SOCIAL REVIEW | Vol. 14, No. 2, 2026 | ISSN 2695-9755
International Social Sciences Review /
Revista Internacional de Ciencias Sociales
https://doi.org/10.62701/revsocial.v14.5594

PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA SEXUAL: EFECTOS NO DESEADOS DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

Prevention of Sexual Violence: Unintended Effects of Institutional Campaigns.

Marta Monllor Jiménez (marta.monllor@ua.es)[1]
María Elena Fabregat-Cabrera malena.fabregat@ua.es)[2]
Virginia Gil Portolés (virginia.gil@fundacion-aspacia.org)[3]
María Jiménez Delgado (maria.jimenez@ua.es)[4]
[1,2,4] Universidad de Alicante, España.
[3] Fundación para la Convivencia ASPACIA, España.

KEYWORDS

Sexual violence
Sexual violence myths
Culture of rape
Comprehensive response
Prevention
Institutional communication
Purple points

ABSTRACT

This paper critically examines institutional sexual violence prevention campaigns focused on Purple Points in the province of Alicante during the 2020-2025 period. Through content analysis, it shows that rather than transforming the problem, these initiatives, by shifting responsibility for self-protection onto women and concentrating risk in nightlife settings, tend, unintentionally, to reproduce logics of rape culture. It concludes that such strategies may reinforce persistent myths and highlights the need to reorient prevention towards structural and community-based approaches, involving the women's movement and framing sexual violence clearly as a crime, pointing perpetrators as responsible.

PALABRAS CLAVE

Violencia sexual
Mitos de la violencia sexual
Cultura de la violación
Respuesta integral Prevención
Comunicación institucional
Puntos Violeta

RESUMEN

El artículo analiza críticamente las campañas de prevención de la violencia sexual, centradas en los Puntos Violeta en la provincia de Alicante durante el quinquenio 2020-2025. Mediante el análisis de contenido, muestra cómo lejos de transformar el problema, al desplazar el autocuidado a las mujeres y focalizar el riesgo en el ocio nocturno, tienden, de manera inintencionada, a reproducir lógicas de la cultura de la violación. Se concluye que estas estrategias pueden reforzar mitos persistentes y se plantea la necesidad de reorientar la prevención hacia enfoques estructurales; comunitarios, implicando al movimiento de mujeres y enfocados a significar las agresiones sexuales como delito.

RECIBIDO: 01 / 08 / 2026
ACEPTADO: 08 / 11 / 2026

1. Introducción

La violencia sexual constituye una expresión estructural de la discriminación por razón de género, cuya persistencia no puede comprenderse al margen de los marcos culturales e institucionales que la sostienen. En este contexto, y en el marco que ofrece la respuesta integral a la violencia contra las mujeres, su prevención ha adquirido un papel central en las agendas públicas locales, especialmente a través de campañas de sensibilización social y dispositivos como los Puntos Violetas. No obstante, pese a la relevancia que han alcanzado y más allá de su intención transformadora, resulta necesario problematizar los discursos que estas estrategias producen, atendiendo a sus posibles efectos no deseados en la reproducción de la cultura de la violación y en la significación de responsabilidades.

1.1. La violencia sexual: una realidad abrumadora

La violencia sexual es una de las principales manifestaciones de carácter estructural y sistémico, a nivel mundial, de la violencia contra las mujeres. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), 1 de cada 3 mujeres ha vivido violencia física y/o sexual por parte de su pareja o violencia sexual por parte de terceros a lo largo de su vida. La mayoría de las veces, la violencia sexual no es denunciada (OMS, 2021). Esta es definida como todo acto sexual perpetrado contra la voluntad de alguien, que incluye entre otros la violación, el intento de violación y la esclavitud sexual, así como los tocamientos no deseados, las amenazas de violencia sexual, el acoso sexual verbal y que puede ser cometida por cualquier persona, independientemente de su relación con la víctima, en cualquier contexto (OMS, 2015)[1].

Si bien entró en la agenda pública explícitamente como un problema de salud pública con anterioridad a la violencia contra las mujeres en sus relaciones íntimas de pareja (Monllor, 2025) a través de las Conferencias de Mujeres, en España, no ha sido hasta 2022 que las víctimas de violencia sexual han tenido un estatus de protección integral. La violencia sexual acontece en espacios íntimos y del 75 al 80% de los agresores son personas conocidas o del entorno de la víctima, tanto en casos de personas adultas como en edad infantil (SexViol, 2022; *Save the Children*, 2025). Es más, el 57% de las mujeres españolas mayores de 16 años aseguran haber sufrido tocamientos, miradas lascivas o *stalking*; el 13,7% ha vivido algún episodio de violencia sexual a lo largo de la vida, mientras que el 2,2% manifiesta haber sido violada (Macroencuesta, 2019). Si miramos los datos de agresiones sexuales con sospecha de sumisión química en España, durante 2023 más de 1 de cada 10 delitos sexuales registrados tuvo sospecha de sumisión química (Ministerio del Interior, 2024)[2]. En el caso concreto de la provincia de Alicante, se repite una cifra similar, suponiendo un 9,2% sobre el total de agresiones sexuales. Centrar las campañas de sensibilización sobre la violencia sexual en esta manifestación resulta no menos que paradójico, puesto que, si bien son una medida necesaria para denunciar/sensibilizar sobre la existencia de sumisión química, no deja de contribuir a la invisibilización de la cruda realidad de la violencia sexual, el 90% de sus expresiones.

