo y tras la pandemia de COVID-19 se ha constatado un incremento en las tasas de violencia

contra las mujeres motivada por el consecuente aumento del uso de las tecnologías de información y la comunicación (TIC)

El [resumen](#) al respecto que en 2020 publicaba la Organización muestra entre otras muchas formas casos que han sido documentados por los [medios de comunicación](#) y/o las organizaciones pro derechos de las mujeres en los que se han mostrado desde vídeos pornográficos no solicitados mostrados mientras las mujeres participaban en eventos sociales en línea, amenazas de violencia y contenido sexista y/o “zoom bombing” durante videollamadas que mostraban material con carga racial y sexualmente explícito.

El impacto en la salud puede tener graves consecuencias y ser un factor que contribuya a desarrollar variedad de trastornos tanto psicológica como físicamente, de hecho, las investigaciones revelan correlaciones en diferente grado entre el hecho de haber experimentado violencia on line y el desarrollo de cuadros de ansiedad, depresión, trauma, ataques de pánico, pérdida de autoestima y una sensación de impotencia en cuanto a su capacidad para responder y defenderse del ataque.

Motivos así han contribuido para que **la Real Federación de Fútbol (RFEF) se haya unido a la campaña Real Scars que ha promovido UEFA entre los días 11 y 13 de abril**, con el fin de poner el foco en ese impacto y consecuencias que genera el acoso on line, dejando en relieve que dejan cicatrices reales. La campaña que ha sido difundida por el Departamento de Responsabilidad Social y Sostenibilidad, se estrenó en la Eurocopa femenina y ha sido traducida en varios idiomas con el fin de ampliar el alcance en la difusión y **persigue ofrecer a las federaciones herramientas y recursos de formación tanto para deportistas como**

personal entrenador o cuerpos técnicos en general. Estos recursos son, sobretodo, una serie de vídeos en los que **personalidades del fútbol cuentan en primera persona su experiencia y su lucha contra actitudes que formarían parte de lo que se entiende como el discurso del odio, es decir, lgtbfóbicas, racistas, machistas, etc.**

Campañas e iniciativas como éstas son muy necesarias en ámbitos como el fútbol en el que, y a pesar de que a menudo se anuncian cambios en positivo para la construcción de un deporte más seguro en general, aún sigue quedando mucho trabajo que hacer y cuenta con referentes que cuyo alcance en aquello que hacen y dicen es muy potente por la cantidad de personas seguidoras que mueven.