1.2. Cultura de la violación y mitos de la violencia sexual: reproduciendo las narrativas

El estudio contemporáneo de la violencia sexual exige situarla dentro de un entramado estructural y simbólico que condiciona cómo se interpreta, se nombra y se gestiona social e institucionalmente. El concepto de cultura de la violación (Burt, 1980) alude precisamente al

[1] Cabe decir que la coacción no constituye factor definitorio de la violencia sexual, puesto que, como la literatura científica ha evidenciado, si hay manipulación o engaño no necesariamente tiene que haber coacción o si el consentimiento está viciado tampoco.

[2] Cabe recordar el hecho de que la recogida de muestras está vinculada a la denuncia y, dada la inexistencia de encuestas de victimología en España recogidas sistemáticamente, hay dificultades para una estimación adecuada de la problemática. Además, las cifras de criminalidad muestran los hechos conocidos y clasificados penalmente y la sumisión química suele quedar oculta dentro del tipo penal general, no asociada a las estadísticas del delito contra la libertad sexual.

sistema de normas, valores y discursos que enmarca la violencia sexual como un suceso excepcional, accidental o inevitable, al tiempo que desplaza la responsabilidad hacia las mujeres. Desde una lectura feminista, esta estructura simbólica funciona como un dispositivo de regulación y control social (Brownmiller, 1975; Bartky, 1990; Segato, 2016). Al hablar de mitos de la violencia sexual, Burt (1980) los define como creencias y narrativas ampliamente compartidas que justifican o minimizan la violencia sexual, desdibujan la responsabilidad del agresor y trasladan la culpa hacia la mujer.

Payne, Lonsway y Fitzgerald (1999) demuestran que estas creencias no son simples prejuicios individuales, sino elementos estructurales que refuerzan actitudes sexistas, incrementan la tolerancia hacia la violencia y erosionan la credibilidad social de las víctimas. Dichas autoras identifican cuatro grupos de creencias que articulan estos discursos: aquellas que atribuyen la responsabilidad de la violación a las acciones o comportamientos de la víctima: 'ella lo provocó'; las que minimizan la responsabilidad del agresor, que actúa fuera de control, atribuyendo un carácter accidental al hecho: 'él no tuvo intención'; las creencias que restringen la definición de violación a agresiones violentas por parte de extraños, invalidando aquellas que no siguen este patrón: 'no fue realmente violación'; finalmente, las que presuponen un interés espurio en la víctima: 'ella mintió, se lo inventó'.

Estos mitos revelan la manera en que la sociedad distribuye simbólicamente la responsabilidad y determina qué agresiones merecen reconocimiento. Uno de los más persistentes y con mayores efectos sociales es el de la violación real o pura (Estrich, 1987; Hlavka, 2014). La violación real es aquella que responde a un guion muy concreto: ataque brusco, perpetrado por un extraño, ocurrido en un espacio público, acompañado de violencia física visible y que es la única que obtiene reconocimiento social e institucional pleno. Todas las agresiones que se alejan de este patrón tienden a ser consideradas deficitarias en legitimidad. Esta ficción tiene impacto en la forma en que las víctimas reaccionan ante una agresión sexual y en la búsqueda de respuesta institucional (Du Mont, Miller y Myhr, 2003). Las mujeres cuyas experiencias no se ajustan a este estereotipo tienden a dudar de la validez de lo vivido, autoresponsabilizarse por no haber asumido el deber de cuidarse, culpándose a sí mismas de la victimización y presentando así menores tasas de denuncia, incluso cuando la agresión ha sido inequívocamente violenta (Du Mont, Miller y Myhr, 2003; Hlavka, 2014).

De igual manera, los estigmas vinculados al consumo de alcohol constituyen otro núcleo relevante de mitos. Numerosos estudios han mostrado que, cuando una mujer ha consumido alcohol, aumenta la tendencia social a responsabilizarla, reduce la empatía hacia ella, disminuye la percepción de culpabilidad del agresor y condiciona el apoyo social que recibe (Scronce y Corcoran 1995; Hernández, 2020; Murray y Calderón, 2021). Este fenómeno se relaciona con la exigencia de autocontrol impuesta culturalmente a las mujeres, que se reactiva tras la agresión para juzgar retrospectivamente su conducta.

En definitiva, la cultura de la violación opera como un sistema de interpretación que configura qué agresiones se consideran creíbles, qué víctimas logran reconocimiento y qué expectativas de autoprotección se imponen a las mujeres. De tal manera, señalar este carácter excepcional de la violación produce lo que Hlavka (2014) denomina *la normalización de la violencia sexual cotidiana* a la que las mujeres, desde niñas, están expuestas y cuya prevalencia es superior, pero sus manifestaciones quedan invisibilizadas por los mitos de la violencia sexual.

1.3. La prevención en la respuesta integral a la violencia sexual

Según el modelo de respuesta integral a la violencia contra las mujeres propuesto por las Naciones Unidas y por el Consejo de Europa, la prevención es uno de los pilares fundamentales del abordaje comprehensivo de la problemática. El *Informe mundial sobre la violencia y la salud* (OMS, 2002) conceptualiza la prevención desde un modelo ecológico (Bronfenbrenner, 1987) que distingue entre los niveles individual, relacional, institucional y estructural, subrayando la naturaleza multicausal de la violencia sexual. La OMS desarrolla la estrategia *RESPETO* (2019), basada en evidencias científicas sobre el impacto de experiencias prácticas existentes en el ámbito de la prevención. La estrategia insiste en que la prevención de la violencia sexual requiere

intervenciones multisectoriales, sostenidas en el tiempo y dirigidas a transformar normas de género, prácticas comunitarias y dinámicas institucionales: "las campañas independientes o de un solo componente no han demostrado eficacia en la prevención de la violencia contra las mujeres" (OMS, 2019: 7). Así, cuando las políticas públicas se diseñan únicamente focalizadas en espacios de ocio nocturno, se refuerza esa representación distorsionada del riesgo, invisibilizando la violencia sexual más frecuente: la que ocurre en espacios íntimos y perpetrada por hombres conocidos de la víctima.

1.4. Las campañas institucionales de comunicación y sensibilización en materia de violencia social: los Puntos Violeta como dispositivos de denuncia ante la violencia sexual

La comunicación social ha sido decisiva en la transformación de la comprensión de la violencia contra las mujeres en el Estado español, especialmente en la violencia de género y en la incorporación reciente de la violencia sexual a la agenda pública. Más allá de informar, las campañas institucionales construyen narrativas que delimitan qué se entiende por violencia, a quién afecta, cuáles son sus causas y qué respuestas se consideran legítimas. La publicidad institucional adquiere así un papel estratégico (Feliú Albaladejo y Feliú García, 2012) para sacar esta violencia del ámbito privado y situarla en el centro del debate público, consolidando la comunicación social como un logro relevante en este campo.

Aunque ya existían iniciativas de sensibilización desde finales de los noventa, los estudios sitúan en el año 2000 el inicio de una política comunicativa sistemática, con mensajes específicos impulsados por instituciones públicas de distintos niveles, señalando la violencia de género como problema social (Berlanga Fernández, 2011). Por lo que respecta a la violencia sexual, será a partir de 2018, tras el caso de La Manada, que existen registros de campañas institucionales centradas en la llamada a la acción y al rechazo social, su visibilización en tanto manifestación estructural de la violencia sexual, la implicación de los hombres en su prevención y la difusión de recursos y respuestas institucionales; además, la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual, pone énfasis en la prevención de la misma.

De esta forma, los distintos mensajes y objetivos de las campañas llevadas a cabo por el Ministerio de Igualdad, desde 2018, incorporaron los marcos de referencia del movimiento feminista (Morero y Camps, 2019) y se centraron en mostrar la unidad y el rechazo de todas las mujeres contra la violencia sexual, realizando también un señalamiento de los agresores. Estos mensajes han ido evolucionando en torno a la visibilización de múltiples formas de violencia sexual, al consentimiento y a la experiencia de las mujeres. No obstante, y en el marco de las campañas institucionales llevadas a cabo desde la administración local, adquieren especial relevancia las narrativas de autoprotección. Diversas campañas, especialmente las vinculadas a entornos de ocio, relaciones afectivas o situaciones cotidianas, trasladan a las mujeres recomendaciones para vigilar sus movimientos, su consumo de bebidas, sus encuentros y desplazamientos, vinculando el consumo responsable de alcohol con las fiestas libres de agresiones sexuales. Esta lógica tiende a individualizar el riesgo y convertirlo en una cuestión de gestión personal, en lugar de enfatizar la responsabilidad del agresor y las condiciones estructurales que permiten la violencia (Berlanga Fernández, 2011; Amorós-Pons *et al*., 2024; Monllor *et al.,* 2025).

En relación con la concienciación de la sociedad española en materia de violencia sexual, el Centro de Investigaciones Sociológicas llevó a cabo una encuesta sobre la percepción de la violencia sexual en España (2023), que mostró una doble tendencia: un aumento en la conciencia pública y una brecha persistente en la minimización de los actos de violencia menos graves. Ahora bien, la inclusión de la violencia en la agenda pública no agota el problema. Desde la perspectiva del *framing*, importa tanto cómo se comunica como qué se comunica, puesto que los marcos interpretativos activados por las campañas orientan la atribución de responsabilidades, seleccionan causas y delimitan qué soluciones se consideran razonables (Zhou y Moy, 2007).

La aparición de los Puntos Violeta tiene su origen en una gran diversidad de prácticas colectivas promovidas por el movimiento feminista (cordones de seguridad, talleres/grupos de

autodefensa feminista, mesas informativas, etc.) que se ponen en marcha para denunciar la falta de seguridad para las mujeres en el espacio público y de ocio, y reclamar el derecho al disfrute seguro en esos espacios en igualdad de condiciones que los hombres. Las instituciones empiezan en algunos casos a apoyar y colaborar con el movimiento feminista en el despliegue de este tipo de actuaciones, siendo Pamplona, en el año 2015, donde se instaura el primer Punto Violeta por parte de una institución pública.

Tras el ya mencionado caso de La Manada, entre 2017 y 2019, los Puntos Violeta emergen como un nuevo fenómeno con mucha fuerza, que se presenta bajo muy diversas formas de organización. Tanto es así, que ante dicho auge, en 2019 se celebró el I Encuentro Estatal de Puntos Violeta organizado por el Ayuntamiento de Getafe, con el fin de debatir qué son los Puntos Violeta, para qué sirven y consensuar formas de funcionamiento. Se presentan principalmente como espacios informativos y de sensibilización para la población. Teniendo en cuenta, además, en aquel momento, la falta generalizada de recursos especializados para la atención a víctimas de violencia sexual, se plantean como dispositivos para una primera atención. De esta forma, también denuncian la falta de servicios específicos.

Este crecimiento exponencial de las campañas de sensibilización social sobre la violencia sexual y de los Puntos Violeta se ve drásticamente interrumpido con la pandemia. Tras la vuelta a la normalidad, estos últimos se reinstauran de una manera mucho más institucionalizada, de tal forma que las colaboraciones entre instituciones públicas y organizaciones feministas desaparece casi completamente, y los Puntos Violeta pasan a asumirse como una responsabilidad pública, generalmente de los ayuntamientos. En esta fase de institucionalización de los Puntos Violeta, se mantienen las actividades de sensibilización y primera atención a las víctimas, pero se debilita la denuncia social.

2. Objetivos

La presente investigación pretende explorar si las campañas institucionales de prevención de la violencia sexual, implementadas a través de los Puntos Violeta municipales en la provincia de Alicante, durante los últimos cinco años, contribuyen a la reproducción, mantenimiento o cuestionamiento de la cultura de la violación.

3. Metodología

Este estudio emplea un análisis de contenido cualitativo, técnica que resulta especialmente adecuada para examinar políticas públicas desde una perspectiva interpretativa, al permitir desentrañar los marcos simbólicos, normativos e ideológicos que subyacen a sus discursos y prácticas (Bardin, 2002; Krippendorff, 2004). También, permite identificar los marcos interpretativos *(framing)* mediante los cuales las instituciones públicas construyen el problema, delimitan sus sujetos y sitúan la violencia sexual en determinados escenarios, así como analizar los procesos de *agenda-setting* que priorizan ciertos riesgos y soluciones sobre otros.

El *corpus* estuvo formado por fuentes secundarias de acceso público: páginas *web* institucionales, redes sociales municipales y artículos *online* de medios locales y provinciales que recogían declaraciones institucionales, junto con documentos administrativos relativos a la contratación e implementación de Puntos Violeta, lo que permitió reconstruir el repertorio comunicativo desplegado por los ayuntamientos. Su análisis posibilitó identificar narrativas que refuerzan mitos de la violación, que mantienen marcos no transformadores o que desestabilizan dichos mitos mediante un enfoque más estructural y relacional de la violencia sexual.

Para la sistematización preliminar del material se utilizó, de forma auxiliar y controlada, la herramienta ChatGPT Pro5.1 con fines estrictamente organizativos. La codificación, la agrupación temática y la interpretación final fueron realizadas manualmente, ofreciendo una lectura situada desde la sociología del género y los estudios feministas críticos, lo que aseguró coherencia conceptual y profundidad interpretativa.

La fase analítica se articuló en torno a una matriz de seis dimensiones discursivas derivadas de la evidencia internacional en prevención de la violencia contra las mujeres: responsabilización del agresor, representación del riesgo, foco preventivo, reconocimiento del delito, participación

comunitaria y transformación de normas sociales. A partir de estas dimensiones se desarrolló un proceso de tipificación analítica, clasificando las medidas en tres categorías excluyentes: Tipo 1 de reproducción de mitos sobre la violencia sexual y la cultura de la violación, Tipo 2 de mantenimiento de marcos no transformadores y Tipo 3 de cuestionamiento de la cultura de la violación, según la intensidad y direccionalidad de sus indicadores discursivos. Finalmente, se elaboró un radar discursivo que sintetiza visualmente el perfil comunicativo de cada tipología. Para este último proceso se introdujeron los datos en ChatGpt5.1 al fin de elaborar el radar.

4. Resultados

La revisión del contenido de las fuentes consultadas muestra una pauta relativamente homogénea en la forma de abordar la prevención de la violencia sexual desde los Puntos Violeta. En la mayoría de las iniciativas, la intervención se concreta en acciones puntuales ligadas al ocio nocturno y a las festividades locales, centradas en la distribución de materiales de sensibilización y de autoprotección dirigidas principalmente a posibles víctimas. Solo en un número reducido de municipios se observan actuaciones que implican a agentes sociales diversos o que se inscriben en protocolos más amplios de detección, derivación y acompañamiento, formándoles para ello. Además, durante la pandemia, no se detectan ni campañas de prevención y sensibilización contra la violencia sexual ni la adecuación de los Puntos Violetas a la situación derivada del confinamiento (como podría ser la creación de Puntos Violeta virtuales, que más adelante sí se ha llevado a cabo). Se propone una tipología de mensajes y medidas en función de si reproducen, mantienen o contribuyen a la eliminación de la violencia sexual. Podemos ver una síntesis de la tipología discursiva propuesta en la tabla 1:

Tabla 1. Tipología de medidas en campañas de prevención de la violencia sexual en Puntos Violeta.

TIPO 1. MEDIDAS QUE REPRODUCEN MITOS SOBRE LA VIOLENCIA SEXUAL.			
Reproducen la violencia sexual y la cultura de la violación. Son medidas puntuales, que reproducen la cultura de la violación al presentar la violencia sexual como un riesgo asociado al consumo de alcohol o drogas, la noche y los contextos festivos, lo que desplaza la responsabilidad hacia las mujeres y diluye la del agresor. Estas campañas describen la agresión sexual como un acontecimiento fortuito y excepcional, en lugar de reconocer su carácter estructural. Las actuaciones se centran en la prevención individual, especialmente femenina, mediante materiales de autoprotección (tapa-vasos, tiras reactivas, pulseras detectoras, vasos con tapa) y recomendaciones de autocuidado que responsabilizan a las víctimas. Se presupone que el peligro se concentra en horarios nocturnos, reforzando la idea de que la violencia sexual "sucede por la noche". Estas medidas no mencionan agresores, protocolos institucionales ni movilización comunitaria, mantienen una visión individualizada y situacional del riesgo, reforzando estereotipos que sostienen la cultura de la violación.			
Definición del componente.	**Medidas implementadas.**	**Indicadores discursivos (ejemplos literales).**	**Implicaciones sobre la violencia sexual.**
Asocian la violencia sexual con el consumo de alcohol o drogas, con un doble efecto, difunden la información sobre la prevención de conductas abusivas junto con la prevención de la agresión sexual y/o reparten material asociados al consumo del alcohol.	- Campañas conjuntas Puntos Amarillos, Puntos Arcoíris y Puntos Violeta. Tipo: '0.0', 'Fiestas libres de abusos' - Alcoholímetros	"De fiesta no todo vale. + Diversión, -Drogas, 0% violencia". "Para reforzar la seguridad se distribuirán tapa vasos y alcoholímetros desechables." "Contrólate. Más emoción, menos alcohol, cero agresiones sexistas. Que la fiesta sea para disfrutar en paz e igualdad." "Fiestas inclusivas y libres. Más emoción, menos alcohol, ninguna	Mito: agresiones sexuales provocadas por el consumo de alcohol. Creencia: 'él no tuvo intención'. Responsabilizan a la víctima, diluyendo la responsabilidad del autor

		agresión sexista. Punto arcoíris y Punto Violeta. Si necesitas ayuda pídela. Si ves alguna agresión llama".	
Contextos de riesgo: espacios públicos, la calle, contextos de ocio, ocasionales y desconocidos, eventos lúdicos y festividades	- Los Puntos Violeta se instalan exclusivamente en: fiestas locales señaladas y festivales.	*"Fiestas en Igualdad" "No es No" ... "Con esta campaña pretendemos concienciar a festeros y festeras, que ninguna mujer debe sentirse intimidada o insegura en fiestas, en ciertos lugares y a partir de ciertas horas".*	Mito de la violación pura. Creencia: es un hecho excepcional que ocurre en la calle.
Horarios de riesgo: la violencia sexual pasa por la noche.	Puntos Violeta con horarios nocturnos.	"*Horario de 23 a 4 h".* *"Horario de 20 a 2h y de 0 a 6h".*	Mito de la violación pura. Creencia: se da de noche.
Presupone riesgo individual femenino; materiales de autoprotección que requieren la agencia femenina para evitar las agresiones.	- Mensajes dirigidos a las víctimas. - Pulseras detectoras. - Tiras Reactivas. - Vasos con tapa. - Cubre vasos.	*"KUIDAT".* *"Respétate y valórate".* *"Iniciamos el reparto de los cubre vasos protectores que pretenden evitar agresiones sexuales por sumisión química (...). Prevenir es la mejor arma para no lamentar".* *"Tapa vasos para prevenir agresiones sexuales por sumisión química en el consumo de bebidas y pulseras Centinela, un sistema de prevención diseñado para detectar sustancias empleadas en la sumisión química o 'spiking' ".* *"Como novedad, los puntos violetas contarán con test para la detección de sustancias ilegales en bebidas".*	Mito de la violación pura. Creencia: 'ella lo provocó'.

TIPO 2. MEDIDAS QUE NO COMBATEN ACTIVAMENTE LA VIOLENCIA SEXUAL.

Medidas que no transforman la cultura de la violación, pero tampoco la reproducen de forma directa; más bien la mantienen al situarse en un nivel superficial de sensibilización. Estas actuaciones combinan mensajes generales sobre igualdad, diversidad, discriminación o acoso, sin diferenciar claramente la violencia sexual como delito ni dirigirse a los agresores. Las campañas utilizan eslóganes neutros y *merchandising* simbólico (abanicos, chapas, pulseras, vasos) que promueven un rechazo social abstracto, sin avanzar en la identificación de las dinámicas estructurales de la violencia sexual. Además, tienden a mezclar diferentes tipos de violencias (sexistas, LGTBIfóbicas, racistas), lo que diluye el foco sobre la violencia sexual y dificulta su comprensión como forma específica de dominación patriarcal. Mencionan protocolos e implican a colectivos locales, su participación suele limitarse a la implementación, sin que exista una verdadera elaboración conjunta de estrategias, ni formación comunitaria profunda. Este nivel de intervención no desplaza la responsabilidad hacia los agresores ni clarifica la naturaleza del delito,

por lo que no contribuye al cambio cultural que exige la prevención efectiva de la violencia sexual, despolitizándola.

Definición del componente.	Medidas implementadas.	Indicadores discursivos (ejemplos literales).	Implicaciones sobre la violencia sexual.
Mensajes generales sobre igualdad, diversidad, discriminación o acoso.	Punto Violeta, Punto Arcoiris, Punto Lazo Rosa.	*"'#NoEsNo, Punto Violeta y Punto Arcoiris'. 'Hombre como llevas esa camisa, pareces un marica de esos de la tele'. 'Carai chica qué cortita vas. Después diréis...'"* *"Unas fiestas libres de agresiones sexistas, donde #NoEsNo (...). En estos espacios violetas también se dan pautas y recomendaciones sobre cómo actuar en caso de agresión o si se presencia una agresión sexista, sexual, racista o que atente contra las libertades LGTBIQ".* *"Para poder disfrutar de las fiestas con libertad, respeto e igualdad".*	Despolitiza la violencia sexual como manifestación estructural de la violencia contra las mujeres, equiparándola a problemáticas de colectivos específicos.
Eslóganes y mensajes neutros, no incluyen definición amplia de violencia sexual.	Materiales y carteles de sensibilización social: folletos y material gráfico redes sociales. Abanicos, chapas y vasos reutilizables.	*'Conocimiento'.* *"Por unas fiestas libres de agresiones sexistas"* *"Por un ocio libre de agresiones sexistas".* *"No es No/espacio libre de agresiones/ante agresiones sexistas estamos contigo".* *"X (ciudad) libre de agresiones sexistas".*	Despolitizan la violencia sexual. Nivel superficial de sensibilización y comunicación.
Información y mensajes que no denuncian la violencia sexual.	Materiales y carteles de sensibilización social: folletos y material gráfico redes sociales.	*"Insistir es acosar y acosar es agredir. Respeta".*	Equipara el acoso a la agresión, no nombra al acoso como delito.
Información y mensajes dirigidos a las víctimas: pautas de actuación.	Materiales y carteles de sensibilización social: folletos y material gráfico redes sociales.	*"Se acabó", "Amiga date cuenta"*	Ponen el foco en las víctimas y no en el agresor.
Información a la comunidad: distribuyen material entre comparsas, asociaciones, kábilas de moros y cristianos, peñas. Hacen partícipes a los agentes sociales como meros receptores de las campañas.	Materiales y carteles de sensibilización social y merchandising: - protocolos, - folletos, - Vasos reutilizables.	*"Cuartelillos y kábilas libres de agresiones sexistas".* *"Fiestas Libres de Agresiones Sexistas, para concienciar a festeros y festeras. Vasos con colgantes y tapadera con el lema 'Respeto e Igualdad', así como*	Despolitizan la violencia sexual. Nivel superficial de sensibilización y comunicación.

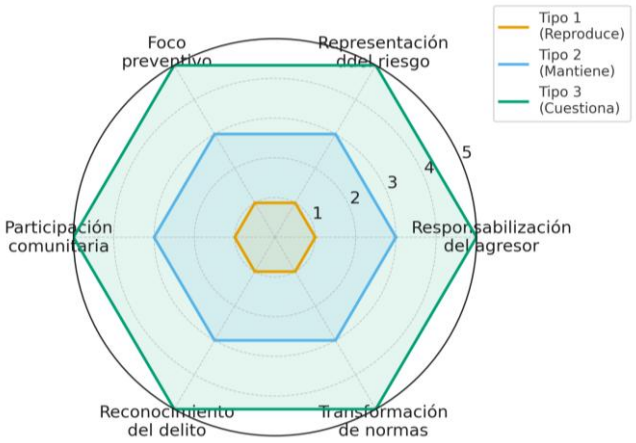
		riñoneras y mochilas con el lema 'X per la Igualtat'. Todo este material se entregó ayer en la reunió de penyes".	
TIPO 3. MEDIDAS QUE COMBATEN ACTIVAMENTE LA VIOLENCIA SEXUAL.			
Medidas que transforman la cultura de la violación al identificar la violencia sexual como delito, interpelar directamente a los agresores y reconocer sus distintas formas. Estas actuaciones implican a la ciudadanía, a colectivos locales en la elaboración y aplicación de protocolos. Incluyen formación y estrategias comunitarias de autoorganización. Intervenciones que operan sobre normas sociales, cambios estructurales. Comprensión feminista de la violencia sexual.			
Definición del componente.	**Medidas implementadas.**	**Indicadores discursivos (ejemplos literales).**	**Implicaciones sobre la violencia sexual.**
Identifican la violencia sexual como delito. Explican qué son las agresiones sexuales.	Materiales y carteles de sensibilización social y merchandising: folletos y material gráfico redes sociales.	*"Tanto las agresiones leves como las graves son delito y pueden generar miedo en las víctimas". "La sumisión química es un delito de lesiones graves y tiene consecuencias penales.".* *"Decimos NO rotundo a las agresiones sexuales, SON DELITO".*	Resignifica toda manifestación de violencia sexual como delito.
Interpelan directamente a los agresores.	Materiales y carteles de sensibilización social y merchandising: folletos y material gráfico redes sociales.	*"Protocolo para evitar agresiones sexuales en espacios nocturnos: 1 no violes, 2 no agredas, 3 no acoses, 4 no intimides, 5 no drogues".* *"Si estás pensando en ello no lo hagas, no es una broma".*	Señala al agresor como responsable.
Implican a la ciudadanía, a colectivos locales o al movimiento feminista en la elaboración, aplicación de protocolos y formación sobre su aplicación.	Reuniones para la elaboración de los protocolos abiertas a la ciudadanía. Formaciones en prevención y detección de la violencia sexual. Formación en los procedimientos de los protocolos.	*"Cuentan con la implicación de la entidad feminista X („„) usando el mismo protocolo".* *"En la Casa de la Cultura, tendrá lugar un encuentro abierto a la ciudadanía para hablar del Protocolo de Fiestas Seguras y Respetuosas (…). La reunión contará con la convocatoria directa a entidades clave como la Comisión de Fiestas, los quintos y quintas, la ACEP (Asociación de Comerciantes y Empresarios de X), los bares y espacios de ocio nocturno, Protección Civil, la Policía Local, y la*	Implicación comunitaria.

		técnica de Igualdad de MASSMA. Además, participarán las profesionales del Centro Mujer de Dénia, que explicarán el funcionamiento del protocolo y el papel fundamental que puede jugar cada persona y colectivo para garantizar su efectividad. *Como novedad, la sesión estará también abierta a toda la ciudadanía interesada en sumarse a este encuentro, con el objetivo de construir entre todas y todas unas fiestas libres de violencias, más inclusivas y pensadas para el disfrute colectivo".* *"Sesiones de formación a la Comisión de Fiestas, a la ciudadanía y a las cábilas".*	
Incluyen estrategias comunitarias de vigilancia o autoorganización.	- Brigadas de vigilancia. - Cordones de seguridad.	*"Han hecho "brigadas" por las zonas de botellón".*	Incorpora la experiencia del movimiento feminista.

Fuente. Elaboración propia, 2026.

Finalmente, se propone la elaboración de un radar discursivo que evalúa el impacto de las campañas en seis dimensiones clave: responsabilización del agresor, representación del riesgo, foco preventivo, participación comunitaria, reconocimiento del delito y transformación de normas sociales. Cada eje refleja el grado en que las campañas reproducen, mantienen o cuestionan la cultura de la violación. Permite visualizar la orientación discursiva de cada medida, tal y como se puede ver en la Figura 1:

Figura 1. Radar Discursivo de impacto de las campañas (según tipo 1, 2 y 3).



Fuente. Elaboración propia, 2026

5. Conclusiones

Los hallazgos se inscriben de forma coherente en el marco de la cultura de la violación (Burt, 1980; Hernández, 2020) y en la evidencia que cuestiona la eficacia de las intervenciones centradas exclusivamente en el comportamiento individual y que carecen de eficacia demostrada (OMS, 2002, 2019). Al desplazar el riesgo a contextos como: el ocio nocturno, el consumo de alcohol o la presencia de desconocidos, y al enfatizar la necesidad de que las mujeres adopten medidas de autoprotección, algunas de las políticas locales analizadas, a través de los Puntos Violeta, reeditan los mitos de la violación pura (Estrich, 1987, Hlavka, 2014) y refuerzan expectativas de autocontrol que investigaciones previas han señalado como un factor de culpabilización de las víctimas (Du Mont *et al*., 2003; Monllor *et al.,* 2025). En consecuencia, este tipo de campañas se alejan de las recomendaciones multisectoriales y estructurales de la OMS, pudiendo reproducir imaginarios que sostienen la persistencia de la violencia sexual en el marco de un orden patriarcal. El hecho de que no se hayan localizado campañas de prevención de la violencia sexual impulsadas durante el periodo de confinamiento en pandemia puede alertar sobre la necesidad de ofrecer una mirada amplia que visibilice el entorno íntimo de las víctimas como aquel en el que con carácter estructural acontece este tipo de violencia.

Desde esta perspectiva, la principal aportación de este estudio es mostrar cómo determinadas estrategias públicas de prevención, aún formuladas en clave de protección y sensibilización, pueden contribuir involuntariamente a consolidar marcos interpretativos que individualizan el riesgo y desplazan la responsabilidad hacia las mujeres. Los resultados subrayan la necesidad de reorientar las campañas institucionales y las políticas de prevención hacia enfoques estructurales y comunitarios, que incorporen a los agresores como objeto central de intervención, cuestionen las normas de género que legitiman la violencia y articules la comunicación social con políticas integrales de protección, reparación y reducción de la discriminación a las mujeres, haciendo especial énfasis en la prevención de la violencia sexual en edades tempranas. Solo mediante esta orientación es posible avanzar hacia narrativas realmente transformadoras y coherentes un con un enfoque de derechos humanos.

Se plantea la revisión sistemática de las campañas de sensibilización social en materia de violencia sexual a nivel estatal posible vía de continuidad de la presente investigación.

Referencias

Amorós-Pons, A., Comesaña-Comesaña, P., & Alexeeva-Alexeev, I. (2024). Campañas de sensibilización contra la violencia de género en redes sociales y políticas públicas a raíz de la pandemia de Covid-19 en Iberoamérica. *Investigaciones Feministas*, *15*(2), 273–285. https://doi.org/10.5209/infe.94860

Ayuntamiento de Getafe. (2019). *Congreso estatal de Puntos Violeta: folleto.* https://comunicacion.getafe.es/doc/inf/2019/mar/mujer/congreso_puntos_violetas/20190308_1200_mujer_congreso_puntos_violetas_diptico_150x210_sin.pdf

Bartky, S. L. (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Routledge.

Berlanga Fernández, I. (2011). Comunicación audiovisual y mujer. Evolución y nuevos formatos en las campañas publicitarias de violencia de género. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, *9*(1), 145–160. https://doi.org/10.7195/ri14.v9i1.223

Bronfenbrenner, U. (1987). *La ecología del desarrollo humano*. Paidós.

Brownmiller, S. (1975). *Against our will. Men, Women and Rape.* Fawcett Columbine

Burt, M. R. (1980). *Cultural myths and supports for rape*. Journal of Personality and Social Psychology, 38(2), 217–230. https://doi.org/10.1037/0022-3514.38.2.217

Consejo de Europa. (2011a). *Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica*. https://rm.coe.int/168046253c

Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género. (2020). *Macroencuesta de Violencia contra la Mujer 2019*. Ministerio de Igualdad. https://violenciagenero.igualdad.gob.es

Du Mont, J., Miller, K.-L., & Myhr, T. L. (2003). The role of "real rape" and "real victim" stereotypes in the police reporting practices of sexually assaulted women. *Violence Against Women*, *9*(4), 466–486. https://doi.org/10.1177/1077801202250960

Estrich, S. (1987). *Real Rape. How the legal system victimizes women who say no*. Harvard University Press

Feliú Albaladejo, Á., & Feliú García, E. (2012). Publicidad institucional en la Comunidad Valenciana: la Generalitat como anunciante. En P. Peña-Jiménez, M. Pacheco-Rueda & E. Martínez-Pastor (Eds.), *Comunicación institucional y política* (pp. 393–414). Fragua.

Hlavka, H. R. (2014). Normalizing sexual violence: Young women account for harassment and abuse. *Gender & Society, 28*(3), 337–358. https://doi.org/10.1177/0891243214526468

Hernández, S. J. (2020). Cultura de la violación, un análisis del continuo en la violencia sexual que viven las mujeres. *PACHA. Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global, 1*(3), 89–103. https://doi.org/10.46652/pacha.v1i3.44

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Ministerio del Interior. (2024). *Balance de Criminalidad 2023*. Secretaría de Estado de Seguridad. https://www.interior.gob.es

Monllor Jiménez, M. (2025). *Análisis de redes sociales personales de mujeres víctimas de violencia de género: de un caso de vulnerabilidad relacional hacia el empoderamiento* [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Alicante.

Monllor Jiménez, M., Gil Portolés, V., Jiménez Delgado, M., & Fabregat Cabrera, M. E. (2025). "Ten cuidado cuando vuelvas sola a casa": Entre el mandato de autocuidado y la cultura de la violación. Una mirada crítica desde la sociología del género y los cuidados. *Revista De Sociología*, *40*(2). https://doi.org/10.5354/0719-529X.2025.82466

Murray, C., y Calderón, C. (2021). Mitos de violación, creencias que justifican la violencia sexual: una revisión sistemática. *Revista Criminalidad*, *63*(2), 115–130. https://doi.org/10.47741/17943108.320

Organización Mundial de la Salud (2002). *Informe mundial sobre la violencia y la salud.* OMS.

Organización Mundial de la Salud (2019). *Respeto a las mujeres. Prevención de la violencia contra las mujeres*. https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/f4001713-22ed-44bf-a3ad-c23658d29435/content

Organización Mundial de la Salud (2021). *Violencia contra las mujeres, estimaciones para 2018: estimaciones mundiales, regionales y nacionales de la prevalencia de la violencia de pareja contra las mujeres y estimaciones mundiales y regionales de la prevalencia de la violencia sexual fuera de la pareja contra las mujeres*.

Payne, D. L., Lonsway, K. A., & Fitzgerald, L. F. (1999). Rape myth acceptance: Exploration of its structure and its measurement using the Illinois Rape Myth Acceptance Scale. *Journal of Research in Personality*, *33*(1), 27–68. https://doi.org/10.1006/jrpe.1998.2238

Save the Children (2025). *Por una justicia a la altura de la infancia. Análisis de sentencias sobre abusos sexuales a niños y niñas en España.* https://www.savethechildren.es/sites/default/files/2025-09/Por_una_justicia_a_la_altura_de_la_infancia_v2025.pdf

Scronce, C. A., & Corcoran, K. J. (1995). The influence of the victim's consumption of alcohol on perceptions of stranger and acquaintance rape. *Violence Against Women, 1*(3), 241–253. https://doi.org/10.1177/1077801295001003004

Segato, R. L. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Traficantes de Sueños

SEXVIOL (2022). *Desmontando mitos a acerca de la Agresión Sexual. Un estudio de caso sobre la Audiencia Provincial de Madrid.* Madrid. https://www.ucm.es/sexviol/album/informe-2022/informe-sexviol-250222/

World Health Organization & United Nations Office on Crime and Drugs. (2015). *Strengthening the medico-legal response to sexual violence*. https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/18328eef-7d8b-4da2-b352-0be706c68fe0/content

Zhou, Y., & Moy, P. (2007). Parsing framing processes: The interplay between online public opinion and media coverage. *Journal of Communication*, *57*(1), 79–98. https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00330.x